

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»

Институт управления

УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ

Сборник статей по материалам
Международной научно-практической конференции

(НИУ «БелГУ», 1 ноября 2017 года)



Белгород 2017

УДК 005
ББК 60.8
У 67

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом Института управления НИУ «БелГУ» (протокол № 2 от 27.10.2017).

Редакционная коллегия:

В.М. Захаров – ответственный редактор;
И.И. Гуляев, И.В. Богомазова, Т.В. Целютина,
О.А. Герасименко, М.В. Селюков, С.В. Хашаева – члены редколлегии

Рецензенты:

В.П. Бабинцев, доктор философских наук, профессор кафедры
социальных технологий НИУ «БелГУ»;
О.К. Слинкова, доктор экономических наук, профессор кафедры
туризма и социально-культурного сервиса НИУ «БелГУ»

У 67 **Управление в XXI веке:** сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции (НИУ «БелГУ», 1 ноября 2017 года) / отв. ред. В.М. Захаров. – Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – 330 с.

ISBN 978-5-9571-2409-2

Настоящий сборник содержит материалы второй Международной научной конференции «Управление в XXI веке», прошедшей 1 ноября 2017 года в Белгородском государственном национальном исследовательском университете. Статьи, вошедшие в сборник, представляют широкий спектр теоретических и эмпирических исследований, разносторонне раскрывающие актуальные проблемы современного управления.

Сборник предназначен для преподавателей вузов, научных и практических работников сферы государственного и муниципального управления, государственно-правового регулирования, социального менеджмента, социологов, экономистов и политологов.

УДК 005
ББК 60.8

ISBN 978-5-9571-2409-2

© НИУ «БелГУ», 2017

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ
РАЗВИТИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Бочарова Т.А., Павленко Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ СОЛИДАРНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	8
Давитян М.Г. СЕМЕЙНЫЕ СТРАТЕГИИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ.....	10
Джолдасова В.К., Хашаева С.В. ТЕХНОЛОГИИ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ.....	15
Стручаева Т.М., Косилова Н.С. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЗЕЙНЫХ СРЕДСТВ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ.....	18
Лепин А.П. РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ.....	23
Любимова Н.И. ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ УСЛОВИЕ УПРАВЛЕНИЯ УЧЕБНЫМ ПРОЦЕССОМ.....	26
Мочалин А.В. ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ В УПРАВЛЕНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ ТРАНЗИТИВНОГО ОБЩЕСТВА.....	30
Никулина Н.Н. ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ВУЗа.....	36
Сивых А.И., Никулина Н.Н. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ.....	41
Полунина В.В., Стручаева Т.М. ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ...	43
Тупаев А.В. МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА И ПАТРИОТИЗМ: АКТУАЛЬНЫЕ СЮЖЕТЫ.....	47
Ушамирский А.Э. ПРОБЛЕМЫ ДИАГНОСТИКИ ВОСПРИЯТИЯ МОЛОДЕЖЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ.....	50

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

Агаркова Н.В. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	56
Бабинцева Е.И. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ТРУДА ПЕРСОНАЛА....	63
Власова Т.А. ОЦЕНКА УРОВНЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА В РФ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО МИНИМИЗАЦИИ.....	66

Лунина В.Ю. РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ – ЗАЛОГ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ.....	70
Попова Т.А. АНАЛИЗ ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ДЛЯ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ.....	75
Реутов Н.Н. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЦЕССНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ.....	80
Серкина Я.И. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УЛУЧШЕНИЮ УСЛОВИЙ ТРУДА ПЕРСОНАЛА...	84
Тимохина О.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ.....	88
Целютина Т.В. ЭРА УМНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	93

**НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ,
РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕЙ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНСТРУМЕНТОВ
МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ**

Авилова Ж.Н., Гусев Р.В. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	98
Винник А.Е. ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.....	102
Герасименко О.А. ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ.....	104
Голодова А.А., Кузьмина Л.Р. ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ.....	110
Гукова Е.А. ОПОРНЫЕ ВУЗЫ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	113
Дахова М.Н. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИЙ.....	115
Долинский Н.И. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЧИН ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ.....	118
Ермолаева Ю.В. ГЛОБАЛЬНЫЕ СХЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ: ГЛОБАЛИЗАЦИЯ VS ЦЕНТРАЛИЗОВАННАЯ КОНТИНЕНТАЛИЗАЦИЯ.....	122
Кулик А.М., Королькова Д.И. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ.....	126
Ломовцева О.А., Пономарева Я.А. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРАУДСОРСИНГА.....	130

Лунина В.Ю., Волгина Т.А. МЕРЧАНДАЙЗИНГ – НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ.....	134
Парфенова Е.Н. К ВОПРОСУ ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА.....	139
Прядко С.Н. МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ И БИЗНЕСА В ПРОЦЕССЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК.....	145
Разбейко Н.В. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	150
Семибратский М.В. СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ: НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА.....	155
Слинков А.М. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАРАДИГМ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭПОХУ ТУРБУЛЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	158
Стрельцова Т.П. РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЧЕРЕЗ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНУЮ ИНТЕГРАЦИЮ МОЛОДЕЖИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕДИНЕНИЙ.....	161
Тхориков Б.А. ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРИНЦИПЫ ПОДГОТОВКИ, СТРУКТУРА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ, СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА.....	164
Удалых О.А. ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА.....	170
Чемерис О.С. ИНСТРУМЕНТАРИЙ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНИВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РАЗРАБОТОК.....	175

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Астахов Ю.В., Турьянский В.А. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЕМ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ПРОЕКТАМИ.....	180
Бабинцев В.П. К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ГУМАНИТАРНЫХ УСЛОВИЙ КОММУНИКАЦИЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	184
Гайворонская С.А. РОЛЬ БАЗОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЕКТНОМ КОМАНДООБРАЗОВАНИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ.....	190
Гуляев И.И. РАЗВИТИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА КАК ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОРРУПЦИИ.....	195
Заливанский Б.В., Самохвалова Е.В. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РАМКАХ МОДЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	198
Захаров В.М., Никонова О.В. НА ПУТИ К «АНТРЕПРЕНЕРСКОМУ» ГОСУДАРСТВУ.....	204
Зотов В.В. ПРОЦЕССНОЕ И МЯГКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: К ДЕМАРКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ.....	208

Каменева Т.Н. К ПРОБЛЕМЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СЕМЕЙНОЙ ПОЛИТИКИ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ.....	212
Колпина Л.В. СОЦИАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ ПОЖИЛОГО НАСЕЛЕНИЯ: ПОСЕЛЕНЧЕСКИЙ ФАК- ТОР.....	216
Надуткина И.Э., Компаниец С.А. ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ АДМИНИСТРАТИВНОЙ СРЕДЫ: ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА.....	221
Начкебия М.С. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ» К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	226
Преликова Е.А. К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ ТЕХНОЛОГИИ КАПИТАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ КРАУДСОРСИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	231
Реутов Е.В. УСЛОВИЯ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИМ УЧАСТИЕМ.....	234
Реутова М.Н. ГОТОВНОСТЬ ГРАЖДАН К САМООРГАНИЗАЦИИ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ....	239
Слатинов В.Б. НЕОПАТРИМОНИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРАКТИКИ КАК ДЕВИАЦИИ ГОС- УДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ХАРАКТЕР ПРОЯВЛЕНИЯ И СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ.....	243
Чумаков А.Н. СИСТЕМА ФОРМИРОВАНИЯ PR-КОМПЕТЕНЦИИ У БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ.....	247
Шаповал Ж.А. ПРОБЛЕМЫ НАЛАЖИВАНИЯ ДИАЛОГА РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В НЕСТАБИЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЕ.....	251

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ: НОВЫЕ ВЗГЛЯДЫ

Аноприева Е.В., Глумова Я.Г. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РАМКАХ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КАЗАХСТАНА.....	257
Богомазова И.В., Яковенко О.В. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ.....	261
Вишневская Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	263
Глумова Я.Г., Аноприева Е.В. АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ.....	267
Жиленко В.Ю. МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКОЙ НА УРОВНЕ РЕГИОНОВ РФ.....	267

Климова Т.Б. СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ТУРИЗМЕ.....	275
Комарова М.Е. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА РОССИЙКОМ РЫНКЕ ТУРИНДУСТРИИ.....	278
Королева И.С. ПРОБЛЕМЫ ТИПИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.....	284
Лихошерстова Г.Н. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА И ОПТИМУМЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ.....	288
Овчаренко Л.А. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ ДНР В УСКОРЕННОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА.....	292
Попова Т.А. АНАЛИЗ ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ДЛЯ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ.....	297
Разбейко Н.В. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	302
Слинкова О.К. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ И ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ.....	307
Ясенюк С.Н. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА.....	313
Оборин М.С. ОСОБЕННОСТИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ ПЕРМСКОГО КРАЯ	316
Ушанов Ю. В., Семенова Л. В. КВАЛИФИКАЦИЯ, КОМПЕТЕНЦИЯ, АТТЕСТАЦИЯ.....	318
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	325

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

ФОРМИРОВАНИЕ СОЛИДАРНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Т.А. Бочарова,

*кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и организации работы с
молодежью НИУ «БелГУ»*

Е.А. Павленко

*советник ассоциации «Совет муниципальных образований
Белгородской области»*

**«Жить не для себя, не для других,
а со всеми и для всех»**

Н. Федоров

Современное Российское общество – это пространство социальных контрастов по целому ряду направлений: богатые – бедные, столица – провинция, город – село, элиты – народы, чиновники и всё остальное население. В связи с этим возникает вопрос о солидаристском мобилизационном потенциале как таковом. Это обуславливает актуальность практического решения проблемы социальной сплочённости, социальной консолидации социума.

«Солидарность – это ценность, которая свидетельствует об отсутствии рассогласованности общественного бытия на индивидуальном, групповом и общегосударственном уровне. Солидарность является идеалом социального устройства, а следовательно всегда сохраняет актуальность поиска условий её возможности и средств достижения».

Целый ряд авторов, таких как: В.П. Бабинцев, А.Н. Самарин, А.Н. Окара, С.А. Левицкий, М.К. Зверев и т.д. рассматривают понятие «солидаризм» в качестве системы идей, взглядов и технологий, актуальных при моделировании стратегий социального развития. Как указывает А.Н. Окара, «солидаризм – это, прежде всего, принцип построения социальной системы, в которой её члены обладают реальной правовой и социально-политической субъективностью, на основе чего их права, возможности и интересы могут быть консолидированы и солидаризированы ради достижения общего блага».¹

Солидарность предполагает активную роль личности, что актуализирует проблематику субъекта солидарных отношений. Феномен общественной солидарности по-прежнему слаб и стихийен. Да, помощь оказывается тем, кто в ней нуждается. Даже можно проследить расходование средств и т.д., но при этом граждане задаются вопросом: «Почему помогаем мы, а не государство?» Например, организован сбор денежных средств для людей пострадавших от стихийного бедствия (ураган, наводнение, землетрясение и т.д.). Результаты акции показывают, что в массовом сознании ценность солидарности как таковой не есть норма общественных отношений. Люди не чувствуют себя ответственными за то, что происходит вокруг них, и это состояние коллективной безответственности становится, к сожалению, устойчивым фактором массового сознания.

Вопрос о стратегии формирования солидарного общества непосредственно связан с вопросом о взаимодействии общества и государства, которое в идеале должно привести к их взаимной ответственности. В реальности же солидарность конструируется либо как

мобилизационный проект, либо как стратегия регионального развития.² Вопрос о региональном солидарном обществе можно воспринять как её продолжение и развитие.

Так солидарное общество на территории Белгородской области начали строить с 2011 года, разработав методику реализации стратегии, с помощью которой белгородцев обучали «добровольно и бескорыстно» поддерживать в сложных ситуациях, в работе с населением, в качестве краткого слогана было предложено использовать фразу: *«Созидать вместе на благо каждого»*.

В декабре 2014 года был утверждён план действий, который может расширяться и корректироваться с учётом новых проблем и новых реалий. Особенное внимание будет акцентироваться на работе с людьми. Региональной властью Белгородской области был подготовлен большой план на период с 2016 по 2020 годы по «солидаризации» населения и обучения его «по – доброму и бескорыстно» решать проблемы. Стратегия построения «солидарного общества» рассчитана до 2025 года, к этому времени жители Белгородской области должны будут в нём жить.

Большой блок работы в процессе построения «солидарного общества» предстоит муниципальным районам и городским округам, именно они возьмут на себя ответственность за качество реализации Стратегии на территориях муниципальных образований области.

Необходимыми характеристиками регионального солидарного общества в современных условиях являются: формулировка смыслов, ценных для большинства населения региона и основанных на культурно-исторических традициях; развитие духовности, патриотизма, позитивного мышления; утверждение идеи социальной справедливости как ведущего принципа взаимоотношений между людьми, органами власти и населением; социальная активность и способность граждан участвовать в решении государственных и общественных проблем; диалог органов управления и гражданского общества.³

Можно утверждать, что солидарное общество предполагает новое качество человеческого потенциала. Солидарность как механизм общественного воспроизводства требует собственного поддержания.⁴

Главное, потенциально действующее лицо формирование солидарного общества – массовые городские общественные движения. В последние годы можно вести речь о социальной активности, готовности и желании сограждан участвовать в решении местных проблем, в принятии принципиально важных управленческих решений.

Ключевое пространство формирования солидарного общества – городская политическая сцена. Все сегменты социального движения встречают ощутимые препятствия на пути к консолидации и сталкиваются с большими трудностями по налаживанию солидарных взаимодействий. Солидарного не существует, а есть граждане и коллективные субъекты социальной активности. И как проект будущего нам видится борьба не с государством, а менталитетом населения.

В рамках проекта проводятся социологические исследования причин, препятствующих развитию «солидарного общества»; определяют пути его развития; предоставляются методические, консультативные, правовые и другие виды услуг жителям районов по развитию «солидарного общества» на территории Белгородской области.

Эти трудности связаны как общей социальными культурой россиян, во многом утративших понимание общности в российском его образе, так и с целенаправленными действиями оппонентов социальных движений (властей или бизнеса) по раскалыванию движений.

Городское пространство наиболее благоприятно для развития солидарного общества. На этом уровне местные власти всё же ближе и доступнее. Есть возможность судить о них не только по телепередачам, и есть ощущение возможностей воздействия на них, например, через собрания жителей, общественные слушания, встречи и др. Большинство граждан объединяет общая проблематика, которая давно вышла за рамки частных про-

блем: среда проживания, тарифы на коммунальные услуги, состояние дорог, здравоохранения и образования, экологические проблемы.

Следует отметить, что подавляющее большинство лидеров и опытных активистов прекрасно осознают проблему и проводят большую деятельность по развитию солидарности в активистских группах.

Пути достижения солидарного общества различны. Здесь нет единого стандарта. Принципиально лишь самоуважение. Солидарность – это общность, возникающая из понимания того, что мы все взаимозависимы друг от друга и что наилучшее общество – это то, которое совместными усилиями при взаимном внимании и уважении. Все должны иметь одинаковые права и возможность оказывать влияние на принимаемые решения. Солидарность не исключает стремление к индивидуальному развитию и преуспеванию, но она исключает эгоизм, допускающий использование других ради собственной выгоды.⁵

Литература

1. Окара, А.Н. Социальная солидарность как основа нового «миростроительного» проекта. [Электронный ресурс] URL:// www.za-nauku.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=3315
2. Бабинцев, В.П. Солидарное общество Белгородской области: перспективы и риски реализации/ В.П. Бабинцев. Белгород.: 2013. №4. С. 34-41
3. Шиняева, О.В. Формирование солидарного общества в регионе как фактор предотвращения социальных конфликтов и напряжённости: монография/ О.В. Шиняева, И.Г. Гоношилина. – Ульяновск: УлГТУ, 2011 - С.4
4. Зверев, М.К. Особенности социальной солидарности в современном российском обществе: автореферат, диссертация/ М.К. Зверев кандидат философских наук. Иркутск, 2009.
5. М.В. Тулузакова Стратегия формирования солидарного общества: практика, социальные риски и перспективы / Известия Саратовского университета. Новая серия. Социология. Политология., Т.14, вып. 2., 2014.- С.26 – 29

СЕМЕЙНЫЕ СТРАТЕГИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

М.Г. Давитян,
кандидат социологических наук,
старший преподаватель кафедры
профессионального обучения
и социально- педагогических дисциплин
ФГБОУ ВО «Белгородский ГАУ им. В.Я. Горина»

Одним из основных институтов общества является семья, которая представляет собой систему социального функционирования человека. Институт семьи находится в постоянном движении и меняется не только под воздействием социально-политических условий, но и в силу внутренних процессов своего развития. В рамках семьи осуществляется основная повседневная жизнь людей: деторождение, сексуальные отношения, социализация детей, значительная часть бытового ухода, образовательного и медицинского обслуживания. Семья – это место, где у человека формируются основные жизненные ориентиры, ценности и установки.

Современной студенческой молодежью выстраиваются жизненные стратегии, охватывающие все сферы человеческой деятельности. И в них в качестве важнейшего элемента входят семейные стратегии, имеющие высокую ценность как для самих молодых

людей, так и для социума в целом, которые закладывают основы жизни последующих поколений.

С точки зрения формирования семейных стратегий, особое место занимает современная молодежь, которая только вступает в детородный период и уже может вполне осознанно планировать рождение детей и подходить к их воспитанию и заботе о них. Она принадлежит к самому малочисленному поколению в России, родившемуся в 90-е годы XX века. Кроме того, студенческая молодежь – самая образованная и профессионально подготовленная часть молодежи, способная обеспечить поступательное развитие общества, что определяет особую значимость изучения ее жизненных стратегий в целом и таких их составляющих, как родительские стратегии, в частности.

Изучение семейных стратегий студенческой молодежи определяется необходимостью использования всех имеющихся в обществе ресурсов для укрепления его стабильности и поступательного развития, поэтому общество пытается возродить семейные ценности.

Еще одной стороной исследуемой проблемы, повышающей ее важность, являются коренные изменения в сфере родительства, которые происходят в современной реальности и носят как позитивный, так и негативный характер. К ним можно отнести: 1) формирование нового типа родительства («ответственного родительства»); 2) широкое распространение осознанного материнства и отцовства; 3) рост незарегистрированных браков и рождения детей в них; 4) увеличение числа однополовых семей с индивидуалистически ориентированными партнерами; 5) вариативность форм родительского поведения; 6) появление сознательного отказа от родительства ради достижения индивидуальных целей («чайлдфри») и ряд других.

Факторы, влияющие на формирование родительских стратегий молодежи можно условно разделить на 2 группы: микро- и макро- факторы.

К основным факторам, действующим на микроуровне, в работе отнесены родительская семья и группа друзей; на макроуровне – государственная семейная политика и средства массовой коммуникации. В средствах массовой коммуникации, среди которых особое место занимает реклама.

Реклама - информация, которая распространяется любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Чаще всего принцип работы рекламы такой: «У тебя есть семья, нуждающаяся в этой покупке. Позаботься о своих любимых». Поэтому в большинстве случаев встречаются такие понятия как машина для семьи, тариф «Семейный» со слоганом «Связь поколений», товары для всей семьи.

Образом семьи в рекламе пользуются для продвижения товаров самых различных групп, таких как медицинские услуги, еда, туризм, одежда, украшения, техника и т.д.

По мнению специалистов, «реклама способствует формированию определенных стандартов мышления и социального поведения различных общественных групп», выступая специфическим агентом социализации. 5% респондентов исследования определили первостепенную важность рекламы как фактора, влияющего на семейные стратегии.

Реклама обладает большим манипулятивным потенциалом и, возникнув первоначально как средство продвижения товара, в настоящее время является своеобразным «пропагандистом» определенного образа и стиля жизни. Она, действуя достаточно агрессивно, создает яркую картинку (визуальную и/или музыкальную) «эталонного» поведения, которая надолго сохраняется в памяти и в схожей с изображаемой в ней ситуацией заставляет потребителя действовать соответствующим образом. То есть то, что репрезентируется в рекламе, часто начинает восприниматься как норма. Это относится и к семейным отношениям. Реклама эффективно использует свои возможности и, массивно

продвигая образ «эталонной семьи», хоть и нецеленаправленно, но оказывает воздействие на все составляющие родительских стратегий студенческой молодежи.

Семья, семейные ценности, семейный образ жизни, родительство – объекты, которые, прежде всего, призвана отражать социальная реклама, «направленная на изменение моделей социального поведения и привлечение внимания к общественно значимым социальным явлениям и проблемам». В то же время, и коммерческая реклама широко использует весь ряд семейных образов.

Виды рекламы различны. По мнению респондентов, наиболее запоминающимися являются телевизионная реклама (78%), реклама в Интернете (34%), печатная (раздаточная) реклама (24%), реклама на улицах (наружная реклама) (14%). Отметим эффективность рекламы в газетах и журналах только 3% респондентов; рекламу по мобильной связи 4%.

Чтобы оценить возможное влияние рекламы на семейные стратегии студенческой молодежи, были проанализированы наружная реклама в городе Белгороде и телевизионная реклама на каналах: 1 канал, телеканал «Россия», НТВ, 5 канал, СТС, Домашний, Белгород 24. Выбор этих видов рекламы был продиктован как признанием их эффективности респондентами, так и возможным включением в них социальной рекламы или социальной составляющей, практически отсутствующих в других видах.

Анализ наружной социальной рекламы в г. Белгороде показал, что в городе и регионе в целом ей уделяется определенное внимание. В 2015-2016 годах социальная реклама, размещение которой инициировала областная администрация, была нацелена на повышение духовно-нравственного потенциала белгородцев и пропаганду ценностей солидарного общества. В рамках этих проектов на улицах появились баннеры, апеллирующих к чувству патриотизма, любви к Родине, уважению старших; была представлена и семейная тематика: «Позвони родителям»; «Сердце матери – неиссякаемый источник чудес»; «Главное чудо на свете – это наши дети»; «Это факт! Каждые выходные в Белгородской области создается 280 семей»; «Любите друг друга и будьте счастливы»; «Чтить таинство крещения – Белгородская традиция»; «Чтить таинство венчания – Белгородская традиция».

Однако в исследовании на предложение назвать запомнившуюся им наружную рекламу респонденты вспоминали преимущественно рекламу коммерческого характера. Какой-либо баннер, который можно было бы отнести к социальной рекламе, студенты вспомнить не смогли. Более того, даже наружную рекламу коммерческого содержания, в которой бы использовался семейный образ, не назвал ни один респондент. Это говорит о малочисленности и невысоком удельном весе рекламы семейной тематики среди рекламы, присутствующей на улицах. Можно констатировать, что возможности наружной рекламы для влияния на представления молодежи о семье и ее родительские стратегии оказываются практически не задействованы.

Несколько иная ситуация складывается с телевизионной рекламой. Приоритетными направлениями *социальной* рекламы на телевидении в анализируемый период были здоровый образ жизни, охрана окружающей среды, помощь больным детям, толерантное отношение к людям с ограниченными возможностями и т.п. Родительство и связанные с ним проблемы в социальной рекламе на телевидении были представлены только сюжетами о материнском капитале. Иными словами, в социальной рекламе на телевидении родительство, а также семья и семейные ценности в целом представлены слабо, что не позволяет говорить о каком-либо заметном ее влиянии на родительские стратегии молодежи.

Но на телевидении большое место занимает *коммерческая реклама*, и в ней образ семьи – образ основного потребителя представляемых товаров и услуг является одним из самых популярных. При этом каждый рекламодатель репрезентирует свою типичную, «эталонную» семью. Особое место в такой рекламе отводится детям. Дети изображаются добрыми и отзывчивыми как в серии рекламы сока «Добрый»; заботливыми как в рекламе йогурта «Чудо»; очаровательными шалунами, от которых иногда можно устать (реклама майонеза «Мечта хозяйки» с актером Д. Дюжевым). Девочки чаще всего помогают матерям готовить (масло «Крестьянка») сын – помогает отцу в «мужских занятиях». То есть, образ

ребенка в рекламе – образ чрезвычайно привлекательный, вызывающий умиление и имеющий притягательную силу, что порождает желание иметь своих детей и что может сыграть положительную роль при формировании родительских стратегий. Дети в рекламе часто выступают как своеобразный контролеры качества натуральности и естественности продуктов. Также дети – это члены семьи, нуждающиеся в уходе и заботе, они всегда появляются на экране в обществе мамы, или обоих родителей, или же старшего поколения семьи. Дедушки и бабушки с свою очередь обеспечивают передачу опыта от поколения к поколению, гарантируют преемственность традиций, связь с романтикой традиционного негородского мира (реклама «Домик в деревне»), кроме этого старшее поколение также хочет, чтобы к ним относились с заботой и уважением.

В телевизионной рекламе также содержится целая программа ухода за ребенком: какую употреблять смесь для прикорма, какие использовать подгузники, какие витамины давать, какими лекарствами лечить. И хотя следует понимать, что к коммерческой рекламе необходимо подходить критически и знать, что в уходе за ребенком и в его воспитании надо полагаться на советы специалистов-профессионалов, все-таки в рекламе демонстрируется возможность решения всех проблем, связанных с ребенком. И это, в целом, позитивно влияет на родительские стратегии молодежи, уменьшая чувство страха и боязни собственной беспомощности, связанные с отсутствием у молодых людей опыта по уходу за ребенком.

Коммерческая реклама, представляя образ «эталонной» семьи с определенным количеством детей, воздействует на модель детности семейных стратегий молодежи. И с этой точки зрения нами была отмечена позитивная тенденция: если в первый анализируемый период (февраль-июнь 2012 года) на экранах телевизоров превалировала реклама с участием одного ребенка; во второй (ноябрь 2014-март 2015 г.) – двух; то в третий период (декабрь 2015-март 2016 г.) стала появляться реклама с легендой, в которой к первоначальной рекламе с одним ребенком добавлялся второй, недавно родившийся ребенок (шоколадные конфеты Mersi – «С Новым годом!», реклама Киндер шоколада MAXI – «Ваш ребенок вырос»). Также за последние полтора года увеличилось количество рекламных роликов с участием трех детей.

Телевизионная реклама также влияет на представления о материнских и отцовских практиках. В подавляющем большинстве рекламных коммерческих роликов эксплуатируются женские и мужские образы, основанные на традиционных гендерных стереотипах. Так, мужчина – это профессионал, успешный бизнесмен, обладающий брутальной внешностью, о которой постоянно заботится. В семейном образе мужчина предстает гораздо реже и, как правило, не очень умело справляется с домашними делами (ролик «Папа может»). Женщина в рекламных образах – это домохозяйка, заботливая мама и жена, и в то же время бизнес-леди или просто работница. Создатели рекламы акцентируют внимание на традиционном распределении ролей. Жена обычно готовит еду, убирает квартиру, ходит за покупками, ухаживает за детьми («Тайд», «Длянос»).

Большое внимание имеет текст, чаще всего это рассказ, монолог, либо краткий лозунг, вывод, который должен сделать зритель, посмотрев ролик. Большое значение имеют средства художественного выражения – музыкальное сопровождение, цветовая гамма. Можно заметить, что при изображении весёлого времяпровождения используются яркие цвета, весёлая, заводная музыка. Когда семья представлена во время чаепития или за столом используются нежные, спокойные тона и мелодичная музыка.

Текст, напрямую обращенный к семейным ценностям, подчёркивая важность семьи в целях пропаганды своей продукции эксплуатирует естественную потребность в заботе, тепле отношений, защищённости, уверенности в будущем, уюте.

Наиболее яркие фразы – «Вы на защите семьи», «Много внимания и заботы и чуть-чуть терпения», «На пользу всей семье и вашему бюджету», «Тепло и уют в вашем доме», «Жизнь - не только стирка» (реклама «Тайд» использует продукт в качестве освободителя от домашних дел, что предполагает проведение большего времени с семьёй).

То есть, телевизионная реклама тиражирует рассчитанные преимущественно на широко распространенные интегрированные материнские и карьерно-ориентированные отцовские стратегии.

Как показало исследование, студенты достаточно хорошо знакомы с телевизионными рекламными роликами с использованием семейных образов, что позволяет предполагать определенное влияние последних на семейные стратегии студенческой молодежи.

Таким образом, реклама на телевидении характерными для нее средствами оказывает влияние на семейные стратегии, тиражируя образ «нормальной семьи с детьми», преимущественно с двумя; и на материнские и отцовские стратегии, репрезентируя представление о современных материнских и отцовских практиках. Однако это влияние реализуется, главным образом, через коммерческую рекламу, нацеленную на продвижение товаров и услуг, при котором семейная тематика является лишь фоном. Кроме того, коммерческая реклама вследствие своей навязчивости провоцирует у некоторой части молодежной телевизионной аудитории негативное отношение ко всему происходящему в роликах. Поэтому для формирования позитивных родительских стратегий молодежи, отражающих потребности современного общества, необходимо, прежде всего, на федеральных телевизионных каналах активнее внедрять социальную рекламу с демонстрацией семейных ценностей и, в первую очередь, счастья быть родителем.

Подводя итог анализу рекламы, воздействующих на родительские стратегии студенческой молодежи, следует сделать следующие выводы.

Входящие в средства массовой коммуникации печатные издания, телевидение, Интернет и реклама также имеют свои специфические особенности при воздействии на родительские стратегии студенческой молодежи.

Телевидение, являясь фактором активного влияния на представления молодежи о жизни и социальной реальности и обладая большими возможностями для этого, не в полной мере использует их для формирования родительских стратегий, отвечающих потребностям современного российского общества. На современном российском телевидении практически отсутствуют позитивные образы отца и матери, не репрезентируются общественно значимые отцовские и материнские практики, что с учетом спорадического характера просмотра студентами телевизионных программ ведет к минимизации воздействия телевидения на формирование родительских стратегий молодежи. Перед современным телевидением стоит проблема выполнения специального социального заказа, реализация которого возможна как через увеличение количества «семейных» телепроектов, так и через презентацию позитивного образа семьи и представленности на телевизионном экране «обычной», «рядовой» семьи с детьми, построенной на взаимной любви и уважении.

Значительным может оказаться влияние на формирование родительских стратегий студенческой молодежи рекламы, которая активно использует положительные образы семьи и счастливых родителей. Кроме того, в рекламе позиционируются определенные «эталонные» образы женщин и мужчин, что, в конечном итоге, предопределяет ее воздействие на все составляющие родительских стратегий (репродуктивные, материнские и отцовские стратегии).

Таким образом, процесс воздействия рекламы на формирование родительских стратегий студенческой молодежи носит разнонаправленный и противоречивый характер; и в нем остаются незадействованными значительные ресурсы, которыми обладают государственная семейная политика и средства массовой коммуникации для генерирования общественно ценных родительских стратегий. Поэтому требуется разработка и реализация комплекса мер в сфере средств массовой коммуникации, направленного на формирование таких родительских стратегий студенческой молодежи, которые бы содействовали решению демографической проблемы, укреплению стабильности семьи и достижению наиболее полной самореализации студенческой молодежи.

Литература

1. Белова, Е.В. Социальная динамика семейной исторической памяти студентов / Е. В. Белова, А.А. Крисанов // Дискуссия. – 2015. – №9 (61) . – С.54-63.
2. Гордиенко, И.В. Духовно-нравственные аспекты профессионально-личностного становления студента в образовательной среде ССУЗа / И. В. Гордиенко // Духовно-нравственное воспитание учащейся молодежи в современных социокультурных условиях. Материалы всероссийской научно-практической конференции. Курск, Россия, 25-27 января 2010 г. – С.304-308.
3. Духовно-нравственные ценности современного образования / Н.Н. Никулина и др. Белгород: Константа, 2016. – 308с.
4. Крисанов, А.А. Семья как фактор формирования исторической памяти студенческой молодежи / А.А. Крисанов // Проблемы и перспективы инновационного развития агротехнологий. Материалы XIX Международной научно-производственной конференции. ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ. 2015. – С.103-104
5. Никулина, Н.Н. Основные тенденции формирования духовно-нравственной безопасности современной студенческой молодежи / Н.Н. Никулина, С.В. Шевченко, М.Г. Давитян // Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления. Материалы международной научно-практической конференции. Белгород, Россия, 19-20 ноября 2015 г. Часть 1. - С. 564-569.
6. Соболев, М.В. Периодическая печать как источник изучения массового политического сознания / М.В. Соболев // Источники гуманитарного поиска: новое в традиционном. Лингвистика. История. Белгородский государственный университет, Институт филологии. Белгород, 2002. – С.58-61.
7. Шевченко, С.Н. Современные проблемы духовно-нравственного воспитания в среде студенческой молодежи / С.Н. Шевченко // Образование: традиции и новации. Материалы международной научно-практической конференции 6 октября 2016 года. Прага, Чешская республика: 2016. – С. 364-366.

ТЕХНОЛОГИИ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ

С.В. Хашаева,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социологии и организации работы с молодёжью, НИУ «БелГУ»*

В.К. Джолдасова,

специалист отдела культурно-воспитательной деятельности НИУ «БелГУ»

На сегодняшний день в условиях современных рыночных отношений и построения правового государства тема коррупции в России является актуальной. Ведь масштабы данного явления достаточно велики, и наталкивают на решение этой серьезной проблемы. Наша страна является одной из наиболее коррумпированных стран мира, и ее показатели в этом значительно опережают достижения национальной экономики.

В системе государственной службы уровень коррупции значительно возрос за последние годы, вследствие чего данная проблема приобрела политический характер и стала серьезной угрозой национальной безопасности. Напомним, что бывший Президент РФ Дмитрий Анатольевич Медведев при вступлении в должность поставил вопрос борьбы с коррупцией на приоритетное место в своей деятельности «... для свободного демократического и справедливого общества враг номер один – это коррупция», – отметил нынешний премьер-министр [1].

Коррупция наравне с бюрократизмом, невысоким уровнем нравственности многих представителей государственного аппарата, в конечном счете, искажает государственную политику и саму законодательную базу государственной службы. Некачественная организация деятельности административных органов, а также сложившийся в них социально-психологический микроклимат, стиль функционирования и т.п. – все это усугубляет обстановку и способствует дальнейшему развитию коррупции. Установлено, что коррупция негативным образом сказывается на развитии экономики и социальной жизни, разрушая, главным образом, органы государственной власти и управления. В результате глобальной коррумпированности преобладающей части государственных и муниципальных служащих граждане вытесняются из сферы бесплатных услуг в области образования, здравоохранения, социального обеспечения: бесплатные публичные образовательные, социальные и административные услуги становятся для них платными.

Зачастую коррумпированные действия позволяют нарушителям уходить от юридической ответственности за совершенные противоправные деяния. Это приводит к безнаказанности и способствует падению престижа судебных и правоохранительных органов, а также в целом государственной власти в глазах населения, что в результате порождает такое явление как правовой нигилизм, т.е. отрицательное отношение к праву.

Разрастанию коррупции и взяточничества, как одной из форм, способствуют различные факторы как объективного, так и субъективного характера. В настоящее время в мире нет такого государства, где совершенно отсутствует коррупция. Однако во многих развитых зарубежных государствах создана действенная система противодействия коррупции, а также сформирована атмосфера нетерпимости общества к этому опасному социальному явлению. Исходя из результатов исследований в нашей стране, коррупция как массовое социальное явление в системе государственной власти и управления, а также в системе государственной и муниципальной службы еще не получила должного общественного осуждения. Бизнесмены и предприниматели, а иногда и сами граждане, не имеющие отношения к бизнесу, вполне терпимо относятся к фактам коррупции среди служащих органов власти и управления. Важно отметить, что многие из них считают, что с помощью коррупции возможно решить многие возникающие проблемы. А некоторые служащие органов власти и управления, в свою очередь, рассматривают взятку, как легальную дополнительную форму оплаты своего труда.

В настоящее время российское общество серьезным образом озадачилось решением проблемы борьбы с коррупцией. Недавно был подписан целый ряд международных документов в области борьбы с коррупцией, реализуется Национальный план противодействия коррупции на 2014-2015 годы, принят Федеральный закон «О противодействии коррупции» [2]. Однако предпринимаемых лишь одним государством, зачастую лишь в лице его руководителей, усилий недостаточно – необходимо подключить к борьбе с коррупцией и использовать практически все институты гражданского общества, а также всех истинных граждан России.

Результативность административно-правовых средств предупреждения и пресечения коррупции в органах власти и управления зависит от комплекса причин правового, организационного, технического и политического характера. Кроме того, эффективность предупреждения и пресечения коррупции зависит от четкого определения коррупции, а также выявления ее специфических признаков, которые имеют место в сфере публичного управления.

Говоря о дефиниции коррупции, необходимо сказать, что в настоящее время такое определение содержится в Федеральном законе «О противодействии коррупции» [2]. Не пересказывая определение коррупции, содержащееся в законе, можно сделать вывод, что законодательное определение коррупции преимущественно акцентировано на уголовно-правовой аспект данного явления. Однако спектр коррупционных проявлений намного шире, они касаются различных аспектов социальной жизни, а также сфер публичного

управления, поэтому с помощью лишь одних уголовно-правовых средств проблему коррупции в органах власти и управления решить достаточно сложно.

В научной литературе и практике противодействия коррупции выделяются различные ее виды (административная, национальная, политическая, экономическая и др.). Наибольшую опасность несут в себе политическая, административная, а также коррупция, которая имеет место в судебных и правоохранительных органах [3].

Как уже отмечалось, коррупция в государственных институтах подрывает доверие населения к органам государственной власти, снижает престиж страны на международной арене. Административная же коррупция, которая существует в органах исполнительной власти и управления, способствует формированию рынка бюрократических услуг, кроме того, этот вид коррупции способствует развитию чиновничьего предпринимательства, а также организации заведомо привилегированного бизнеса [4].

Одним из наиболее серьезных препятствий на пути формирования правового механизма предупреждения и пресечения коррупции в органах власти и управления является несоблюдение со стороны ряда государственных и муниципальных служащих этических стандартов служебного поведения, что в конечном итоге приводит к различного рода должностным злоупотреблениям.

Предупреждение и пресечение коррупции – это общеюридическая проблема. Подчеркнем, что нормы всех отраслей права должны быть задействованы в деле противодействия коррупции, однако основными правовыми средствами, которые должны использоваться в деле предупреждения и пресечения коррупции в органах власти и управления, должны быть именно административно-правовые средства.

Необходимо создать действенные административно-правовые средства предупреждения и пресечения коррупции в органах государственной власти и управления, которые должны включать:

- введение строгих процедур принятия административных решений;
- глубокое и широкое разъяснение антисоциального характера коррупции и ее отрицательных последствий для общества, государства и граждан;
- использование методики анализа правовых актов на предмет коррупциогенности;
- оптимальное определение прав, обязанностей, а также режима юридической ответственности органов публичной власти, а также их служащих.

Важно отметить, что набор средств, направленных на предупреждение и пресечение коррупционных проявлений в деятельности служащих органов государственной власти и управления, может быть достаточно разнообразен.

В связи с этим необходимо: достигнуть усвоения служащими своих прав и обязанностей и их правильного использования; добиться соблюдения правил служебного поведения со стороны государственных и муниципальных служащих; строго оценивать деятельность и поведение служащих с антикоррупционной точки зрения во время приема их на работу, а также при проведении аттестации кадров [5].

Перечисленные средства предупреждения и пресечения коррупции в органах государственной власти и управления необходимо использовать комплексно – только это позволит добиться результата и минимизировать уровень коррупции в системе государственной и муниципальной службы.

Подчеркнем, что проблемы предупреждения и пресечения коррупции в органах государственной власти и управления требуют системного подхода. Уровень развития коррупции, степень ее общественной опасности, а также разнообразные формы ее проявления требуют адекватных мер реагирования всех государственных институтов и структур. Кроме того, борьба с коррупцией может дать определенные позитивные результаты только при участии в соответствующих антикоррупционных мероприятиях большинства институтов гражданского общества России.

Таким образом, в правовом механизме противодействия коррупции в системе государственной службы РФ именно сегодня необходимо реализовать нормативный, организационный и информационный потенциал. Только использование всех средств противодействия коррупции в комплексе может привести к определенным положительным результатам и позволит минимизировать коррупцию.

Литература

1. Российская Федерация. Президент. (2008; Д. А. Медведев) Послание Федеральному Собранию РФ // Российская газета. 2008.
2. Российская Федерация. Законы. О противодействии коррупции: фед. закон от 25.12.2008 г. №273-ФЗ: принят Гос. Думой 19 декабря 2008 г. // Российская газета. 2008. 30 декабря.
3. Талапина, Э. В. Правовые способы противодействия коррупции // Право и экономика. 2016. №6. – С.3.
4. Кузьминов, Я. И. Механизм коррупции и особенности его проявления в государственном аппарате // Административное право: теория и практика. М., 2012. – С. 23.
5. Тихомиров, Ю. А., Трикоз, Е. Н. Право против коррупции // Журнал российского права. 2007. №5. – С. 39.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЗЕЙНЫХ СРЕДСТВ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ВОСПИТАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Т.М. Стручаева,

кандидат педагогических наук, доцент,

доцент кафедры профессионального обучения и

социально-педагогических дисциплин, БелГАО имени В.Я.Горина

Н.С. Косилова,

магистрант 2 курса факультета заочного образования,

Белгородский ГАУ имени В.Я.Горина

В современных условиях в систему единого учебно-научного и воспитательного процессов в вузе все более органично вплетается работа музеев как его структурных подразделений. О возрастании роли музеев высших учебных заведений свидетельствует и тот факт, что тема «Музейная педагогика в образовательном пространстве вуза» включена в федеральную научную программу «Университеты России». Главное назначение вузовского музея – участие в подготовке высококвалифицированных, духовно-нравственных современных специалистов. Воспитание у студентов любви к Родине и родному краю, к своему вузу и будущей профессии, уважение к героическому прошлому, к трудовой и боевой славе нашего Отечества можно успешно реализовывать посредством подлинных музейных материалов, реликвий, артефактов, музейных экспозиций и музейного пространства.

Формированию музейной педагогики как научной дисциплины способствовала сложившаяся в области культурно-образовательной деятельности музея ситуация, характеризующаяся, по мнению М.Ю.Юхневич, следующими особенностями. Во-первых, формируется новая образовательная аксиологическая концепция отечественного музея. Во-вторых, меняется отношение к самой аудитории, которая начинает восприниматься не как объект, а как равноправный участник коммуникативного диалога в музейной среде. В-третьих, впервые серьезно стала рассматриваться проблема результативности музейной коммуникации, воздействия музея на различные группы посетителей, эффективности тех или иных музейных форм. В-четвертых, возникла потребность в появлении особого типа музейного специалиста, способного осуществ-

лять образовательную деятельность в музее. В-пятых, возникла потребность в интеграции музееведения с другими научными дисциплинами - педагогикой и психологией [6].

Таким образом, *педагогическими механизмами* социокультурного воспитания студенческой молодежи через музей являются: выделение в музеях специализированных музейно-педагогических подразделений; разработка творческих авторских музейно-педагогических программ, учитывающих специализацию музея и специфику региона; активное участие музея в осуществлении региональных программ образования; разработка системы музейно-образовательных программ для всех возрастных групп детей и подростков; разработка инновационных музейно-образовательных технологий и проектирование экспозиций как интерактивного музейно-образовательного пространства, создание предметно-развивающей среды; поиск путей, форм и методов совместной деятельности музея и школы, работа музея по углублению сотрудничества со школой посредством активизации участия школьного педагога в реализации музейных программ и проектов; формирование региональных центров музейной педагогики; создание центров по обмену музейно-педагогическим опытом на региональном и межрегиональном уровнях; публикация результатов передового опыта [2].

Охарактеризуем основные направления деятельности музеев, в том числе и музеев образовательных организаций среднего специального и высшего образования нашего региона.

Научно-фондовая работа музея. К основным ее задачам относятся: научная организация фонда, выявление и отбор памятников музейного значения, их экспертиза, включение в музейное собрание, первичная атрибуция, всестороннее исследование музейных предметов и коллекций, документирование результатов работы в научно-поисковых, учетных, научно-информационных документах и справочниках, организация системы хранения, контроля за проведением консервационных и реставрационных работ и др.

Экспозиционно-выставочная деятельность представляет собой основную форму музейной коммуникации - музейную экспозицию, образовательные и воспитательные цели которой осуществляются путем демонстрации музейных предметов, организованных, объясненных и размещенных в соответствии с разработанной музеем научной концепцией и современными принципами архитектурно-художественных решений.

Образовательная деятельность музея осуществляется через организацию педагогического процесса, который проходит в различных организационных формах (индивидуальных, групповых, коллективных) на основе музейного памятника с привлечением разнообразных текстов, наглядных пособий, аудио-, видео- и компьютерной техники. Музейно-педагогический процесс включает три взаимосвязанных звена: *музейный педагог - музейный предмет - музейный зритель*. В триаде совместная деятельность музейного педагога и музейного зрителя (ученика, студента) направлена на процесс совершенствования и развития личности: духовно-нравственное становление личности; формирование чувственно-образного мышления на основе восприятия музейного предмета; гармонизацию интеллектуального и эмоционального развития школьника; развитие мотивации и познания к творчеству; формирование и развитие способности к эстетическому восприятию и переживанию (чувства прекрасного); формирование мировоззренческих и гуманистических идеалов.

Образовательная деятельность характеризуется основными направлениями взаимодействия музея и музейной аудитории: *информирование, обучение, развитие творческих начал, общение, отдых*, ориентируемых на личность посетителя. Образовательная деятельность музея характеризуется различными направлениями, формами, методами и средствами. *Экскурсия и музейный урок* являются основными формами организации музейно-педагогического процесса. К *дополнительным формам* этого процесса относятся кружок, клуб, факультатив и др. В рамках музейно-педагогического процесса возникают новые *вспомогательные формы* образовательной деятельности - творческая лаборатория, фестиваль, встреча, театрализованные формы, ярмарка, карнавал и др. В качестве специфических *средств*

музейной педагогики принято выделять музейный предмет, фонд научно-вспомогательных материалов, музейную экспозицию и музейную среду. Охарактеризуем их.

Музейный предмет. Российская музейная энциклопедия указывает, что музейный предмет - движимый объект культурного и природного наследия, первоисточник знаний и эмоций, изъятый из среды бытования или музеефицированный вместе с фрагментом среды и включенный в собрание музейное. Он обладает значимым для социума информационным потенциалом, музейной ценностью, которая складывается из научной, исторической, мемориальной, художественной ценности [5]. Способность музейного предмета привлекать внимание внешними признаками, а также возможностью своей подлинности, мемориальностью, эстетической ценностью, вызывать определенные чувства выступают в качестве специфического средства образовательного процесса. Это позволяет вести диалог с ушедшими культурными эпохами и позволяет осуществить «чудо вхождения» в уже ушедшую культурную среду.

В современном музееведении выделяются также такие основные свойства музейного предмета, как: информативность – способность музейного предмета являться источником сведений о явлениях и процессах, происходящих в природе и обществе, характеризовать особенности среды бытования, в которой он находился; экспрессивность – способность музейного предмета воздействовать на эмоциональную сферу человеческой личности, вызывать эмоции; аттрактивность – это способность музейного предмета привлекать внимание, обусловленная его внешними характеристиками [5]. Образовательный потенциал музейного предмета заложен в его способности к одновременному воздействию на интеллектуальную, эмоциональную, нравственную сферу личности. Влияние на личность образовательных возможностей музейного предмета усиливается в рамках музейной среды, так как любое музейное пространство обладает образовательным потенциалом.

Фонд научно-вспомогательных материалов. В музейной практике часто возникает необходимость воспроизвести музейный предмет с целью демонстрации в экспозиции в случае невозможности или нежелательности экспонирования подлинника. Фонд научно-вспомогательных материалов включает копии, репродукции, макеты, модели, муляжи, слепки, голограммы. В основе классификации музейных предметов и фонда научно-вспомогательных материалов лежит способ кодирования информации, подразделяющий их на такие классы источников: вещественные (монеты, медали, украшения, мебель); изобразительные - изобразительно-художественные, изобразительно-графические (карты, планы, схемы) и изобразительно-натуральные (документальная фотография, документальные кино- и видеоматериалы); вербальные - устные и письменные источники; знаковые; поведенческие – индивидуальное, групповое, классовое, этническое и массовое поведение; звуковые. В результате изучения собрания музейных предметов и фонда научно-вспомогательных материалов формируется музейная коллекция.

Музейная экспозиция является основной формой взаимодействия с аудиторией посредством демонстрации музейных предметов, специально организованных и размещенных для осмотра и обозрения. Создаваемое посредством экспозиции образовательное пространство является призмой, через которую индивиду предлагается вступить в диалог с различными культурными эпохами. *Музейная среда.* Рассматривая музейную среду, И. Тэн говорил, что для музейно-педагогического процесса она является тем же самым, что для растения почва и климатические условия. Обладая эстетической аурой, художественным и творческим содержанием, музейная среда является активным средством образования и воспитания. Она включает в себя следующие компоненты: околмузейное пространство, организующее внимание зрителя; собственно музейное здание, настраивающее на восприятие произведения искусства; экспозицию как презентацию музейных памятников.

Таким образом, средства музейной педагогики становятся ценным элементом образовательного процесса, использование которых позволяет обучающимся познавать окружающий мир не с позиции пассивно-созерцательного объекта, а с позиции активного исследователя. Открытость современной педагогической системы позволяет использовать в образовательном музейном пространстве нетрадиционные формы и методы обучения, активно

применять телекоммуникационные и интернет технологии. Музейные стенды порой представляют собой законченные учебные пособия по определённой тематике на основе современных научных воззрений, освещают дискуссионные темы и альтернативные гипотезы. Вузовские музеи всем желающим предоставляют возможность участвовать в обсуждении конкретных экспозиций, ведении экскурсий, проведении конференций и научных встреч. Являясь логическим продолжением аудиторного курса для студентов, музейные средства обладают рядом дополнительных преимуществ: наглядность и предметность в изучении основ наук, интерактивность среды обучения; предметно-образная и доступная форма изложения; знакомство с достижениями в области профильных и смежных наук. Современная интерактивная педагогика создаёт культурную среду нового качества: посещение музея и участие в его работе позволяет обучающимся приобщиться к музейной культуре, принять музей в качестве образа мира, в котором память сливается с разумом и чувствами, а прошлое, история – с настоящим [2].

Музеи белгородских вузов накопили богатый опыт использования своих коллекций, материалов и экспозиций для совершенствования образовательно-воспитательного процесса в подготовке специалистов для современного агропромышленного комплекса Белгородчины, для развития образования, здравоохранения, культуры региона. Покажем это на примере деятельности Музея Белгородского государственного аграрного университета имени В.Я.Горина.

Торжественное открытие выставочного центра-музея состоялось 4 декабря 2003 года. Главная задача музея – формирование у студентов историко-патриотической гордости за *Alma mater*, чувства сопричастности к ее сегодняшним дням. Экспозиция музея охватывает период с 1956 года - от образования опытной станции до наших дней. При формировании экспозиции использованы наиболее важные события в истории университета, связанные с его созданием, реорганизацией, изменением статуса организации, успехи и открытия в науке. Важное место в экспозиции отведено характеристике профессиональных и личностных качеств людей, которые стояли у истоков создания учреждения, руководителям, ученым, изобретателям, участникам выставок ВДНХ, ВВЦ, авторам научных программ и технологий, известным выпускникам, обладателям спортивных и культурных достижений.

Необходимо подчеркнуть, что история вуза тесно связана с историей развития Белгородчины и страны в целом. «Вуз всегда имел поддержку в лице руководства области», - отмечает ректор университета, доктор экономических наук, профессор А.В.Турьянский. Сегодня университет решает большую стратегическую задачу – создание университета инновационного типа, который будет включать университет прикладных наук, теоретических аграрных наук, центр коллективного пользования с широкой сетью учебных, научных, технологических лабораторий, с развитой системой базовых школ и системой опорных предприятий аграрного бизнеса [1].

Разноплановая деятельность музея Белгородского ГАУ является важной составной частью учебно-воспитательной работы вуза. Музеем проводится научно-исследовательская, научно-экспозиционная, научно-фондовая и массовая научно-просветительская работа (лекции, экскурсии, беседы для студентов, аспирантов, профессорско-преподавательского состава университета, научных сотрудников).

В фонде Музея – документы, личные вещи, книги, фотоальбомы, фотографии, видеофильмы, грампластинки, слайды, сувениры гостей университета и др. Создан и постоянно пополняется фото- и видеоархив о разных направлениях жизни коллектива университета. Видеотека музея насчитывает сотни аудиовизуальных материалов. Фильмы помогают дополнять историко-тематические экскурсии, несут в себе положительный эмоциональный заряд, способствуют лучшему восприятию студентами и другими обучающимися информации, знакомят наших гостей с жизнью университета. Сотрудниками музея ведется Летопись университета, готовятся и издаются буклеты и сборники об университете. Музей является инициатором профориентационных экскурсий, конференций,

встреч, чествования юбиляров. Для многих молодых людей профориентационные экскурсии позволили укрепиться в желании стать студентом БелГАУ и связать свою профессиональную деятельность с агропромышленным комплексом Белгородчины. Музеем осуществляется постоянное продуктивное информационное сотрудничество со средствами массовой информации Белгородской области: газетами «Белгородская правда», «Белгородские известия», «АиФ – Белгород», «Смена», «Знамя», ГТРК «Белгород», ТРК «Мир Белогорья», а также с газетой БелГАУ «Мир университета».

Хочется указать на воспитательную роль исторических материалов, наполняющих культурное пространство БелГАУ на факультетах. Это - мини-музеи при конкретных факультетах, это исторические экспозиции факультетов и кафедр, исторические материалы в предметных аудиториях, материалы о деятельности колхоза имени Горина и деятельности В.Я.Горина, стенды-баннеры о лауреатах Премии имени Горина и их портретная галерея на студенческой площади перед учебно-лабораторным корпусом № 1 и зданием Технопарка, мемориальные доски и памятники, контактные фигуры на территории университета. Все в комплексе они расширяют образовательное пространство для заинтересованного овладения профессией, формируют корпоративную культуру, дают примеры для выбора профессионального идеала, в целом - способствуют патриотическому, социокультурному воспитанию молодежи. Несомненно, такие музейные экспозиции способствуют формированию чувства гордости за университет, его преподавательский состав, за его достижения, за лучших представителей агропромышленного комплекса Белгородчины – выпускников вуза. Музейные средства, историко-культурные экспонаты способствуют укреплению интереса к выбранной профессии и желание овладеть ею в совершенстве [3].

Важную роль музей занимает во внеаудиторной работе со студентами. В планах воспитательной работы кураторов академических групп предусмотрено посещение музея университета, знакомство с факультетскими музеями и их историческими экспозициями. Существенную роль в развитии общекультурных компетенций специалистов играет посещение региональных музеев, участие в их мероприятиях. Посещение региональных музеев студенческими группами под руководством кураторов может составить региональное «Золотое кольцо Белгородчины».

Деятельность вузовских и региональных музеев со школьниками и студенческой молодежью помогает реализовать областной проект «Социокультурное развитие подрастающего поколения на основе краеведения («Белгородоведение»)». В состав команды разработчиков данного важного проекта вошли ведущие преподаватели БелИРО, НИУ «БелГУ», БелГАУ имени В.Я.Горина, БГТУ имени В.Г.Шухова, БелГИИК, музейные работники, краеведы, преподаватели школ и ССУзов. Интегрированный курс по белгородоведению будет реализован на всех ступенях регионального образования. Для каждой ступени созданы программы, методические пособия, активно идет их апробация. Весь разработанный материал размещается на областном образовательном портале «Сетевой класс Белогорья» (<http://belclass.net/>).

В завершении хочется сказать о совместной научно-исследовательской работе в области музейной педагогики преподавателей БелГУ и Мелитопольского государственного педагогического университета имени Богдана Хмельницкого, которые велись в 2010 - 2014 гг. Разработанные преподавателями вузов авторские спецкурсы по музейной педагогике для будущих учителей нашли отражение в русско-украинском учебном пособии и монографии, рабочих тетрадях, кандидатской диссертации, многочисленных научных публикациях на русском и украинском языках [4].

Таким образом, региональный компонент – одна из составляющих образовательного процесса в современной общеобразовательной и высшей школе. Использование краеведческого материала (исторического, культурного, природного, экономического), музейных экспонатов способствует патриотическому воспитанию и экологическому образованию молодежи, духовно-нравственному развитию обучающихся, формирует учебно-познавательный интерес к изучению родного края, закрепляет умения и навыки

проектно-исследовательской и научной работы, способствует социокультурному развитию студенческой молодежи. Педагогические механизмы использования средств музея в воспитании студенческой молодежи благоприятствуют общему положительному эффекту в этом процессе.

Литература

1. Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я.Горина. Страницы истории (1978 - 2015) /Редакционная коллегия: А.В.Турьянский, А.Н.Простенко, П.И.Бреславец и др. - Белгород: Белгородская областная типография, 2015. – 108 с.
2. Кондакова, Е.П. Формирование готовности учителя к использованию средств музейной педагогики в начальной школе: монография / Е.П.Кондакова,Т.М.Стручаева.- Белгород: Изд-во БелИПКППС, 2012. – 127 с.
3. Никулина, Н.Н. Духовно-нравственные ценности современного образования: монография /Н.Н.Никулина, Е.В.Крикун, Т.М.Стручаева, И.А.Белозерова, С.Н.Шевченко, А.А.Крисанов. – Белгород: КОНСТАНТА, 2016. – 308 с.
4. Музейная педагогика в образовательном пространстве школы и вуза. Учебное пособие /Под общей ред. Т.М.Стручаевой. – Белгород - Мелитополь: Изд-во БелИПКППС, 2013. – 140 с.: приложением на DVD.
5. Российская музейная энциклопедия [электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp> (дата обращения: 01.11.2012 г.).
6. Юхневич, М. Ю. Я поведу тебя в музей: учебное пособие по музейной педагогике / М.Ю.Юхневич. - М., 2001. – 223 с.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

А.П. Лепин

*кандидат социологических наук,
доцент кафедры социальных технологий ИФиСПН ЮФУ*

Для организации работы с молодежью в Российской Федерации предусмотрена система специальных органов власти на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Административно-территориальное деление страны остается относительно стабильным на протяжении длительного времени и большинство россиян воспринимает границы субъектов Федерации как естественную территорию и культурную данность. По мнению Ю.А. Зубок, Т.К. Ростовской и Н.Л. Смакотиной, культурно-ландшафтные образования, дифференцированные по культурно-историческому, лингвистическому, этноконфессиональному и другим признакам являются основанием для формирования региональной идентичности молодых людей, выделение которой на сегодняшний день наиболее актуально [1,80].

Последние годы федеральная структура органов по работе с молодежью претерпела существенные преобразования. С 2008 года, когда Постановлением Правительства РФ было создано Федеральное агентство по делам молодежи (РосМолодежь), закреплены его статус и правовые основы деятельности, государственная молодежная политика как направление деятельности государства, вошла в нормальное русло собственной институализации. Об определённом уровне понимания властью значимости молодежной политики, по мнению Х.В. Харченко, говорит наличие у представителей данной отрасли собственных учреждений, которые в российской управленческой традиции оказались подчиненными либо образованию, либо культуре, либо спорту и туризму. Именно в подчиненности органов молодежной политики автор видит главную проблему отрасли. Как следствие,

среди административно-властных структур учреждения, отвечающие за молодежную политику в стране «недооценены» и имеют низкий статус [2, 139-140]. На общую недооценку молодежной политики со стороны федерального правительства указывает А.З. Бадмаев. Автором отмечается, что в принимаемых документах абсолютно не учитывается колоссальный советский опыт в отношении молодежи, сопряженный с общегосударственными задачами, а содержатся лишь расплывчатые и казенные формулировки соответствующие конъюнктуре политического момента [3, 133].

Анализ, выполненный А.Я. Кибановым, М.В. Ловчевой и Т.В. Лукьяновой показал, что на региональном уровне изменений практически не произошло [4, 20]. Фактически каждый субъект Российской Федерации располагает как органами власти, отвечающими за реализацию молодежной политики в регионе, так и нормативными правовыми документами, определяющими содержание работы с молодежью, а также систему мероприятий по реализации государственной молодежной политики. Исследователями подчеркивается, что в отсутствие федерального закона о молодежи, реализация основных направлений молодежной политики в регионах осуществляется на основе собственных законов, базовых для регулирования этой сферы [1,56; 4,27]. Так Н.А. Платошкин указывает на то, что региональное законодательство помимо принципов указанных в федеральных нормативно-правовых актах содержит и другие, непредусмотренные оными принципы, а также ставит дополнительные цели молодежной политики [5, 14-15]. Добавим, что региональные законы о молодежной политике являются не единственными её регуляторами. В субъектах Федерации действуют программы поддержки молодежи, задача которых максимально адаптировать государственную модель ГМП к существующей социокультурной среде региона.

По мнению Т.А. Нигматулиной, осуществление государственной молодежной политики в регионах отличается от федерального компонента разнообразием форм и степенью решения молодежных проблем. В условиях модернизирующегося общества ряд полномочий от центра передается регионам, а иногда и сам процесс решения многих проблем перемещается на региональный уровень [6,107]. Серьезной проблемой является то, что существующая законодательная база федерального и регионального уровней не распространяется на муниципальный, на котором нормативные критерии определяются муниципалитетом самостоятельно. На уровне муниципальной молодежной политики существует реальная возможность реализовать принцип адресности, создать условия для реализации интересов молодых граждан, решать вопросы их трудоустройства [2, 57].

Необходимо признать, что современный российский регион представляет собой исключительно сложную и во многих случаях несбалансированную структуру для понимания своеобразия которого важно, хотя бы в общих чертах представлять те основные политические векторы, которые обуславливают государственное и муниципальное строительство.

Во-первых, влияние федерального центра, выражающееся в том числе и в наличии нормативно-правовых актов, регламентирующих данный процесс [7, 115]. Если принимать во внимание российские управленческие традиции, то роль документов федерального уровня особенно важна, поскольку от их качества зависит не только состояние верхнего уровня регулирования, но и то, как обстоит дело во множестве регионов и муниципалитетов, где порой дословно воспроизводят задаваемые сверху положения [2, 15].

Во-вторых, региональная расстановка политических сил и специфика региона. Согласимся с исследователями, которые в своих работах предостерегают от неправомерного отождествления столичных реалий и региональной действительности. К анализу последней, по их мнению, недопустимо подходить унифицировано, впадая в иллюзию, что тот или иной областной или краевой центр – «Москва в миниатюре», и все, что в политике действительно для столицы, характерно и важно для провинциальной России [7, 115].

Никто из исследователей не оспаривает вывод о том, что если в начале своего становления государственная молодежная политика оказалась практически искусственно

«встроенной» в систему органов власти субъектов Российской Федерации [8, 105], то в настоящее время она все чаще принимает свое «особое лицо»: в регионах преодолена характерная для всей России практика, в соответствии с которой организационная структура государственной молодежной политики выстраивалась при отсутствии единой стратегической линии, а иногда и при неясном представлении о её возможностях и целях [7, 120]. На наш взгляд, немаловажную роль в указанном процессе играет региональная идентичность, особенностью которой является укорененность молодых людей на определенной территории в следствии как отсутствия возможностей для мобильности, так и в результате осознанного выбора места применения социокультурной, гражданской и экономической активности [1,80].

Важным показателем региональной идентичности молодежи выступает доверие к региональной и местной власти. Социологи фиксируют в субъектах федерации наличие так называемого «местного патриотизма» (проявляется в создании образа и прототипа патриота малой родины в жизни молодежи, понимании и знании молодым поколением местной символики, праздников, памятников культуры и традиций, подчеркивающих индивидуальность региона), и как следствие рост доминирования региональной идентичности над общероссийской или государственной [1,81].

Региональные условия жизни оказывают влияние на изменение показателей социального старта молодежи в сфере образования. Так, в среднем 20% юношей и девушек испытывают страх и тревогу в связи с невозможностью получить образование из-за материальных проблем. Другими словами, образование, в том числе платное, становится доступным преимущественно материально обеспеченным родительским семьям с детьми. Социологи утверждают, что даже в группе материально обеспеченной молодежи оно недоступно каждому десятому, среди среднеобеспеченных семей (по российским меркам) получение образования ребенком связывается с отказом во многом (54%), для подавляющего большинства низко обеспеченной молодежи (72%) получение платного образования практически недоступно [1, 30-31].

Особенностью современного этапа реализации молодежной политики в Российской Федерации является смещение «центра тяжести» от федеральных органов власти к региональным. Возрастание роли последних подтверждается результатами социологических исследований и практикой работы с молодежью в регионах. Необходимо отметить, что особенностью государственной молодежной политики в стране по-прежнему является то, что ведущая роль по её управлению и проектированию принадлежит федеральным органам власти, а материально-финансовое обеспечение, социальная инфраструктура и кадровое обеспечение сосредоточены на региональном уровне.

Литература

1. Зубок Ю.А., Ростовская Т.К., Смакотина Н.Л. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе. – М., ИТД «Перспектива», 2016. – 166 с.
2. Харченко К.В. Настольная книга специалиста по молодежной политике. – М.: Национальная гильдия профессиональных консультантов, 2013. – 168 с.
3. Бадмаев А.З. Молодежная политика в свете правительственного документа // Мировоззренческие ориентиры молодежи в условиях интеграции на постсоветском пространстве: Сборник статей. – М., РАН ИНИОН, 2015. -225 с.
4. Кибанов А.Я., Ловчева М.В., Лукьянова Т.В. Реализация молодежной политики в Российской Федерации: монография. – М.: ИНФРА-М., 2012. – 150 с.
5. Платошкин Н.А. Государственная поддержка молодежи: правовые гарантии. – М.: Изд-во Спутник, 2009. – 129 с.
6. Нигматулина Т.А. Государственная молодежная политика в федеральной России: инновационные парадигмы. – Уфа, Изд-во БИСТ, 2012. -188 с.

7. Александров С.А. Региональный опыт осуществления государственной молодежной политики в России // Научно-теоретический журнал «Научные проблемы гуманитарных исследований». - 2013. - № 1. – С. 114-121.

8. Афонина В.Н. Государственная молодежная политика в современной России: взаимодействие институтов государства и гражданского общества: диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. – Ростов н/Д., 2002.

ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ УСЛОВИЕ УПРАВЛЕНИЯ УЧЕБНЫМ ПРОЦЕССОМ

Н.И. Любимова

*кандидат педагогических наук,
старший преподаватель кафедры профессионального обучения
и социально-педагогических дисциплин*

Эффективность педагогического воздействия зависит во многом от позиции педагога по отношению к ребенку. Еще в 1960-е гг. были сформулированы принципы педагогического воздействия: педагогический оптимизм, уважение к воспитаннику, понимание душевного состояния ученика, раскрытие мотивов и внешних обстоятельств совершаемых поступков, заинтересованность в судьбе ученика [1]. Вопросами педагогического воздействия и взаимодействия занимались такие как С.Н. Батракова, Л.Ю. Гордин, В.М. Кротов, Б.Т. Лихачев, Э.Ш. Натанзон, В.Н. Питюков, В.А. Слостенин, В.И. Слущкий, Н.Е. Щуркова и др.

Другое важное условие педагогического воздействия - высокий уровень культуры педагога, его авторитет. В психологии воздействия известно положение о том, что результативность воздействия зависит от неформального статуса воздействующего субъекта, от меры его авторитета. Завоевание истинного, а не мнимого авторитета - постоянная забота педагога, на каком бы высоком уровне профессионализации он не находился. Педагог должен быть носителем высочайших культурных достижений, образцом для ребенка.

А также эффективность воздействия зависит от убежденности самого педагога в правоте своих требований. Недопустимо предъявлять какое-либо требование учащимся и одновременно демонстрировать поведение, противоречащее этому требованию. Нужно уметь анализировать свои действия, а если необходимо, признавать ошибки[3].

Рассмотрение вопросов педагогического воздействия нередко сводилось к изучению приемов воздействия, методов поощрения и наказания. Великий русский педагог К.Д. Ушинский считал, что мастерство педагогического воздействия не должно сводиться только к постижению приемов и техник воздействия. Следует ли повторять столь известное в педагогической практике положение, что один и тот же прием воздействия, давший блестящий результат в одной ситуации, оказывается совершенно неэффективным в сходной, внешне похожей ситуации, т.е. сходных ситуаций быть не может. Если изменяются участники ситуации - это уже другая педагогическая ситуация, поскольку она организована другим педагогом, с другими индивидуально-личностными особенностями. Сами воспитанники также многим отличаются от тех, с кем велась работа прежде. Неудивительно поэтому, что слепое копирование приема педагогического воздействия в аналогичной, казалось бы, ситуации нередко приводит к неудачам. Даже отдельное слово, произнесенное одним педагогом, будет иметь высокую силу воздействия, а в устах другого – не иметь никакого результата или давать противоположный эффект.

Необходимо обратить внимание на то, что педагогическое воздействие как процесс создания и разрешения педагогических ситуаций не сводится к овладению техниками воз-

действия, а основан на глубоком понимании тех закономерностей, раскрытие которых влияет на успешность достижения поставленных педагогических целей.

Педагогу необходимо ясно понимать, что происходит с ребенком в данный момент, а также уметь прогнозировать, что произойдет с ним в дальнейшем, какова перспектива его развития. Все это основано на понимании ребенка, знании среды, в которой он находится, его взаимоотношений с этой средой и создавшихся обстоятельств. Понимание педагогом ребенка предполагает в первую очередь раскрытие мотивов его поведения, его состояния в данный момент, а также направленности личности, если прогнозировать поведение ребенка в целом. Понимание ребенка - это знание его возрастных и индивидуальных особенностей [3].

Каждый из перечисленных моментов требует более подробного рассмотрения. Остановимся кратко лишь на некоторых из них, так как исчерпывающий ответ потребовал бы объемного изложения многих разделов возрастной психологии, психологии индивидуальности, психологии понимания и психологии межличностных взаимоотношений.

Изучая вопрос о педагогическом воздействии необходимо рассмотреть мотивы поведения ученика. Без правильного понимания мотивов его поведения невозможно принять верное решение. Если мотивы неясны, лучше не давать никаких оценок поведения, разумеется, если ситуация не требует принятия неотложных мер.

Известно, что мотивы поведения подразделяются на *сознаваемые* и *неосознаваемые*. Осознаваемые могут быть вербализованы, т.е. ученик может объяснить, почему он так поступил. Однако возможно, что реально действующие мотивы умышленно скрываются. В этом случае обычный метод беседы непригоден, необходимо наблюдение за поведением ученика. При наблюдении полезно учитывать эмоциональные проявления ребенка, по которым можно делать выводы о мотивах поведения. Если потребности, которые лежат в основе мотива, удовлетворяются, ребенок испытывает положительные эмоции, в противном случае - отрицательные. Детская непосредственность и хорошее знание индивидуальных особенностей эмоциональной сферы конкретного ребенка послужат хорошим ориентиром в педагогической ситуации.

В целом понятие «ситуация» имеет множество характеристик: это фрагмент бытия, в состав которого входит человек; система событий, являющихся причиной того или иного поведенческого акта, и др. Таким образом, *ситуация* - система внешних по отношению к субъекту условий, побуждающих и опосредствующих его активность.

Педагогическая ситуация указывает на предметную деятельность, в рамках которой анализируется ситуация. В учебно-воспитательном процессе она выступает и инструментом его организации, и средством диагностики эффективности взаимодействия воспитателя и воспитуемого. Исходя из общего определения ситуации, педагогическую ситуацию можно понимать как совокупность условий ее протекания, предметной области ее содержания, средств общения, мотивов и целей субъектов педагогической деятельности.

Гуманистическое педагогическое взаимодействие - это диалогическое, творческое, личностное и индивидуализированное взаимодействие. Оно обеспечивает не просто передачу некоторого содержания знаний, умений, навыков, привычек, способов действия и т.п. от учителя учащимся, но и их взаимообогащающее личностное развитие. Рассмотрим систему психологических принципов организации личностного педагогического взаимодействия.

Ведущим в ней является *принцип диалога* педагогического взаимодействия. Он связан с преобразованием позиций взрослого и ребенка в личностно-равноправные, в позиции со-учащихся, со-воспитывающихся, со-трудничающих людей. Свойство диалогического реагирования - атрибут коммуникативной ситуации.

Второй принцип - *проблематизация педагогического взаимодействия* - ведет к изменению ролей и функций взрослого и ребенка, учителя и учащегося в процессе воспитания и обучения. Взрослый не воспитывает, не преподаёт, но актуализирует исследовательскую активность самого ученика, стимулирует его тенденцию к личностному росту, со-

здает условия для совершения ребенком нравственных поступков, для самостоятельного обнаружения и постановки им познавательных проблем и задач.

Принцип *персонализации* предполагает прежде всего отказ от ролевых масок, адекватное включение в это взаимодействие и тех элементов личного опыта (чувств, переживаний, эмоций и соответствующих им действий и поступков), которые не соответствуют ролевым ожиданиям и нормативам.

Четвертый принцип - *индивидуализация педагогического взаимодействия* - означает выявление и культивирование в каждом ребенке индивидуально-специфического и особенного. Реализация данного принципа означает построение такого общения, которое было бы адекватным возрастным (по уровню развития) и индивидуальным (личностным) особенностям и возможностям, способностям и склонностям всех учащихся.

Очевидна тесная взаимосвязь всех четырех психологических принципов организации гуманистического педагогического взаимодействия. Все они служат актуализации творческого потенциала педагогов и обучающихся, стимулируют их личностный рост, при этом действительная реализация любого из них невозможна без реализации всех других.

Педагогическое взаимодействие невозможно представить без педагогического общения. Педагогического общения – интерактивная – предполагает организацию взаимодействия, совместной деятельности учителя и учеников и влияние, оказываемое в этом процессе.

Успешное педагогическое общение является основой эффективной профессиональной деятельности педагога. Общение с воспитанниками в педагогических целях играет важную роль в социализации обучающегося, в его личностном развитии. Однако даже опытные педагоги сталкиваются с трудностями общения, которые осложняют педагогическую работу, часто вызывают острое чувство неудовлетворенности, а порой и сомнения в своей профессиональной состоятельности.

Педагогическое общение - это профессиональное общение преподавателя с учащимися на уроке или вне его (в процессе обучения и воспитания), имеющее определенные педагогические функции и направленное на создание благоприятного психологического климата, оптимизацию учебной деятельности и отношений между педагогом и учащимися внутри ученического коллектива. Педагогическое общение - многоплановый процесс организации, установления и развития коммуникации, взаимопонимания и взаимодействия между педагогами и учащимися, порождаемый целями и содержанием их совместной деятельности [4].

Профессионально-педагогическое общение - это система приемов и методов, обеспечивающих реализацию целей и задач педагогической деятельности и организующих, направляющих социально-психологическое взаимодействие педагога и воспитуемых [4].

В педагогическом общении реализуются коммуникативная (обмен информацией между общающимися), интерактивная (организация взаимодействия) и перцептивная (восприятие друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания) стороны. Акцентирование выделенных характеристик позволяет говорить, что педагогическое общение должно быть не тяжелым долгом, а естественным и даже радостным процессом взаимодействия. Каковы слагаемые оптимального педагогического общения?

Анализ педагогического взаимодействия включает рассмотрение позиций и ролей, занимаемых участниками педагогического процесса и стратегий взаимодействия, используемых ими с целью оказания влияния друг на друга.

При анализе педагогического взаимодействия следует исходить из принципа существования двух противоположных систем отношений или педагогических позиций в образовательном пространстве: *моносубъектная педагогика* и *лично-ориентированная или гуманистическая*.

Моносубъектное взаимодействие предполагает выстраивание отношений между учителем, являющимся субъектом взаимодействия, и учеником – объектом педагогиче-

ских воздействий. Следствием субъект-объектных отношений в школе становятся единая для всех учебная программа, фронтальное общение учителя с классом, стандартная оценка успеваемости и поведения, жесткая дисциплина и практически отсутствие индивидуального подхода к детям.

Когда ученик находится в положении объекта педагогических воздействий, взаимодействие учителя и ученика приобретает ряд характерных особенностей: на первый план выходят ролевые отношения, обеспечивается определенный уровень власти и используются такие стратегии воздействия как *императив* и *манипуляция*. Роль учителя – позиция человека, обладающего знаниями (в то время как учащиеся их не имеют и их нужно научить) и безупречным, «правильным» поведением (а ученики постоянно ошибаются и их действия нужно контролировать, пресекать и корректировать).

Личностно-ориентированное или *гуманистическое педагогическое взаимодействие* основано на том, что ученик становится субъектом; вместо субъект-объектных отношений в учебно-воспитательном процессе появляются субъект-субъектные отношения; вместо воздействия учителя на ученика – взаимодействие взрослого и ребенка; вместо подхода «с ценностями общества – к ребенку» подход «с ребенком – к ценностям общества» (А.Б. Орлов). Вместо педагогической задачи формирования изначально заданных свойств ставится задача развития.

А.Б. Орловым рассматриваются четыре принципа организации такого подлинного педагогического взаимодействия [4].

Первый, ведущий принцип – *принцип диалогизации* взаимодействия. Моносубъектному обучению свойственно монологизированное взаимодействие, при котором учитель доминирует на всех уровнях – уровне обмена информацией, ролевого и межличностного взаимодействия. Учитель выступает как единственный источник информации, он контролирует и оценивает поведение школьников, является для них личным эталоном. Такая позиция педагога требует от него принятия только тех свойств и проявлений личности ребенка, которые не противоречат идеалу и одобряются. Все остальное в личности ученика отвергается и отрицательно оценивается.

Диалогизация педагогического взаимодействия меняет исходные позиции, делает их равноправными в личностном плане. Учитель и ученик строят отношения сотрудничества, диалога, взаимопонимания.

Второй принцип – *принцип проблематизации*. Он отсутствует при моносубъектных отношениях, когда учитель передает информацию, а ученик ее усваивает; учитель формулирует познавательные задачи, а ученик их решает; учитель требует, а ученик исполняет эти требования.

Проблематизация педагогического взаимодействия приводит к изменению функций учителя и ученика. Учитель актуализирует, стимулирует личностный рост ребенка, его познавательную и исследовательскую активность, создает условия для совершения учеником нравственных поступков, для самостоятельной постановки им задач самоизменения.

Третий принцип – *принцип персонификации*. Моносубъектное обучение предполагает ролевое взаимодействие. Взрослый в стенах школы полностью сливается со своей ролью учителя, воспитателя, ребенок – с ролью ученика. Поведение учителей и учеников определяется ролевыми требованиями, предписаниями, ожиданиями. Поэтому учительница не может плакать от обиды или веселиться с детьми после уроков, ученик не может открыто выражать свои сомнения по поводу компетентности учителя или не соглашаться с его решениями. Взаимодействуют, таким образом, не личности, а роли [3].

Персонификация педагогического взаимодействия требует отказа от ролевых «масок» и «фасадов», адекватного выражения чувств и переживаний, совершения действий и поступков, не соответствующих ролевым нормативам.

Четвертый принцип – принцип индивидуализации. При моносубъектном обучении взаимодействие является фронтальным. Учитель не ориентирован на индивидуальность

ученика, специфику его способностей и интересов. Творчество детей, их внешкольные увлечения и достижения не принимаются во внимание. Учебная деятельность оценивается, исходя из социальных норм и стандартов достижений.

Индивидуализация педагогического взаимодействия означает выявление способностей каждого ученика, построение содержания и методов обучения и воспитания, соответствующих возрастным и индивидуальным особенностям и возможностям детей [5].

В содержание целей педагогического воздействия входит не только изменение поведения ребенка, но и изменение его отношений. Если цель педагогического воздействия сводится только к изменению поведения, а истинное отношение остается без изменения, ребенок останавливается в своем развитии, следовательно, педагогические цели не достигаются. Назначение педагогического воздействия не в манипулировании ребенком («чтобы любил учителя»), не в коррекции его действий («чтобы хорошо себя вел») и не в подавлении его «неразумной» воли («чтобы слушался старших»), а в предоставлении ему возможности самостоятельно и осознанно производить выбор, становясь субъектом собственной жизни.

Литература

1. Натанзон Э.Ш. Приемы педагогического воздействия: Учеб. пособие для студ. пед. ин-тов. М, 1972.
2. Питюков В.Н. Основы педагогической технологии: Учеб.-практич. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.,1999.
3. Педагогическая психология: Учеб. для студ. высш учеб заведений / Под ред. Н.В. Ключевой. - М.: П24 Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. - 400 с.
4. Фомина А.Н., Шабанова Т.Л. Педагогическая психология: Учебное пособие, 2-е изд., перераб., дополн.– 2013.
5. Никулина Н.Н., Давитян М.Г. Актуализация идей системного подхода в современной педагогической практике / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета, 2016, №115. С.517-533
6. Никулина, Н.Н. Системный подход в педагогике как общеметодологический принцип науки / Н.Н. Никулина, М.Г. Давитян, С.Н. Шевченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. № 111. – С. 986-1005. (перечень ВАК № 1531)

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ В УПРАВЛЕНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫМ ПОВЕДЕНИЕМ МОЛОДЕЖИ ТРАНЗИТИВНОГО ОБЩЕСТВА

Мочалин А.В.

*старший преподаватель кафедры менеджмента
Старооскольского филиала ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»*

В настоящее время особую актуальность приобретает комплексное изучение электорального поведения молодежи, а также факторов и механизмов, оказывающих влияние на ее политический выбор в процессе электоральной социализации. В то же время, как свидетельствуют данные доклада ООН, несмотря на актуальность данной проблемы детерминанты участия российской молодежи в общественно-политической жизни остаются практически не изученными [1].

В современном российском обществе одним из основных механизмов политической и электоральной социализации молодежи является институциональный механизм,

который реализуется в процессе взаимодействия человека с институтами общества, как специально созданными для его социализации, так и реализующими социализирующие функции параллельно со своими базовыми функциями (производственные организации, образовательные учреждения, государственные структуры, средства массовой коммуникации и иные). Среди важнейших социальных институтов, оказывающих значимое воздействие на социализацию молодежи в различных возрастных периодах можно выделить: институт семьи, производство, образование, политические институты (государство, избирательные комиссии, политические партии и т.п.), а также средства массовой информации и иные. На формирование электоральных установок молодежи также оказывают влияние отдельные социальные акторы: руководители органов государственной и муниципальной власти, известные политики, общественные деятели, ученые, руководители мест работы и обучения и иные лица.

В целях выявления динамики электорального поведения молодежи российской провинции, особенностей воздействия социальных институтов на политическую и электоральную социализацию молодежи проведено социологическое исследование «Молодежь и выборы: перспективы, ожидания (электоральная активность молодежи в Белгородской области)». В ходе анализа мнения 1549 респондентов 16-30 лет особое внимание уделялось изучению влияния различных институциональных механизмов и социальных акторов на электоральное поведение молодежи. Сопоставление по ряду вопросов данных исследования 2016 года с аналогичным исследованием, проведенным в 2006 году кафедрой социальных технологий НИУ «БелГУ» (n=1495), позволило определить иерархию воздействия отдельных социальных институтов и значимых социальных акторов на формирование электоральных установок в мнениях и оценках самой молодежи [2].

Вопрос анкеты «Почему Вы принимаете участие в выборах?» позволял установить ведущие детерминанты, мотивы электоральных позиций респондентов, а также определить влияние различных социальных институтов и акторов при формировании определенных моделей электорального поведения. По мнению респондентов, ведущими мотивами участия в выборах стали: мотив гражданского долга «Считаю это своим долгом» – 53% и мотив социального призвания «Считаю выборы способом участия в решении общественных проблем» – 14%, что в совокупности составляет 67%.

Анализ ответов респондентов показал также определенное влияние политических институтов и политических акторов на электоральный выбор молодежи. Так, рациональный, обоснованный выбор («В списках были партии или кандидаты, за которых я хотел голосовать») отмечен в мнениях 14,4% респондентов. Прежде всего, данный выбор характерен для городских жителей (Губкинский городской округ – 25%, город Белгород – 20,35%) и для избирателей, голосующих впервые (18-19 лет) – 21,2%.

Существенную поддержку в ответах респондентов имеет также мобилизационный мотив «Откликнулся на призыв избирательной комиссии» – 9%, что косвенно свидетельствует о высоком статусе избирательных комиссий в мнениях молодежи. Вместе с тем, анализ ответов представителей различных возрастных групп показывает отрицательную динамику по мере взросления респондента: 16-17 лет – 14,29%, 18-19 лет – 12,5%, 20-24 года – 10,44% и 25-30 лет – 6,46%. Прежде всего, данный мобилизационный мотив находит значимую поддержку у обучающихся ссузов и вузов – 13,2%, что объясняется наиболее активной работой избирательных комиссий именно с данной категорией молодежи и является определенным подтверждением эффективности их деятельности по повышению электоральной активности молодежи.

В любом типе культуры семья выступает основной ячейкой, в которой происходит социализация личности. Вместе с тем, по данным опроса мотив семейной, дружеской солидарности («Проголосовал за компанию с друзьями, родными») отмечен всего у 4% респондентов. Значимость семейных и дружеских отношений как фактор участия в выборах не нашел поддержки у респондентов по всем территориям, в том числе, и в

сельской местности, что во многом опровергает предположение о важнейшей роли патриархальных традиций и их влияния на систему выборов в сельских территориях.

Для совершенствования технологий повышения электоральной активности молодежи значимым является процент корпоративной мотивации в голосовании молодежи, что свидетельствует о возможности управления электоральным поведением молодых избирателей посредством воздействия на них значимыми субъектами.

Однако мотив корпоративной солидарности («Попросили (убедили) проголосовать на работе, в учебном заведении») в своих ответах указали лишь 4,5% респондентов. В наибольшей степени данный мотив выбран городскими жителями: Старооскольский городской округ – 9,58%, Губкинский городской округ – 7,35%, город Белгород – 4,76%.

Значимой проблемой социализации молодежи в рамках избирательного процесса является взгляд на молодежь как объект манипулятивных действий, когда молодые граждане подвергаются различным формам манипуляций в целях достижения заинтересованными сторонами определенного результата.

В данном случае показательна сравнительная характеристика мотивов голосования респондентов на предыдущих выборах и их готовности к решению голосовать на выборах 18 сентября 2016 года. Лишь 53% респондентов, голосовавших на предыдущих выборах по мотиву «Попросили (убедили) проголосовать на работе, в учебном заведении», готовы опять прийти на выборы, что меньше на 20% общих данных по Белгородской области. 32% данных респондентов затрудняются с решением по вопросу будущего голосования, что в 2 раза больше общих данных голосования респондентов. Таким образом, молодежь отрицательно воспринимает мобилизационные и корпоративные модели электорального поведения, что негативно сказывается на их желании голосовать в будущем.

Таким образом, анализ ответов респондентов показал не высокий уровень влияния традиционных (семьи, дружеские связи) и корпоративных институтов (работа, учеба) на электоральное поведение молодежи избирательного возраста. Для провинциальной молодежи характерен постепенный отход от патриархальных и мобилизационных моделей электорального поведения к рациональному выбору, молодежь стремиться к выстраиванию отношений с акторами правовой и политической социализации по принципу «субъект-субъект» с возможностью для реализации собственного потенциала [3].

В ходе исследования была предпринята попытка выявить лидеров общественного мнения (актеров электоральной социализации), чье влияние в наибольшей степени сказывается на электоральном поведении молодежи. Вопрос «Чье мнение по вопросам участия в выборах для вас является значимым?» позволял определить ведущих акторов, оказывающих воздействие на формирование электоральных установок молодежи, а также проследить динамику степени их влияния на молодежь в мнениях и оценках респондентов.

Опрос показал, что наиболее важным для молодых избирателей является собственное мнение – 43%. Причем по мере взросления выбор данного ответа респондентов существенно увеличивается: 16-17 лет – 27,23%, 18-19 лет – 36,18%, 20-24 года – 43,85% и 25-30 лет – 51,2%. Данная тенденция, прежде всего, связана с завершением (к 25-30 годам) процесса социализации молодых граждан, их перехода в иную возрастную категорию и уменьшением зависимости от традиционных социальных акторов. Косвенно данный факт подтверждается практически пропорциональным уменьшением выбора респондентов ответа «родители, родственники»: с 43,3% (16-17-летние) до 25% (25-30-летние). По сравнению с опросом 2006 года наблюдается незначительное снижение количества выборов данного ответа (на 5,63%), однако он остается лидером во мнениях респондентов.

Среди ведущих агентов влияния респонденты определили свое ближайшее окружение: родители и родственники – 33,6%, друзья и знакомые – 15%, что связано со значительным воздействием консервативных, патриархальных традиций в регионе, а также долгосрочной политики Правительства Белгородской области, направленной на сохранение традиционной культуры и нравственных ценностей. В соответствии с результатами опроса 2006 года роль ближайшего окружения в формировании правовой и политической культуры и сейчас остается стабильно высокой и неизменной в оценках респондентов. Вместе с тем, как уже было сказано выше, только 4% респондентов принимают решение об участии в выборах опираясь на мотив семейной, дружеской солидарности. Данное несоответствие связано как с особенностями возраста избирателей (чем старше избиратель, тем меньше он зависим от мнения родственников и друзей), так и возрастающим влиянием иных социальных институтов, а также с формированием собственной системы общественно-политических ценностей и электоральных установок.

Сравнительно высоким, по мнению респондентов, остается влияние корпоративных факторов (мест работы, учебы) и связанных с ними социальных акторов. Так, совокупное влияние таких акторов, как руководители предприятия, организации (6,42%), коллеги по работе (8,5%), учителя, преподаватели (10,89%) составляет 25,81%. Следовательно, каждый четвертый респондент указывает на значимость мнения представителей места работы или обучения. По сравнению с 2006 годом отмечена положительная динамика оценок роли учителей, преподавателей с 8 до 11%.

Влияние политических институтов на электоральный выбор молодежи, по сравнению с опросом 2006 года (17,4%), также остается стабильно высоким и в совокупности составляет 25,75%. Положительная динамика (+8,35%) значимости для молодых избирателей политических институтов связана с ростом общественно-политической деятельности молодежи, ее стремлении занять более активную позицию во властной структуре общества. Интерес для последующего исследования представляет сопоставление оценок респондентами значимости двух групп социальных акторов: руководителей органов власти, депутатов и известных политиков и общественных деятелей. Степень влияния последних на электоральные позиции молодежи почти в 2 раза выше: 6,23% и 13,16% соответственно. Такие данные во многом связаны с невысоким уровнем доверия молодых граждан к отдельным государственным и муниципальным органам власти, наличием проблем коммуникации и открытости власти к взаимовыгодному взаимодействию, нерешенностью многих актуальных молодежных проблем. Молодые граждане тонко чувствуют отношение представителей власти к себе и адекватно, рационально реагируют на сложившуюся систему. В свою очередь молодежь готова на конструктивное сотрудничество с органами власти, обладает большим инновационным потенциалом и склонна доверять отдельным политическим лидерам, способным в ее представлениях удовлетворить их интересы. Поэтому высокий уровень поддержки молодежью отдельных политических и общественных лидеров (в том числе, оппозиционных) является закономерным и объективным процессом.

Сравнительный анализ данных 2006 и 2016 годов выявил существенную положительную динамику в оценках респондентов о значимости избирательных комиссий как важных институтов избирательного процесса. За 10 лет данный показатель вырос в 7 раз (с 0,87% до 6,36%), что является свидетельством эффективности работы избирательных комиссий (прежде всего, регионального и местного уровней) с различными категориями молодежи. Примечательно, что данные показатели сопоставимы с позитивными результатами ответов респондентов на иные вопросы, касающиеся деятельности избирательных комиссий.

Так на вопрос «Доверяете ли Вы избирательным комиссиям?» 78% респондентов дают положительный ответ («Да» – 42%, «Скорее да, чем нет» – 36%), только 16% негативный (из них, «Нет» - 10%) и 6% затруднились с ответом. Отношение к избира-

тельными комиссиям следует транспонировать на отношение респондентов к системе выборов в целом, что говорит о достаточно высокой степени поддержки молодежи института выборов.

В целом, во всех территориях Белгородской области, более двух третей молодежи доверяют избирательным комиссиям. Вместе с тем, степень доверия к избирательным комиссиям в городских округах несколько ниже, чем в муниципальных районах: 69% в Белгороде, 70% в Старооскольском и 65% в Губкинском городских округах и 81–92% в муниципальных районах. Однако, разница между категоричным неприятием избирательных комиссий (ответ «Нет») между промышленными центрами и сельскими территориями не высока: 8–11% в городских округах и 2–5% в муниципальных районах.

Во всех возрастных группах респондентов выявлен сравнительно высокий уровень доверия (более трех четвертей) молодежи к избирательным комиссиям: совокупность ответов «Да» и «Скорее да, чем нет» составила 79,1% (16-17 лет) – 79,6% (18-19 лет) – 75,5% (20-24 года) и 78,9% (25-30 лет). Респонденты 18-19 лет в наибольшей степени доверяют избирательным комиссиям: каждый второй респондент ответил «Да» (50,6%). Скорее всего, молодежь связывает с избирательными комиссиями (как представителей власти) факт получения и непосредственной реализации своего статуса полноправного гражданина и права на участие в выборах. Именно выборы и деятельность избирательных комиссий позволяют молодому гражданину впервые проявить свой гражданский долг, реализовать свой статус полноправного гражданина в политической жизни страны.

Таким образом, дальнейшее совершенствование форм и методов работы избирательных комиссий с молодежью, непосредственное включение молодых граждан в работу избирательных комиссий позволит повысить степень воздействия данного института власти на молодежь, определить этот ведущий избирательный орган как значимого актора влияния на формирование электоральных установок молодежи.

Важнейшим социальным институтом традиционно оказывающим серьезное воздействие на формирование ценностной картины мира россиян являются средства массовой информации (далее – СМИ).

Вопрос «Какие из источников информации Вы считаете для себя наиболее авторитетными в вопросе о выборах?» ранжировал виды информационных источников по степени влияния на респондентов.

Анализ СМИ показывает значительный приоритет центральных видов источников информации (70%), причем с 2006 года наблюдается значительная положительная динамика (+31%). Областные и местные СМИ авторитетны только у 28,7% респондентов, а сравнение с опросом 2006 года показывает снижение поддержки данных СМИ у молодежи на 57%. Представленные данные свидетельствуют о низком уровне авторитетности и востребованности информации, предоставляемой областными и местными СМИ, для молодежи. Такая ситуация связана, прежде всего, с переходом молодежи на доступные, альтернативные источники получения информации о жизни в регионе и районе посредством сети Интернет, а также отсутствием молодежных СМИ удовлетворяющих запросы современной молодежи. Так в Белгородской области прекращена работа молодежного телеканала СМИНГ TV, слабо востребованным является молодежный журнал «ОнОнас».

Среди отдельных СМИ молодежь выделяет такой традиционный и значимый для более старших категорий избирателей источник как телевидение. Причем, центральное телевидение является лидером в ответах респондентов – 51,6%. В совокупности с региональным и местным телевидением данный источник выделяют 68% респондентов. Таким образом, телевидение по-прежнему остается мощнейшим средством политической агитации и формирования электоральных установок как всего российского общества, так и молодежи в частности.

Иные востребованные у старших категорий населения источники информации: пресса (22,7%), радио (8%) не пользуются популярностью у молодежи и не оказывают существенного влияния на формирование мнения респондентов о выборах.

Показательно, что для молодежи важнейшим информационным каналом являются современные информационные технологии, реализуемые посредством сети Интернет. Совокупность таких информационных источников, как «Интернет-СМИ, новостные сайты» (39%) и «блоги, форумы, социальные сети» (22%) формируют лидерство этого вида информации – 61%. Преимущество данных СМИ обусловлено как их доступностью и открытостью для пользователей, так и возможностью для реализации молодежью своего потенциала в рамках свободного общения, обсуждения актуальных молодежных проблем. Сеть Интернет – это открытая информационная площадка, посредством которой молодой гражданин может на равных вступать в диалог с представителями других возрастных категорий и социальных статусов, реализовывать свой потенциал в различных сферах общества.

По сравнению с опросом 2006 года значимость этого источника возросла с 5% до 61% и имеет тенденцию к дальнейшему росту. Характерно, что популярность данного средства получения информации высока во всех возрастных группах от 16 до 30 лет. Поэтому органам государственной и муниципальной власти, политическим партиям, иным субъектам политических отношений при разработке программ взаимодействия с молодежью необходимо учитывать и эффективно использовать потенциал данного средства СМИ.

На протяжении последних 10 лет мнения близких людей (родственников, друзей) по вопросам выборов являются авторитетными только для 14,4% респондентов. Показательно, что наиболее авторитетным данный источник является для 16-17 летних (29,3%), а в последующем отмечено снижение его значимости до 13% (респонденты 18-19 лет и 20-24 года) и 10,5% у 25-30 летних.

Таким образом, лидерами опроса респондентов по вопросу авторитетности источников информации и возможности их влияния на мнения молодежи по вопросам выборов являются: современные информационные интерактивные источники, реализуемые посредством Интернет, телевидение, в целом, федеральные источники информации.

Результаты исследования свидетельствуют о постепенной трансформации институциональных механизмов по степени их воздействия на процессы политической социализации молодежи и формирования ее электоральной культуры. В условиях транзитивного общества наблюдается постепенное сокращение традиционных, консервативных механизмов влияния, модели электорального поведения молодежи становятся более целерациональным в противовес ценностно-рациональному, свойственному старшим поколениям.

Полученные результаты позволяют говорить о возможностях эффективного использования различных институциональных механизмов в рамках формирования электоральной культуры молодежи, в том числе, о потенциале управления электоральным поведением при условии учета интересов и потребностей самой молодежи.

Литература

1. Молодежь в России. 2010. Обзор литературы. Доклад ООН/под ред. Я. Охана. – М.: ФСГС, 2011. – С. 96
2. Бабинцев В.П. Особенности электорального поведения молодежи в Белгородской области // Молодежь и выборы сегодня: перспективы, ожидания. Материалы областной научно-практической конференции. – Белгород, 2006. – С. 38-42.
3. Мочалин А.В. Эволюция электорального поведения в процессе социализации молодежи российской провинции // Социодинамика. – 2016. – № 10. – С.45-62

ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ВУЗа

Н.Н. Никулина

*кандидат педагогических наук,
заведующий кафедрой профессионального обучения
и социально-педагогических дисциплин
ФГБОУ ВО БелГАУ им. В.Я. Горина*

В соответствии с ФГОС высшего образования третьего поколения по каждому направлению подготовки дается полная характеристика профессиональной деятельности, включающая область, объекты, виды, задачи профессиональной деятельности, а также представлены требования к результатам освоения образовательных программ, в соответствии с которыми выпускник должен обладать определенным набором общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций. Результатом обучения выпускника являются усвоенные знания, умения, навыки и приобретенные компетенции.

Существует множество способов формирования общекультурных компетенций. Приоритет отводится социально-воспитательной работе. Известный педагог Н.Е. Щуркова в свете культурологического подхода к воспитанию определяет его как «организованное педагогом восхождение ребенка по ступеням культуры через неуклонное повседневное воспроизведение культурных достижений человечества». Именно социально-воспитательная работа создает развивающую среду, эмоционально насыщает, духовно обогащает жизнедеятельность обучающихся.

В Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ под образованием понимается единый целенаправленный процесс воспитания и обучения. При этом воспитание рассматривается как деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающегося на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил, и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства [6].

Формирование общекультурных компетенций происходит во всем образовательном пространстве образовательного учреждения высшего образования, важнейшей педагогической составляющей которого является внеучебная, в том числе социально-воспитательная деятельность студентов. Для этого образовательное учреждение высшего образования обязано:

- создать условия, сформировать социокультурную среду образовательного учреждения, необходимые для всестороннего развития и социализации личности;
- способствовать развитию социально-воспитательного компонента образовательного процесса, включая развитие студенческого самоуправления;
- обеспечить участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ, органах управления образовательного учреждения.

В рекомендациях Министерства Образования РФ по организации социально-воспитательной деятельности студентов акцент делается именно на создание полноценной педагогически воспитывающей среды формирования высоконравственной, граждански ответственной личности, на поиск и внедрение новых технологий, форм и методов этой составляющей образовательной деятельности университета [4].

Социально-воспитательная работа в образовательном учреждении высшего образования рассматривается как целостный процесс, направленный на формирование единого воспитательного пространства и социокультурной развивающей среды, создающей необходимые условия для мотивированного выбора студентами общественной, спортивно-оздоровительной, культурно-досуговой оздоровительной и других сфер деятельности, способствующих развитию профессионально и социально-значимых качеств и необходимых компетенций выпускников университета.

Системный подход к организации социально-воспитательной деятельности в университете предполагает взаимодействие различных структурных подразделений образовательного учреждения высшего образования, институтов, факультетов, кафедр, студенческих академических групп, органов студенческого самоуправления, кураторского корпуса по гармоничному развитию обучающихся, созданию необходимых условий и ресурсного обеспечения для индивидуального, социального и профессионального становления выпускников университета через разнообразие видов и направлений деятельности [2].

Социально-воспитательная работа образовательного учреждения высшего образования - важнейшая составляющая образовательного процесса. Ее смысл и назначение – целенаправленное, систематическое формирование личности будущего специалиста, подготовка ее к активному участию в общественной, производственной и культурной жизни.

Досуг молодежи существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу специфических потребностей и присущих этой демографической группе социально-психологических особенностей «молодежного сознания». Молодежь – социальная группа, жизнедеятельность которой характеризуется активным вступлением в самостоятельную жизнь, включенностью в новые социальные отношения, формированием мировоззрения, духовного облика, становления характера. Социально-воспитательная деятельность студенческой молодежи – это не только отдых и развлечение, но и активный процесс самопознания, самореализации, самовыражения.

Основные потребности этой возрастной группы – общение, выбор профессии и будущего спутника жизни, эмоциональная разрядка и отдых, участие в социально-значимых событиях и возможность самостоятельного решения проблем. Во временных коллективах досуг является существенным звеном социального воспитания личности, стимулом его творческого, интеллектуального, духовно-нравственного, физического развития, процессом, направленным на углубление и расширение знаний, гуманизацию чувств и поступков.

Под общекультурной компетентностью понимается способность успешно действовать при решении задач, общих для многих видов профессиональной деятельности. Особенность общекультурных компетенций заключается в том, что они дают возможность выпускникам образовательных учреждений высшего образования успешно реализовывать себя в различных сферах деятельности, быть более мобильными и востребованными на рынке труда.

Подбор методов формирования общекультурных компетенций в первую очередь зависит от функций, которые они выполняют: обучающую, развивающую, воспитывающую и др. Но нужно также помнить, что необходимо использовать активные и интерактивные методы обучения, разнообразные методы организации самостоятельной работы студентов. Примечательно, что один и тот же набор методов может способствовать формированию одновременно нескольких общекультурных компетенций, так как весь перечень общекультурных компетенций формируется не последовательно, а одновременно [1].

Формирование общекультурных компетенций обучающихся ВУЗа в системе социально-воспитательной работы, как правило, осуществляется посредством основных направлений социально-воспитательной деятельности таких, как гражданско-патриотическое воспитание, физическое воспитание и формирование здорового образа жизни, духовно-нравственное воспитание, правовое воспитание, интернациональное, поликультурное воспитание и профилактика экстремистских проявлений в студенческой среде, профессиональное и трудовое воспитание, культурно-эстетическое воспитание и развитие творческого потенциала обучающихся [3].

В данном вопросе интересен опыт НИУ «БелГУ», в котором разработан обобщенный перечень общекультурных (универсальных) компетенций обучающегося, формируемых в процессе социально-воспитательной работы на протяжении всего времени обучения в университете. К числу таких общекультурных компетенций относится владение культурой мышления, способность анализировать социально-значимые проблемы и про-

цессы, способность понимать движущие силы и закономерности исторического процесса, умение ориентироваться в современной культурной среде, уважительно относиться к историческому наследию и культурным традициям и др. Данные общекультурные компетенции представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Обобщенный перечень общекультурных компетенций обучающегося, формируемых в процессе социально-воспитательной работы НИУ «БелГУ»

<i>Вид компетенции</i>	<i>Содержание компетенции</i>	<i>Направление социально-воспитательной деятельности</i>
1	2	3
Ценностно-смысловые и политико-правовые	<ul style="list-style-type: none"> - осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; - осознание социальной ответственности за влияние своей работы на природу и общество, экологическую безопасность окружающей среды; - осознание меры своей ответственности, своих функций как участника общественно-политического процесса; - способность и готовность понимать движущие силы и закономерности исторического процесса, способность к пониманию и анализу мировоззренческих, социально и лично-значимых философских проблем; - умение ориентироваться в современной культурной среде; - умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы 	<p>Духовно-нравственное воспитание,</p> <p>гражданско-патриотическое воспитание,</p> <p>культурно-эстетическое воспитание и развитие творческого потенциала обучающихся</p>
Компетенции гражданственности	<ul style="list-style-type: none"> - готовность к соблюдению прав и обязанностей гражданина Российской Федерации, ответственному участию в жизни страны; - уважительно относиться к историческому наследию и культурным традициям 	<p>Гражданско-патриотическое воспитание,</p> <p>правовое воспитание</p>
Компетенции здоровьесбережения	<ul style="list-style-type: none"> - владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готовность к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; - владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий 	<p>Физическое воспитание и формирование здорового образа жизни</p>

1	2	3
Компетенции самоорганизации и само совершенствования	<ul style="list-style-type: none"> - умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; - иметь высокий уровень самоорганизации, проявление активности, стремление к самоутверждению, саморазвитию и самореализации 	Профессиональное и трудовое воспитание
Компетенции социального взаимодействия	<ul style="list-style-type: none"> - готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе; - готовность проявлять расовую, национальную, этническую, религиозную толерантность 	Интернациональное и поликультурное воспитание и профилактика экстремистских проявлений в студенческой среде, профессиональное и трудовое воспитание
Компетенции в общении	<ul style="list-style-type: none"> - владение технологией проведения основных видов делового общения; - умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; - способность в письменной и устной речи правильно (логически) оформить результаты мышления; - владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного 	Профессиональное и трудовое воспитание, культурно-эстетическое воспитание и развитие творческого потенциала обучающихся
Компетенции познавательной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; - стремление приобретать новые знания в области техники и технологии, математики, естественных, гуманитарных, социальных и экономических наук; - использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач 	Духовно-нравственное воспитание
Компетенции информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> - способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, осознание опасности и угрозы, возникающих в этом процессе, соблюдение основных требований информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - способность к восприятию информации, готовность к использованию основных методов, способов и средств получения, хранения, переработки информации 	Правовое воспитание

1	2	3
Системно-деятельностные	<ul style="list-style-type: none"> - знание регламентирующих документов системы менеджмента качества организации; - умение планировать и координировать свои и чужие действия для достижения цели; - умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности. 	Правовое воспитание

Системный подход к осуществлению воспитания обучающихся предполагает преемственность, взаимосвязь и координацию деятельности структурных подразделений ВУЗа, профессорско-преподавательского состава, кураторского корпуса, органов студенческого самоуправления, развитие различных форм сотрудничества ВУЗа с государственными, муниципальными, федеральными, молодежными структурами, общественными объединениями в укреплении основ нравственности и обеспечении духовной безопасности студенческой молодежи.

В формировании общекультурных компетенций обучающихся принципиально важным является непрерывное развитие их творческого потенциала в учебно-воспитательном процессе, в культурно-досуговой и общественной деятельности. Реализация этой задачи напрямую связана с созданием необходимых условий для всестороннего развития обучающихся, совершенствованием социокультурной инфраструктуры образовательного учреждения

Будущему профессионалу уже на студенческой скамье необходимо овладеть технологией социальной коммуникации, достижениями мирового и отечественного художественного наследия, сформировать собственную позицию по отношению к художественным практикам современности. То есть, речь идет не о простом обогащении студента разнообразными сведениями о культуре, а о формировании личности, имеющей собственный культурный образ и облик, способной к саморазвитию, умению адекватно реагировать на различные жизненные ситуации, реализовывать себя в конкурентном мире, вносить творческий вклад в культуру.

Литература

1.Ежова, Т. В. Формирование общекультурной компетентности студентов. Спецкурс/ Т.В. Ежова. - Оренбург, 2003.- 86 с.

2.Никулина, Н.Н Актуализация идей системного подхода в современной педагогической практике/ Н.Н. Никулина, М.Г. Давитян // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. № 115 (11). – С. 517-533.

3.Никулина, Н.Н Духовно-нравственные ценности современного образования : монография/ Н.Н. Никулина, Е.В.Крикун, Т.М. Стручаева, И.А. Белозерова, С.Н. Шевченко, А.А.Крисанов.- Белгород: Константа, 2016. – 308 с.

4.О рекомендациях по организации внеучебной работы со студентами в образовательном учреждении высшего профессионального образования: Письмо Министерства Образования Российской Федерации от 20 марта 2002 г. № 3053-1816 // «Консультант-Плюс». URL:<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=309092#0> (дата обращения: 04.03.2017).

5.Фролов, Ю.В. Компетентностная модель как основа оценки качества подготовки специалистов / Ю. В. Фролов //Высшее образование сегодня. – 2004. – № 8. – С. 34-41.

6.Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации (СЗ РФ). 2012. № 47. Ст. 2364.

СОВРЕМЕННЫЕ ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

А.И. Сивых

*Магистр 3 курса, факультета заочного образования,
Белгородский ГАУ им. В.Я. Горина*

Н.Н. Никулина

*кандидат педагогических наук,
заведующий кафедрой профессионального обучения
и социально-педагогических дисциплин
ФГБОУ ВО БелГАУ им. В.Я. Горина*

Профессиональные образовательные организации, на сегодня являются важнейшим фактором формирования нового качества общества. На фоне трансформации общества необходимо говорить о модернизации воспитания, которое в первую очередь строится на усовершенствовании структурных элементов воспитания: цели, содержания, источников воспитания, что соответственно повлечет за собой модернизацию всех остальных составных частей единого педагогического процесса. Анализ современных педагогических исследований и практика российского образования свидетельствует о возрастающем интересе к проблеме управления воспитательными системами в образовательных организациях, что обусловлено с одной стороны - историческими условиями, с другой стороны - проблемами жизнедеятельности человека.

Поэтому целостный педагогический процесс необходимо рассматривать в педагогической науке и практике с позиции науки управления, придавая ему строгий научно обоснованный характер. Справедливо утверждение многих отечественных и зарубежных исследователей о том, что управление реально и необходимо не только в области технических, производственных процессов, но и в сфере сложных социальных систем, в том числе педагогических.

Представление о понятии «управлении» раскрывается в таких характеристиках, как целенаправленное воздействие субъекта на объект управления; влияние управляющей системы на управляемую систему с целью перевода последней в качественно новое состояние; внедрение элементов научной организации педагогического труда. Сегодня на смену философии «воздействия» в управлении идет философия «взаимодействия», «сотрудничества», «рефлексивного управления».

Одной из составляющих подсистем управления образовательным процессом является воспитательная система, являющаяся неотъемлемой частью целостного педагогического процесса.

Современная профессиональная образовательная организация, которая как сложный социальный механизм отражает характер, проблемы, противоречия общества, но благодаря своему воспитательному потенциалу она способно помочь в определении ориентации личности студента.

Понятия «воспитание» и «управление» неразрывно связаны в целостном педагогическом процессе. Смысл управления заключается в целенаправленном воздействии на динамическую систему для осуществления в ней необходимых преобразований.

Мы можем выделить несколько наиболее главных принципов управления воспитательной системой: демократизация и гуманизация, системность и целостность, рациональное сочетание централизации и децентрализации, единство единоначалия и коллегиальности, объективность и полнота информации.

Система управления воспитательным процессом в учебном заведении среднего профессионального образования представляет собой четкую организационную структуру, охватывающую все направления деятельности. От того как, в свою очередь, будут взаи-

действовать элементы данной системы, во многом зависит успешное развитие личности будущего специалиста.

В условиях среднего профессионального образования воспитательная система является собой такой способ организации жизнедеятельности, который предполагает упорядоченность дидактического и воспитательного процессов их взаимопроникновение в соответствии с принятой педагогической идеей, совершенствованием и изменением характера сложных связей между компонентами системы.

Поэтому воспитательная система это, с одной стороны, психолого-педагогическая организация деятельности, с другой стороны, социально-педагогическая, которая влияет на студентов и как педагогический фактор (через преподавателей, лекции, учебники, домашние задания, классные часы), и как социальный (через социальные отношения в макро-и микросоциуме).

Воспитательная система профессионально образовательной организации социально-педагогический объект, упорядоченный не только относительно собственно педагогических целей, связанных с воспитанием студентов, но и относительно целей самого студента, связанных с удовлетворением актуальных потребностей личности, где системообразующим компонентом является учебно-производственная фирма в рамках среднего профессионального образования. Воспитательная система профессиональной образовательной организации имеет сложную структуру. Ее компонентами являются цели, выраженные в теоретической модели; деятельность, обеспечивающая ее реализацию; субъект деятельности, ее организующий и в ней участвующий; рождающиеся в деятельности и общении отношения, интегрирующие субъектов в некую общность; среда системы, освоенная субъектом, и управление, обеспечивающее интеграцию компонентов в целостную систему и развитие этой системы.

Моделирование личности будущего специалиста предполагает разработку критериев результатов деятельности на основе среднего профессионального образования: личностных, метапредметных, предметных. Конечным результатом этого становится подготовка студентов к самореализации и культуре жизненного самоопределения, проектирование и осуществление целесообразной и результативной деятельности, овладение основами наук и универсальными способами действий.

Содержание управления воспитательной системой в образовательных организациях составляют организация совместной деятельности студентов, преподавателей, родителей, работодателей; ориентация на общечеловеческие ценности; гуманизация отношений между людьми; индивидуальный прогресс в основных сферах личностного развития.

В управлении профессиональным образовательным учреждением применяются присущие ему как педагогической системе специфические функции. Под функциями управления понимают деятельность субъектов, осуществляющих полный технологический процесс управленческого цикла с целенаправленным достижением фактических результатов. Участники управления реализуют системные функции: информационно-аналитическую, мотивационно-целевую, плано-прогностическую, организационно-исполнительскую, контрольно-диагностическую и регулятивно-коррекционную.

Управление воспитательной системой средних профессиональных учреждений - это целенаправленное и планомерное взаимодействие управляющей и управляемой подсистем, направленное на достижение запланированного результата (цели). Эффективное управление воспитанием основывается на системном и компетентностном подходах.

Внедрение компетентностного подхода в систему профессионального образования направлено на улучшение взаимодействия с рынком труда, повышение конкурентоспособности специалистов, обновление содержания, методологии и соответствующей среды обучения.

К специфическим особенностям организации воспитательной деятельности в профессиональных образовательных организациях можно отнести:

- ориентированность на формирование социальной и профессиональной мобильности выпускника;

- перевод процесса воспитания в плоскость самовоспитания;
- компенсация недостаточной роли семьи в воспитании подрастающего поколения;
- профессиональная направленность учебно-воспитательного процесса.

К приоритетным направлениям воспитательной работы в условиях реализации современных ФГОС на основе компетентностного подхода следует отнести: профессиональное воспитание; гражданско-патриотическое воспитание; правовое воспитание, профилактику правонарушений;

нравственное воспитание; формирование здорового образа жизни, профилактику употребления психотропных средств; ученическое самоуправление.

Для каждого из направлений определены ценностные установки и планируемые результаты. При этом образовательное учреждение имеет возможность корректировать данные направления или дополнять их с учетом институциональных особенностей и направлений взаимосвязи процессов обучения и воспитания:

Управление воспитательной системой будет более эффективным при условии качественного методического обеспечения содержания управленческой подготовки студентов и педагогов и учете особенностей воспитательного процесса. Тогда создаются оптимальные педагогические условия, при которых каждый член педагогического и студенческого коллектива становится активным субъектом взаимодействия, приобретает самостоятельный опыт управленческой деятельности, самореализуется через участие в различных органах управления.

Литература

1. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительством РФ от 29 мая 2015г. №996-р.

2. Гордиенко, И.В. Духовно-нравственные аспекты профессионально-личностного становления студента в образовательной среде ССУЗа / И. В. Гордиенко // Духовно-нравственное воспитание учащейся молодежи в современных социокультурных условиях. Материалы всероссийской научно-практической конференции. Курск, Россия, 25-27 января 2010 г. – С.304-308.

3. Никулина Н.Н., Давитян М.Г. Актуализация идей системного подхода в современной педагогической практике / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета, 2016, №115. С.517-533

4. Никулина, Н.Н. Духовно-нравственные ценности современного образования : монография/ Н.Н. Никулина, Е.В.Крикун, Т.М. Стручаева, И.А. Белозерова, С.Н. Шевченко, А.А.Крисанов.- Белгород: Константа, 2016. – 308 с.

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ

В. В. Полунина,
*магистрант 2 курса факультета заочного образования,
Белгородский ГАУ имени В.Я.Горина*

Т. М. Стручаева
*кандидат педагогических наук, доцент,
доцент кафедры профессионального обучения и
социально - педагогических дисциплин,
Белгородский ГАУ имени В.Я.Горина*

На современном этапе социально-экономическая ситуация в Российской Федерации и порожденная ею потребность в модернизации образования ставят новые цели и за-

дачи перед системой образования страны, которая в свою очередь находится под пристальным вниманием государства и общества. Чтобы сохранить за собой позиции на внутреннем и мировом рынках России нужно поддерживать высокий уровень отечественного образования. Для этого немаловажно обеспечить результативное управление образовательными учреждениями. Образование, которое сегодня получает выпускник высшего учебного заведения, должно обладать инновационностью и конкурентоспособностью.

Для внедрения новых элементов в свою деятельность, образовательные учреждения на практике встретили серьезные противоречия между существующей потребностью в стремительном развитии и неумением руководителей это делать. Чтобы научиться эффективно управлять инновационным развитием учреждения, нужно, сначала разобрать и осмыслить саму суть таких понятий, как «новшество», «инновация», «инновационный процесс», которые совсем не так просты и однозначны, как это кажется на первый взгляд.

Новшество в образовании – может представлять собой педагогическое средство, метод, методику, технологии, программы. Под новшеством часто понимают целенаправленное передовое изменение. В других случаях новшеством называют само средство, введение которого в систему приводит к ее изменению.

Инновация (от латинского «*innovatio*») – нововведение, изменение, обновление) представляет собой внедрение новых или сильно усовершенствованных продуктов (товара, услуги) или процессов, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях. Под инновацией в образовании понимается нововведение, применение которого ведет к разрешению актуальной проблемной ситуации с целью обеспечения оптимизации учебного процесса, роста качества образования или организации подходящих условий усвоения материала.

Под инновационным процессом понимают слаженную деятельность по созданию, освоению, использованию и распространению новшеств. Инновационный процесс в сфере образования - это обновление и трансформация планов образования, содержания учебных программ, методов и методик, способов обучения и воспитания [1].

Трансформируя типизацию инноваций в образовании, специалисты Ожерельева Т. А., Илюшина Е. О. выделяют следующие факторы, влияющие на инновационную деятельность и на управление инновациями, это: организационные, технологические, мотивационные, информационные, интеллектуальные, технические. Необходимость и важность развития инновационной среды, активного использования инноваций в деятельности учебных заведений обуславливает актуальность исследований в области инновационного управления.

Медиаобразование – инновационная сфера выступает как важный фактор повышения эффективности дополнительного технического образования, его роли и места в общей системе модернизируемого образования. Ценностями медиаобразования становятся современные технические средства информации, как инновационная сфера оно является актуальным фактором современного образования. [2].

Практика показывает, действенным механизмом управления вузом и повышение его конкурентоспособности является оптимизированная система показателей, которая применительно к задаче управления вузом получила свое развитие в индивидуальной *сбалансированной системе показателей* [3]. С помощью такой системы можно рассматривать показатели деятельности организации и индивида как взаимосвязанный комплекс.

Основные составляющие системы – улучшение, развитие, обучение, тесно связаны между собой и должны уравновешивать друг друга.

Управление человеческими ресурсами. Критерием инновационности образовательного учреждения может служить рост интеллектуального капитала образовательного учреждения и инновационность персонала вуза в целом.

Повышение конкурентоспособности образовательной организации возможно за счет исследования и разработки механизмов формирования конкурентоспособности образовательной организации на основе организации интеллектуальных ресурсов.

Интеллектуальные факторы тесно связаны с управлением человеческими ресурсами. Потому что, именно человеческие ресурсы и управление ими основывают интеллектуальный капитал, который не входит в сферу кадрового учета и бухгалтерского учета.

Управление человеческими ресурсами приводит к росту компетенций персонала. Компетенции - основа инновационности. Компетентность определяет уровень и интеллектуальный потенциал персонала и учреждения.

Все больше в современном образовании применяется дистанционное образование и его методы. Одни учебные заведения, практикуют только дистанционное обучение, другие практикуют сочетание традиционного и дистанционного образования. Последние называют *бимодальными образовательными системами*. В бимодальных системах дистанционное образование внедряется в традиционную образовательную модель. Чаще всего в бимодальных образовательных организациях дистанционное образование управляется и администрируется специальным отделом организации [4].

Бимодальные образовательные системы – это оптимальное сочетание технологий исходя из специфики вуза и интеграции его учебных дисциплин. Именно такие системы являются инновационными.

Информационное управление вузом. Несмотря на длительную историю создания в вузах информационных систем поддержки управления и примеры успешного решения этой задачи в отдельных вузах, она по-прежнему считается одной из важнейших задач вузовской информатизации. Важность ее решения становится очень актуальна, в связи с внедрением в университетах стратегического планирования, создания системы управления качеством.

Для стабильного функционирования вуза нужна принципиальная информационная и аналитическая открытость системы управления, которая повышает уровень интеллектуальности и эффективность его поведения на рынке. С другой стороны, повышение информационной открытости системы управления понижает уровень четкости целей управления, и, значит, снижается целенаправленность ее функционирования. Поэтому, как считают специалисты, возникает объективная необходимость в разработке принципов, которые обеспечат устойчивое развитие процессов информатизации и внедрения информационных технологий во все сферы учебной, хозяйственной и управленческой деятельности в вузе. В этой связи, целесообразна следующая редакция основных принципов информатизации управления в учебных заведениях, рассмотрим некоторые из них.

Принцип информационной и аналитической открытости. Организационная система управления вузом должна быть максимально открытой для получения информации из всего спектра имеющихся внешних источников и для наращивания возможностей (методов и средств) ее аналитической обработки. При этом открытость системы следует трактовать в более широком смысле этого слова, т. е. открытая система должна адекватно реагировать на изменения внешней среды и функционировать в соответствии с данными изменениями, т. е. открытая система должна быть наделена свойством адаптивности.

Принцип прогнозирования. В организационной системе должны осуществляться информационно-аналитические методы прогнозирования тенденций развития внешней экономической среды и возникающих в ней проблемных ситуаций, а также оптимального планирования поведения вуза с учетом динамичности внешней среды.

Принцип умеренной жесткости управления. В организационной системе должна предусматриваться иерархическая или многоуровневая информационно-управляющая структура. Она строится по правилу: понижение требований к точности обработки информации по мере повышения уровня управления (и наоборот). На верхних уровнях наиболее высоким приоритетом располагают экспертные методы обработки информации, а на нижних уровнях организационная система управления должна наделяться механизмом самоорганизации, по крайней мере, горизонтальных связей на каждом уровне иерархии управления, обеспечивающем коллективные принципы принятия решений.

Принцип сохранения целостности и работоспособности. При разрыве, ослаблении или изменении отдельных связей между уровнями управляющей структуры организационная система должна оставаться работоспособной и продолжать функционировать, возможно, с некоторой потерей эффективности. Это может обеспечиваться механизмом самоорганизации, также в ней должен быть обеспечен переход функциональных обязанностей от одних к другим функциональным подразделениям.

Принцип обособленности (отделимости) функций управления. Каждая функция или задача управления потенциально отделяется от других функций, располагает некоторым уровнем автономности от других функций и закрепляется за назначенными исполнителями.

Принцип ограниченного покрытия. Потенциалы средств и методов информатизации должны "покрывать" все функции управления некоторым ограниченным числом информационно-технологических компонентов (подсистем). Компоненты организационной системы тесно взаимодействуют между собой, обеспечивая положительный результат, причем сложность и характер взаимодействия постоянно возрастают.

Принцип дополнительности. Он представляет собой сбалансированное сочетание компонентов организационной системы с требованиями функций управления.

Проанализированные принципы дают возможность снизить возможные риски ошибок в расстановке приоритетных задач в процессах информатизации, качественно определить влияние на устойчивость и целенаправленность управления таких ее характеристик, как уровень информационной и аналитической открытости, жесткость управления, компактность представления компонентов создаваемых информационных систем.

Информационное управление вузом может быть инновационным и не инновационным. Другими словами простое применение информационных технологий не повышает инновационность образовательной организации. Информационное управление вузом становится инновационным, когда создает технологическую или социальную инновацию.

Существенным показателем инновационного управления является инновационность образовательной организации как основа получения инноваций и инновационных методов в образовании.

Инновационный потенциал рассматривают также как совокупность различных видов ресурсов, включая материальные, финансовые, интеллектуальные, информационные, научно-технические и иные ресурсы необходимые для осуществления инновационной деятельности. Таким образом, уровень инновационности определяет качество инновационного управления и состояние инновационной деятельности образовательной организации [5].

Для обеспечения качественной подготовки в современных вузах становятся актуальными методы инновационного менеджмента. Инновационное развитие обуславливает применение инновационного управления как комплекса мер по повышению конкурентоспособности образования и повышения качества образования. Инновационность связана с использованием передовых методов и технологий и повышает уровень образования в вузе. Необходимо разделять управление самим вузом и управление передачей знаний. Использование информационных технологий, технологий управления, бимодальных систем и систем виртуального обучения становится инновационным только при получении положительного результата.

Белгородские вузы активно осваивают электронные средства в управлении процессом учения будущих специалистов. Это касается:

- внедрения дистанционного обучения и его элементов как в образовательный процесс со студентами заочной формы обучения, так и дневной;
- ведение электронного журнала куратора и преподавателя;
- общение со студентами в чате и форуме руководителей курсовых и дипломных проектов;
- консультирование студентов по интересующим их запросам;

- ведение личного кабинета студентов и его наполнение в виде "студенческого портфолио";
- внедрение системы "Пегас";
- размещение на сайтах вузов электронных вариантов УМКД;
- проведение студентами тренировочных тестирований для проверки качества знаний и др.

Современные возможности Интернета, электронные образовательные ресурсы позволяют поднять на другой уровень образовательный и воспитательный процессы. Но здесь мы находимся только в начале пути. Машины не заменят на 100% преподавателя, они - только помощники в подготовке современного специалиста.

Литература

1. Зарипова Г.М. Инновационные процессы в образовании // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XI междунар. науч.-практ. конф. Часть I. – Новосибирск: СибАК, 2011.
2. Майоров А.А., Куприянов А.О., Шкуров Ф.В., Атаманов С.А., Григорьев С.А., Дубов С.С. Виртуальное обучение при повышении квалификации специалистов // Управление образованием: теория и практика. 2013. №2. С. 102-111.
3. Рамперсард Х. Индивидуальная сбалансированная система показателей. – М.: ЗАО Олимп-бизнес, 2005.
4. Майоров А.А. Инновационное управление образовательным учреждением // Государственный советник. 2015. №1. С. 61-68.
5. Никулина Н.Н., Давитян М.Г. Актуализация идей системного подхода в современной педагогической практике // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 115. С.517-533.

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА И ПАТРИОТИЗМ: АКТУАЛЬНЫЕ СЮЖЕТЫ

А.В. Тупаев,

*старший преподаватель кафедры теоретической и прикладной политологии
Института философии и социально-политических наук
Южного федерального университета.*

Рассматривая феномен молодежной политики в современной России, принципы конструирования роли молодежи в политическом процессе, представляется важным раскрыть взаимодействие субъектов «власть – государство – молодежь» и молодежную политику как процесс. Основанием для описания принципов взаимодействия могут выступать политизированные процессы и концепты, воспроизводящиеся каждым из упомянутых субъектов, такие как: патриотизм, воспитание, гражданский долг, социальная роль и т.д., в данной статье рассуждения сконцентрированы на концепте патриотизма, который характеризует один из векторов формирования и реализации молодежной политики. Данные утверждения основываются на теоретических предположениях и аргументации, рассматривающих современную молодежную политику в России через формы политико-идеологического воспроизводства. Известно, что со времен СССР формирование государственной власти различными способами оказывает воздействие на формирование политических представлений среди молодежи; долгое время государство выступало монополистом в данной сфере деятельности, обладая развитой институциональной структурой в виде государственных образовательных учреждений; реализация молодежной политики не представляла труда. В современной России актуальность и потребность власти во влиянии на политическую социализацию молодежи приобретает явный идеологический фор-

мат; необходимость в этом обосновывается сложившейся социально-политической обстановкой в стране, которая требует от молодежи приемлемых для власти форм политического участия. Исходя из этого, молодежная политика характеризуется следующими политическими аргументами:

- Бюрократия. Являясь определенной системой реализации государственной политики, создает обособленный слой государственных служащих, функционал и значимость которых идеализирует государство. Обладая защищенностью от международной конкуренции, практически ни одна страна в мире не позволяет состоять на государственной службе не гражданам страны, что не скажешь о других сферах деятельности, бюрократия характеризуется одной из самых низких в истории производительностью труда. Исходя из этого, возникает вопрос об эффективности, в данном случае, молодежной политики на всех уровнях ее реализации, так как эта сфера требует максимальной социальной реакции и включенности в происходящие социальные процессы, в ином случае идейно-ценностное поле в молодежной среде будет не контролируемо государством. Реализация молодежной политики должна обретать многосубъектность и децентрализацию.

- Легитимность - есть процесс завоевания властью доверия у граждан, которое максимально распространяется на все институты государства. Оправдание существующего государственного строя является основной задачей политической клики для сохранения своего влияния, однако легитимность необходима и для противодействия политическому отчуждению; данные процессы определяют перечень задач молодежной политики в области инициации идеи гражданской ответственности, социального проектирования и солидарности. Особую актуальность приобретают масштабные социально-политические проекты, демонстрирующие единство и соучастие в решении проблем или судьбоносных решений для государства.

- Государственная стратегия. Представляет собой идеологический компонент государственной политики, включающий цели и задачи индивидов, групп и общества, которые достигаются и решаются по средствам функционирования государственных институтов (учреждений). Формирование государственной стратегии явно предполагает качество (образование, потребности, позиционирование) субъектов, которым предстоит ее реализовывать в обозримом будущем; следовательно, молодежная политика является подготовительной системой для реализации государственной стратегии и должна создавать объективные условия для формирования ценностно-идеологических установок. Однако проблема заключается в том, что многообразие векторов социального развития, которые могут формироваться в демократическом государстве, не может быть удовлетворено при монополии государства; иными словами, власть не может претендовать на универсальность предлагаемых ценностно-идеологических установок и должна конкурировать с иными социальными институтами, сообществами, а иногда и индивидами.

На основании вышеизложенного, можно утверждать, что молодежная политика в современной России приобрела ряд характеристик, которые приводят к излишней политизации и идеологизации ее элементов и содержания. Явным примером является патриотическое воспитание молодежи.

Процесс патриотического воспитания в современной России явно приобрел вид комплексного государственного подхода [1,2,3,]. Особенно активно патриотизм воспроизводится в молодежной среде. На сайте федерального агентства по делам молодежи представлено направление «Патриотическое воспитание молодёжи»[4]. Целью государственной политики в этом направлении является «формирование общественно-государственной системы, обеспечивающей приобщение российской молодёжи к ценностной ориентации, подразумевающей ответственность за судьбу своей Родины, сопричастность к её судьбе» [4]. Задачи не менее содержательны: подготовка к военной службе и сохранение памяти о Великой отечественной войне; сотрудничество молодежи с организациями ветеранов войны и труда; формирование отрядов (клубов, организаций) молодежи для нравственного,

патриотического и трудового воспитания; межнациональное и межконфессиональное согласие; воспроизводство культурно-исторических ценностей народов России.

В существующем постановлении Правительства РФ «Об утверждении государственной программы «патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» на 2016–2020 годы» [5] патриотическое воспитание представляет собой систему мер государственной политики, направленных на обеспечение необходимых условий для повышения гражданской ответственности за судьбу страны, готовности граждан к защите Родины. Призвано повышать уровень консолидации общества для решения задач обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития России, вовлечения граждан в процесс защиты, сбережения и укрепления могущества России. Продуктом данных конструктивистских методов формирования патриотизма среди молодежи должна стать динамика приобщения к исторически-культурным ценностям, готовность самопожертвования и активность в трудовой и социально-общественной деятельности.

Аргументы выступающих за необходимость формирования патриотизма как ценности у молодых людей при помощи государственных институтов можно свести к следующим тезисам: во-первых, в молодежной среде пересматриваются традиционные ценности, под воздействием процесса глобализации; во-вторых, снижается воспитательное воздействие государственных институтов, образования, культуры, армии; в-третьих, распространение либеральных ценностей, индивидуализма формируют критическое отношение к патриотизму; в-четвертых, формируется нейтральное, а порой и негативное отношение к историческим событиям и личностям России; в-пятых, падает авторитет государства в формировании социально-политических норм поведения. Существующий подход к воспроизводству патриотизма в социально-политических процессах современной России направлен на преодоление указанных выше негативных тенденций, явно свидетельствует об использовании патриотизма в качестве инструмента для политической мобилизации, легализации власти и обоснования существующего политического порядка. Содержание порядка основано на воспроизводстве исторически приемлемых для России форм политической традиции, фундаментальным элементом которой является доминирование государства и власти над индивидом. Анализируя особенности реализации государственных программ патриотического воспитания в молодежной среде, важен вопрос не только о конкретных целях и интересах, которые преследует власть, отражая их в различного рода заявлениях и стратегиях патриотического воспитания, но и о ценностно-идеологическом компоненте, который формируется посредством реализации государственной политики. Вопрос о мировоззренческих ценностях, которые формируются под воздействием патриотического воспитания, принципиален не с позиции действий индивида (празднование Победы в Великой отечественной войне, почитание исторического прошлого, военной мощи России и т.д.), а с позиции отношения индивида к власти, государству - в этом заключается сущность идеологического влияния политики патриотического воспитания.

Существующая риторика, воспроизводящаяся государственными органами в отношении значимости патриотического воспитания, сводится к сформировавшимся в советское время позициям и стереотипам о роли патриотизма. Рассуждения не выходят за рамки декларирования требований от индивида сделать как можно больше пользы своему Отечеству, развивать отрасли народного хозяйства в современном варианте импортозамещения, сакрально хранить национальное единство и государственную целостность, компрометировать западные ценности и образ жизни. Однако возможность регулирования социальных процессов, а в особенности ценностно-идеологических ориентаций индивида с позиции властно-управленческих решений, практически невозможна; существует множество сфер и возможностей проявлений собственной позиции индивида, в частности пространство Интернета. В такой ситуации использование конструктивистских способов формирования нравственно-патриотических настроений может привести к обратному процессу, связанному с отрицанием и понижением значимости ценности патриотизма, или к ложному воспроизводству, мимикрии; таких примеров достаточно в политических практиках современной России.

Таким образом, следует разводить ценность патриотизма для власти и индивида, понимать особенности формирования патриотизма в молодежной среде; государственная политика в сфере патриотического воспитания молодежи должна формироваться в процессе тщательной диагностики существующих ценностных и идеологических установок, не противоречить основам плюрализма, индивидуализму и свободному выражению политической позиций. Государственная политика тогда будет успешна, когда в рамках политикой конкуренции заинтересует молодежь предлагаемыми практиками политического участия и формированием актуальной повестки дня различными молодёжными объединениями.

Литература

1. Указа Президента России от 12.05.2009 № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года».
2. Указа Президента России от 01.06.2012 № 761 «О национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы».
3. Указа Президента России от 20.10.2012 № 1416 «О совершенствовании государственной политики в области патриотического воспитания».
4. Федеральное агентство по делам молодежи. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/activity/scope/2>.
5. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2015 года №1493 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://government.ru/docs/21341/>.

ПРОБЛЕМЫ ДИАГНОСТИКИ ВОСПРИЯТИЯ МОЛОДЕЖЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ

А. Э. Ушамирский,

кандидат юридических наук, доцент,

декан юридического факультета МБОУ ВО ВИЭПП

Конфликты составляют естественный элемент жизнедеятельности современной российской молодежи, что обусловлено, с одной стороны, особенностями социальной среды, динамично меняющейся по модели неравновесного турбулентного хаоса [1] посредством разрешения многочисленных разноуровневых противоречий. Молодежь, представляя собой социально-демографическую группу, постоянно существующую в состоянии становления и адаптации всегда находится на фронтире изменений, многие из которых противоречат ее объективно обусловленным потребностям и интересам. Так, например, фундаментальной потребностью молодых людей является жизненный успех, но социодинамика среды все чаще и во все возрастающем масштабе продуцирует барьеры для его достижения. В частности, реализуемые в России реформы, воспроизводят в расширенном виде новые формы социального неравенства, ограничивая доступ молодых людей к ресурсам и сокращая возможности их использования.

С другой стороны, в самой молодежной среде постоянно формируются новые источники социальных конфликтов, связанные с усилением неоднородности молодежной среды, ее дифференциацией по признакам, которые ранее не имели существенного значения. Так уже в молодежном возрасте проявляется демаркация по критерию доступа к современным информационным технологиям, отсутствие которого обретаем молодого человека на вечное социальное аутсайдерство («лузерство»). Еще более серьезным разграничителем становится фактор личных связей, поскольку протекционизм и nepoтизм превращаются едва ли не в самый важный карьерный ресурс и условие повышения социального статуса.

В сложившейся ситуации проблема исследования молодежных стратегий поведения в конфликтах превращается в одно из актуальных направлений социологии молодежи. И, несмотря на то, что многие ее аспекты рассмотрены в научных исследованиях, эта проблема требует дальнейшего анализа с использованием различных методов диагностики. Отдельные ее аспекты мы попытались рассмотреть в ходе исследования «Проблема защиты интересов молодежи в конфликтах», проведенного в Волгоградской и Белгородской областях методом анкетного опроса ($n = 500$) в 2016 году.

При этом, разрабатывая концепцию исследования, мы исходили из следующих теоретических и эмпирических предпосылок:

Во-первых, в течение нескольких лет нами был накоплен опыт социологической диагностики конфликтных процессов в молодежной среде (исследования: «Стратегии поведения студенческой молодежи в конфликтах» ($n = 510$) – проведено методом анкетного опроса в 2015 году в Волгоградской области; «Молодежные конфликты в обществе риска», осуществлено методом анкетного опроса ($n = 502$) в Волгоградской области в 2015 году; «Интересы современной молодежи», проведено методом анкетирования в Волгоградской области ($n = 501$), а также глубинного интервью молодых людей ($n = 30$) и работников органов государственной власти ($n = 25$) в 2016 году), который позволяет заключить: отношение молодых людей к конфликтам нестабильно, динамично меняется, а потому однажды полученные данные требуют постоянной корректировки, как, впрочем, и большинство результатов исследований, проведенных в других областях жизнедеятельности молодежи;

Во-вторых, количественные методы социологических измерений дают лишь ограниченное представление о диспозициях молодых людей в социальных конфликтах. Прежде всего, потому, что исследуется крайне сложная сфера массового сознания. Характер обсуждаемых в данной связи проблем весьма деликатен, а потому трудно ожидать необходимой искренности от респондентов; их ответы требуют качественной интерпретации, профессиональной экспертной оценки;

В-третьих, результаты исследований, полученных в двух российских регионах, ошибочно «в чистом виде» экстраполировать на другие субъекты Российской Федерации, ситуация в которых может существенно отличаться вследствие не только объективных условий (уровень и качество жизни, этнический состав и т.п.), но и степени эффективности молодежной политики, реализуемой на государственном и муниципальном уровне.

Тем не менее, исследования позволяют выявить некоторые общие тенденции реализации стратегий поведения молодежи в конфликтах.

Диагностика подтверждает, что абсолютное большинство молодых людей (96%) имеет опыт участия в конфликтах, что вполне естественно и определяется высоким уровнем конфликтности современной социальной среды. Однако весьма примечательно, что «зона конфликтов» ограничивается для молодежи преимущественно соседско-родственным окружением. Молодые люди наиболее часто выступают в конфликты с членами своей семьи, родственниками и крайне редко – в конфликты с руководителями и представителями власти. В частности, если с родственниками 70% респондентов вступают в конфликты, по меньшей мере, один-два раза в месяц, то с руководителями это делают лишь 18%.

Эти данные весьма специфическим образом подтверждают вывод о том, что современная молодежь успешнее «взрослых» адаптируется к внешней среде. Е.В. Реутов, в частности, подчеркивает: «Молодежь ... отличается более высокими адаптивными способностями, нежели старшие возрастные группы». Он отмечает, что основными адаптационными факторами в молодежной среде выступают незавершенность, высокий уровень мобильности, естественный оптимизм, незавершенный семейный статус и ограниченность семейных ролей, пластичность мировоззренческой и ценностно-нормативной систем, меньший уровень рефлексивности [2, с. 82 - 83].

Сравнительно высокая адаптационная способность молодежи определяется особенностями ее мировосприятия. Но, вероятно, эта способность, обуславливая, кроме всего прочего, минимизацию конфликтов с участием молодежи, наиболее ярко

проявляется на макроуровне; на микроуровне она не препятствует конфликтному противостоянию. Более того, мы полагаем, что издержки сравнительно успешной социальной адаптации к общественным условиям в целом (а такие издержки, несомненно, имеют место и выражаются в вынужденном конформизме) молодые люди пытаются более или менее успешно сублимировать конфликтами с близкими и – часто еще в большей степени – со своими сверстниками.

В ходе диагностики выяснилось, в частности, что «пространство молодежных конфликтов» захватывает в первую очередь улицу, сетевые сообщества и досуговые учреждения. Здесь чаще всего вступают в конфликты соответственно 30%, 26% и почти 23% респондентов (таблица 1). Подобная «география конфликтов», на наш взгляд, весьма примечательна и в значительной мере отражает социальные приоритеты молодежи, которые, лежат главным образом за пределами сфер, обеспечивающих профессиональное развитие посредством трудовой деятельности. Это предметно-практические, реальные области самореализации, включение в которые предполагает участие в воспроизводстве традиционных общественных продуктов. Но они становятся для молодых людей все менее значимыми, отступая на второй план по сравнению со сферами общения, досуга, особенно в тех их вариантах, которые представлены в виртуальной среде. Именно в этих сферах главным образом и самореализуется молодежь.

Очевидно, что и предметы конфликтов в данном случае претерпевают заметные метаморфозы. Они все реже увязываются с распределением материальных ресурсов, и все более переносятся в область сознания. И показательно, что чаще всего в качестве основной угрозы своим интересам (а любой конфликт связан с подобными угрозами) молодые люди рассматривают ложь и клевету (18%).

Таблица 1.

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Где чаще всего происходят конфликты с Вашим участием?»

Где чаще всего происходят конфликты с Вашим участием?	Количество	
	абс.	%
Образовательное учреждение	2	0.40%
Семья	54	10.80%
Улица	152	30.40%
Сетевое сообщество	132	26.40%
Досуговые учреждения	114	22.80%
Место работы	87	17.40%
Затрудняюсь ответить	236	47.20%
Не ответили	3	0.60%
Всего	500	100.00%

Таким образом, конфликты с участием молодежи – это чаще всего – конфликты, которые носят ценностный характер, и связаны с особенностями самореализации молодых людей преимущественно за пределами трудовой сферы. Это главным образом горизонтальные конфликты, в которых конфликтанту противостоят люди одинакового статуса, что, впрочем, не делает конфликт менее острым, чем конфликты, развертывающиеся по вертикали. Более того, как свидетельствует практика, в этих конфликтах нередко встречаются проявления крайней агрессии и жестокости [3, с. 1, 7].

Вполне естественными в данной связи являются вопросы: в какой мере молодые люди способны адекватно оценить ситуацию конфликта, и какую стратегию поведения в нем они чаще всего выбирают?

Проведенное исследование показало, что большинство молодых людей (60%) убеждены: они всегда или чаще всего способны правильно оценить угрозы своим интересам в конфликте. Представляется, что подобная оценка является довольно критичной и, вероятно, довольно близка к реальному положению дел.

Большая часть молодых людей, по нашему мнению, обладает достаточно высоким уровнем интеллекта и, хотя и ограниченным, но достаточным жизненным опытом для того, чтобы оценить в ходе конфликта собственную позицию и позицию других участников. Этому способствует, в частности, высокий уровень прагматизма молодых людей, предпочитающих абстрактным рассуждениям реальную оценку действительности. Прагматизация молодежного сознания нередко рассматривается в качестве его негативной характеристики. Не отрицая того обстоятельства, что прагматизм (особенно в его гипертрофированной форме) – явление не вполне коррелирующее с отечественной культурной традицией, мы видим и позитивные следствия его распространения. Прагматизм избавляет молодого человека от иллюзий, стимулируя к рациональному освоению реальности. Это весьма важно в современном мире, характеризующемся массовым распространением симулякров и фальсеоинтеракций, представляющих собой особый тип социального взаимодействия, «в основе которого лежит осознанность фальши (лжи, обмана) и добровольное принятие этой лжи за истину обеими сторонами коммуникации» [4, с. 76].

Весьма полезным оказывается прагматизм в конфликтных ситуациях, где крайне важно адекватно представлять различные аспекты сложных форм взаимодействия. В том числе – возможности защиты собственных интересов.

Респонденты по-разному оценивают свои способности анализировать конфликт, определять перспективы его разрешения. Чаще всего они позитивно характеризуют навыки выявления угроз, определения их источников. Гораздо реже – способность уходить от противоборства, достигать компромиссы, находить общие интересы и сторонников, на которых можно положиться в процессе защиты интересов (таблица 2).

Таблица 2.

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что Вам лучше всего удастся в ходе конфликта?»

Что Вам лучше всего удастся в ходе конфликта?	Количество	
	абс.	%
Определить причины конфликта	81	16.20%
Вывить угрозы и опасности своим интересам	196	39.20%
Определить источник угроз	118	23.60%
Разъяснить участникам свою позицию	49	9.80%
Договариваться	6	1.20%
Добиваться своих целей	1	0.20%
Понимать позиции других участников	2	0.40%
Находить общие интересы	12	2.40%
Находить сторонников	2	0.40%
Уходить от противоборства	2	0.40%
Достигать компромиссы	1	0.20%
Затрудняюсь ответить	44	8.80%
Не ответили	1	0.20%
Всего	500	100.00%

По нашему мнению, в этом распределении ответов отчетливо отражаются тенденции, определяющие развитие современной российской молодежи. Прежде всего, тенденция к ее атомизации. Характеризуя ее, Т.И. Морозова пишет: «В молодежной среде нарастают процессы «атомизации», выражающиеся во все большей «замкнутости» молодых людей на самих себя, в снижении значимости коллективистских ценностей. Молодежь все меньше рассчитывает на поддержку извне, предпочитает верить в свои силы. Эта установка, рассматриваемая вне контекста проблемы самоорганизации, может быть квалифицирована как позитивное явление. Но нельзя не учитывать, что ориентация на собственные силы в реальной жизни нередко оборачивается более или менее сознательным дистанцированием от окружающих, недооценкой фактора помощи и поддержки с их стороны» [5, с. 71].

Атомизация существенно затрудняет коммуникации в молодежной среде, мешая молодым людям находить общий язык с различными контрагентами, в том числе и осуществлять компромиссные решения в ходе конфликтов. Более того, мы полагаем, что атомизация снижает уровень социальности поведения молодежи, исходя из того, что социальное действие – это действие, которое (по М. Веберу) в обязательном порядке предполагает учет реакции «других». Отказ от такого учета создает проблемы, в том числе и связанные с нарастанием конфликтности и неспособностью продуктивно решать конфликты.

Исследование показало, что возможности защиты своих интересов в конфликтах молодые люди чаще всего связывают с семейно-родственной поддержкой и помощью друзей (таблица 3). Семейно-родственное окружение в данной связи выступает для молодых важнейшим источником формирования и воспроизводства социального капитала, дефицит которого они постоянно ощущают в процессе реализации жизненных стратегий и защиты собственных интересов.

Таблица 3.

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что чаще всего позволяет Вам противостоять угрозам?»

Что чаще всего позволяет Вам противостоять угрозам в конфликтах?	Количество	
	абс.	%
Сила воли	40	8.00%
Поддержка власти	27	5.40%
Физическая сила	47	9.40%
Вера	32	6.40%
Поддержка друзей	180	36.00%
Поддержка семьи, родственников	189	37.80%
Жизненный опыт	18	3.60%
Ясное понимание целей	27	5.40%
Знания	33	6.60%
Затрудняюсь ответить	14	2.80%
Не ответили	1	0.20%
Всего	500	100.00%

Подобная ориентация является универсальной и подтверждается на различных этапах диагностики. В частности, в ходе глубинного интервью молодых людей (исследование «Интересы современной молодежи», проведенное в Волгоградской области (2016 год, n = 501), шесть из тридцати участников заявляли, что в конфликтных ситуациях

следует реально рассчитывать только на семью и родственников. Типичными являлись такие высказывания: «Надеяться можно только на родителей, они поддержат своего ребенка в любом случае. Надеяться не стоит на посторонних людей» (юноша, студент, 20 лет). «Надеяться можно только на родителей. На друзей полагаться не стоит, потому что они могут не поддержать вашу точку зрения» (девушка, школьница, 15 лет). «Рассчитывать надо на родителей или близких членов семьи, редко - на друзей, так как семья - первая линия защиты» (юноша, служащий, 25 лет).

Таким образом, выстраивая стратегию своего поведения в конфликтах, молодежь ориентируется не столько на свои возможности, но, главным образом, на возможности референтного окружения. Однако ограниченность последних минимизирует перспективы успешного разрешения конфликтных ситуаций.

Литература

1. Пригожин И. Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. - М.: Прогресс, 1986. - 432 с.
2. Реутов Е.В. Молодежь: адаптация к экономическому кризису // Молодежь и общество. - 2009. - № 4. - С. 82 – 83.
3. Емельяненко В., Лебедева Н. 2107. Что делать с детской жестокостью? Чучело-2 // Российская газета. - № 88. - С.1, 7.
4. Каширина М.В. Современный российский вуз как сфера генезиса фальсеоинтеракций // Социология образования. - 2014. - № 10. - С. 76 - 86.
5. Морозова Т.И. Регулирование процессов самоорганизации молодежи в социокультурном пространстве региона. – Белгород: Издательский дом «Белгород», 2012. – 360 с.

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Н.В. Агаркова,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры маркетинга и логистики, ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

В статье рассматривается как комплекс маркетинговых мероприятий, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятия, экономически и социально высокую конъюнктуру его товара. С помощью своих инструментов маркетинговая политика эффективно влияет на формирование прибыли субъектов хозяйствования для последующего их развития и платежеспособности при полном удовлетворении потребностей потребителей.

В условиях европейской интеграции предприятие как субъект хозяйствования является базовым звеном производственной системы страны, ведущей движущей силой экономического прогресса, который должен обеспечить жизненные интересы государства, его бюджет, рабочие места, доходы работников. Эффективность развития предприятия зависит от правильного выбора стратегии развития и научно обоснованной политики ее реализации. В связи с этим каждое предприятие должно активно воплощать в жизнь многогранную политику своего развития. К основным ее аспектам целесообразно отнести производственно-организационную, инновационно-инвестиционную, маркетинговую, внешнеэкономическую политику, мотивацию трудовой деятельностью и т. п.

Таким образом, исходя из требований времени, при постепенном переходе к постиндустриальному развитию политика предприятия приобретает большую диверсификацию. Наряду с традиционными аспектами (производственно-организационными, технологическими, кадровыми, социальными) политика предприятия сейчас включает такие новые направления, как инновационное, налоговое, маркетинговое, инвестиционное, экологическое и др.

В условиях усиления международной интеграции и глобализации экономических процессов значительно повысилась роль маркетинговой политики. Ведь именно она благодаря планированию и проведению эффективных мероприятий в области исследования спроса, товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, а также организации стратегического планирования и контроля за поведением товара, конкурентов и потребителей на рынке и получения эффективного конечного практического результата (прибыли), обеспечивает конкурентоспособность и платежеспособность предприятия, экономически и социально высокую конъюнктуру его товара или услуги.

Маркетинговая политика непосредственно приводит уровень развития маркетинговой деятельности на предприятии, который зависит от наличия подготовленных специалистов в области маркетинга, эффективности деятельности соответствующего звена в организационной структуре управления, от качества маркетинговых исследований. Маркетинговая политика включает следующие основные инструменты, которые непосредственно влияют на формирование прибыли предприятия и при полном удовлетворении потребностей потребителей. Основные инструменты маркетинговой политики предприятия можно сгруппировать следующим образом (табл. 1).

Данная таблица демонстрирует мероприятия, направленные на поставку товара потребителям и взаимосвязаны между собой в процессе деятельности предприятия. Товарная и ценовая политика предприятия предопределяет позиционирование предприятия

на рынке, коммуникативная обеспечивает имидж товара и предприятия, а распределительная – осуществляет эффективность реализации ее продукции. То есть, инструментальный маркетинговой политики предприятия работает на повышение конкурентоспособности предприятия и удовлетворения потребностей потребителя для того, чтобы, получить прибыль для дальнейшего своего развития.

Таблица 1

Инструменты маркетинговой политики предприятия

Товарная политика	Ценовая политика	Коммуникативная политика	Распределительная политика
Проектирование и разработка товара. Планирование продукции. Дизайн товара. Качество товара. Упаковка товара. Деференциация товара. Ассортимент товара. Номенклатура товара. Гарантийное обслуживание товара.	Формирование цен на товар. Система скидок и надбавок. Условия поставки товара и его оплата. Кредиты. Деференциация цен. Стратегия низких цен. Стратегия средних цен. Стратегия высоких цен. Система стимулирующих цен.	Реклама. Характер носителей рекламы. Материальное стимулирование продаж. Прямая реклама. Размещение рекламы товара. Личные продажи. Эффективность. Спонсорство.	Поведение на рынке. Анализ и выбор каналов распределения. Сбыт продукции. Местонахождение рынков и потребителей. Качество хранения готовой продукции. Выбор посреднических организаций по распределению товара. Поставки продукции.

Совершенно очевидно, что эффективно разработанная маркетинговая политика предприятия позволяет ему:

- изучить существующую ситуацию на рынке и конкретизировать направления его развития в будущем;
- разработать и успешно выполнить конкретные маркетинговые программы;
- повысить конкурентоспособность продукции и определить предприятия на рынке.

Как важное направление хозяйственной деятельности предприятия, маркетинг начал развиваться в индустриальных странах еще в XIX в. С развитием производительных сил, активизацией международных интеграционных процессов и обострением конкурентной борьбы на национальных и международных рынках его сфера существенно расширилась. Формирование мирового экономического пространства, создание международных экономических союзов и транснациональных компаний, развитие процессов глобализации привели к формированию в мировом хозяйстве достаточно сложной, очень разветвленной иерархически организованной системы маркетинга. В ней выделяется в настоящее время, по крайней мере, четыре основных уровня реализации маркетинговой деятельности: международный, национальный, национально-региональный, уровень хозяйствующих субъектов. Экономический рост страны базируется, в частности на расширенном воспроизводстве отечественного производителя, усилении экономической самостоятельности и активности каждого предприятия, внедрение многоаспектной политики повышения его доходности. В этом контексте при вхождении экономики в систему рыночных отношений важно постоянное совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (фирмы), которая связана с созданием и расширением ассортимента и улучшением качества товаров, их распределением и потреблением; формированием ценовой политики; системы соответствующих коммуникаций; изучением рынка и т. п.

Заинтересованность ученых, специалистов-практиков проблемами маркетинга как науки об управлении рынком значительно возросла в последние годы в связи с формированием мировых рынков, усложнением и диверсификацией их структуры и обострением конкурентной борьбы.

Как философия бизнеса, маркетинг означает ориентацию всей деятельности предприятия - от проектирования до производства и сбыта товаров - на удовлетворение спроса потребителей. Маркетинг, который используется для разработки и принятия управленческих решений, является базой и эффективным средством повышения эффективности хозяйственной деятельности и платежеспособности предприятия.

Сегодня маркетинг - это одна из важнейших функций управления и основа успеха предприятия в условиях рыночных отношений, направленная на обеспечение конкурентоспособности предприятия и эффективное взаимодействие его с потребителями. Как видим, маркетинг - слишком сложное, динамичное и многоплановое явление. В настоящее время существует около 2 тыс. определений, наиболее распространенными среди них являются следующие (таблица 2).

Таблица 2

Распространенные определения маркетинга

Автор	Определение
Котлер Ф.	Маркетинг - вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей потребителей путем обмена
Американская ассоциация маркетинга	Маркетинг - это процесс планирования и увеличения плана, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг путем обмена, удовлетворяя цели отдельных граждан и организаций
Эванс Дж.Р.	Маркетинг - это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории, идеи посредством обмена
Ламбен Ж.Ж.	Маркетинг - это одновременно философия бизнеса и активный процесс. Маркетинг - это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путем обеспечения конкурентного обмена товарами и услугами, которые представляют ценность для покупателей
Мефферт Х.	Современная, обобщающая и одновременно широкая интерпретация маркетинга отождествляет маркетинг с любой формой обмена между двумя участниками сделки. Маркетинг - это ориентированное на рынок управления предприятием, заключается в планировании, координации и контроле всей деятельности предприятия, связанной с действующими и потенциальными рынками
Кулаков С.Н.	Суть современного маркетинга - это предпринимательская деятельность, превращающая потребности покупателя в доходы предприятия
Район В.	Маркетинг может быть определен как деятельность, посредством которой изучают потребности, создание товаров и услуг, задовольняя эти цели, как и формирование, а отсюда - расширение спроса на эти товары и услуги

Нужно отметить, что эти и другие авторы основным ориентиром маркетинговой деятельности определяют спрос, то есть удовлетворение потребностей потребителей. Общим в большинстве определений этого понятия является то, что маркетинг относится к сфере управления в области планирования, координации и контроля всей деятельности

предприятия (производственной, финансовой, сбытовой), направленной не только на получение прибыли, но и на удовлетворение потребностей потребителей.

Каждое предприятие свою деятельность направляет на конечный практический результат (получение прибыли), как это подчеркивают многие специалисты, но в рыночных условиях получения прибыли для предприятия не является главной целью. Для предприятия параллельно с получением прибыли в большей степени необходимо увеличение объема выпуска продукции, который связан с повышением постоянно меняющегося спроса на нее и удовлетворением потребностей конечных потребителей. В связи с этим, на предприятии больше внимания необходимо уделять не максимизации прибыли, а именно потребностям потребителей, удовлетворить которые можно с помощью высокого уровня организации управления, планирования производства, внедрения инноваций и новейших технологий, что в свою очередь активно повлияет на получение большего объема прибыли.

Исходя из этого, предприятия изучают спрос конечных потребителей на продукцию путем осуществления современного менеджмента, сбыта, маркетинга, которые, в свою очередь, ориентированы на применение новых прогрессивных технологий, инноваций. Именно последние способствуют повышению производительности труда и улучшению качества продукции на каждой стадии производственного процесса.

Целесообразно отметить, что в последние годы растет интерес к маркетинговым исследованиям. Маркетинговые исследования для каждого субъекта хозяйствования нужны для того, чтобы получить правдивую информацию, а именно: о рынке товаров или услуг, тенденции развития рынка, о потребителях этих товаров или услуг, о выводе новых продуктов на рынок, как регламентировать данный товар и тому подобное.

Традиционно маркетинговые исследования делятся на два метода: количественные и качественные. Количественные методы (методы интервью и прямые методы сбора данных), как правило, базируются на экстраполяции выборной совокупности данного рынка. Таким образом, разработка выборки должна быть обоснованной. Качественные методы (фокус-группы, глубинные интервью, наблюдение) применяются для изучения мотивации потребителей и проводятся на небольших выборках. Результатом таких методов является выявление и изучение глубинных чувств потребителей, позволит исследователю понять их мотивы и поведение. В целом же маркетинговые исследования обеспечивают конкурентоспособное положение предприятия на рынке товаров, услуг с учетом состояния внутренней и внешней среды. Именно маркетинговые исследования помогают быстрее адаптироваться предприятию к рыночным отношениям, учитывая состояние рынка и требования конечного потребителя.

Структурно маркетинговые исследования состоят из двух главных направлений исследования: характеристик рынка и внутренних потенциальных возможностей предприятия. Все результаты маркетинговых исследований связанные с принятием правильных управленческих решений по уменьшению риска предприятия и обеспечения потребностей потребителя. Значение маркетинговых исследований в современных условиях усиливаются еще и тем, что возрастает роль фактора неопределенности в организации и управления хозяйственной деятельностью предприятия, повышается изменчивость экономического и социального поведения субъектов маркетинговой системы.

Управленцы, прибегающие к маркетинговым исследованиям, должны привлекать высококвалифицированных специалистов, чтобы получить нужную информацию и по доступной цене. Поэтому очень важно знание технологии проведения маркетинговых исследований, их планирование и умелое проведение интерпретации полученной информации. Именно маркетинговые исследования используются для повышения производительности предприятия и эффективного удовлетворения потребностей конечного потребителя. Маркетинговые исследования имеют такие два главных направления: исследование характеристик рынка, исследования внутренней деятельности и потенциальных возможностей предприятия, то есть его маркетингового потенциала. Считается, что

маркетинговый потенциал представляет собой совокупность маркетинговых ресурсов и маркетинговых возможностей предприятия, эффективное применение которых обеспечивает достижение корпоративных целей [4].

Маркетинговый потенциал предприятия представляет собой комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на достижение предприятием конкурентных преимуществ. К такому комплексу относят маркетинговую информационную систему, планирования маркетинга, маркетинговый инструментарий (сегментация рынка, выбор и определение целей, позиционирования), управление комплексом маркетинг-микс, контроль маркетинга и тому подобное.

Маркетинговые возможности являются количественной оценкой уровня маркетингового потенциала предприятия, направленной на совершенствование управления маркетинговой деятельностью для того, чтобы достичь эффективности в его хозяйственно-финансовой деятельности.

Маркетинговые возможности оцениваются посредством проведения таких видов анализов, как ситуационный анализ, экспертные оценки, STEP-анализ, SWOT-анализ, GAP-анализ и другие. Все результаты маркетинговых исследований предназначены для принятия руководством правильных управленческих решений по повышению производственно-хозяйственной активности предприятия для того, чтобы конечный практический результат (прибыль) позволил субъекту хозяйствования (далее - СХ) работать над инновационным развитием, расширенным воспроизводством его производства и при этом удовлетворять потребности потребителя.

На маркетинговую деятельность в значительной мере опирается производственно-хозяйственная активность предприятия. Такие исследования обуславливают производственные достижения СХ, основными критериями которых являются показатели: производительность труда, фондоотдача, оборачиваемость производственных запасов, оборачиваемость собственного капитала, оборачиваемость средств в расчетах: соотношение выручки от продажи продукции к объему дебиторской задолженности, а также показатели оценки доходности предприятия, коэффициент прибыльности собственного капитала, операционная рентабельность продаж, рентабельность основной деятельности, коэффициент доходности активов и другие показатели.

Низкий уровень этих показателей свидетельствует о неустойчивом положении предприятия на рынке и предупреждает потенциальных инвесторов и кредиторов о нецелесообразности партнерства с ними. Итак, производственно-хозяйственная деятельность предприятия, основанная на систематических и достоверных результатах маркетинговых исследований, является эффективной и имеет наименьший риск при ее выполнении.

В современных условиях развития проведение маркетинговых исследований затрудняют следующие проблемы:

- политическая нестабильность и несовершенство правовой базы ;
- несформированность конкурентной среды;
- недостаточность времени для их проведения;
- отсутствие необходимых ресурсов (персонала, материального, технического обеспечения, бюджетных средств) и информационного обеспечения.

В то же время, как отмечалось выше, маркетинговые исследования являются важной предпосылкой повышения прибыльности и конкурентоспособности СХ, а значит и национальной экономики в целом.

В начале 90-х годов XX века начался процесс глобализации маркетинга. В 1992 г. В Австралии состоялась международная конференция по глобальному маркетингу, которая провозгласила: "Маркетинг означает бизнес", "Маркетинг - это все". В развитие маркетинга как науки, искусства и философии внесли значительный вклад зарубежные и отечественные специалисты Б. Берман, М. Брук, Г. Багиев, А. Войчак, А. Вайман, Х. Гренросс, Д. Гарст, С. Горковенко, Е.Голубкова, И. Герчикова, Дракер, П. Завья-

лов, Ф. Котлер, П. Катеора, В. Кретов, Ж. Ламблен, Т. Левит, Х. Мефферт, Дж. Эванс, В.Е. Хруцкий, А. Павленко и другие. Авторы Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн считают, что маркетинг в современных условиях должен выступать как совокупность факторов роста производительной деятельности предприятия (фирмы) и широко рассматривают его сущность, а именно:

- маркетинг, как философия взаимодействия и координации предпринимательской деятельности;

- маркетинг как концепция управления;

- маркетинг как средство обеспечения преимуществ в конкурентной среде;

- маркетинг как метод поиска решений.

Изложенное выше позволяет подчеркнуть, что основное назначение маркетинга - это постоянное развитие процесса обмена и взаимовыгодность обмена для всех участников-партнеров. В современных условиях все большее внедрения приобретает маркетинг как метод поиска решений в практической сфере повышения конкурентоспособности продукции. Особенно четко такие черты маркетинга проявляются при инновационном, творческом, нестандартном подходе к процессу создания целостного образа этого бренда. Между стандартным (классическим) и нестандартным подходами в маркетинговых исследованиях нет противоречий, они усиливают и дополняют друг друга. Классический подход базируется на классическом мышлении, доводит до логического завершения новые, нестандартные разработки. Такие нестандартные подходы важны тогда, когда известны: целевой рынок, его размеры, потенциальные покупатели, конкуренты, товар (услуга) и др. В контексте отдельных элементов маркетинг-микс Ф. Котлер и Фернандо Триас де Без предлагают взглянуть на каждый из них с другой, нетрадиционной стороны. Например, уровень рынка рассматривается в следующих аспектах:

- полезность товара питания (сыр) рассматривать еще и с точки зрения медицинской полезности (пополнение организма необходимым элементом - кальцием);

- расширение целевой аудитории, например, выпускать йогурты и для малышей в возрасте до одного года и тому подобное.

Целесообразно применять нестандартные подходы к качеству и виду товара. Например, если в один из товаров добавить частицу «не», то такой полезный продукт для здоровья, как кофе, превратится в кофе без кофеина. На основе нестандартного подхода важен принцип «расширения ассортимента» меняется на принцип «научно-технического» усовершенствования с существенным расширением функций уже известных видов продукции.

Производство товара зависит от многих факторов и, в первую очередь, от формирования цены. Цена является сердцевинной любого хозяйственного механизма, так как она влияет на движение материальных потоков, распределения товарной массы, уровень благосостояния населения, является суммой, которую потребитель платит за конкретный товар. В свою очередь цена, как экономическая категория, имеет двойственный характер: с одной стороны, в основе цены лежит классическая теория стоимости, с другой - цена определяет полезность (ценность) товара через спрос на него.

В условиях нестандартного подхода меняется и формула ценообразования, (то есть, несмотря на то, какой вид работы выполняет клиент, он платит за определенное время работы на компьютере), а также форма распространения товаров. Например, осуществить покупку продуктов питания можно на автобусных остановках, автозаправках. Предприятия, использующие нестандартный подход к маркетинговой деятельности, безусловно, будут более конкурентоспособны. И сегодня предприятию для создания своих позиций на рынке желательно было бы менять «содержание» действующих товаров, а не заниматься разработкой новых. Ведь создание новых товаров требует больше материальных вложений, увеличивает расходы и снижает их доходность.

Непосредственное положительное влияние маркетинга на прибыльность, а значит, и конкурентоспособность субъектов хозяйствования определяет его важность в эко-

номическом механизме функционирования СХ. Ведь конкурентоспособность в рыночной экономике является решающим фактором коммерческого успеха предприятия. Участие в торговом процессе конкурирующих между собой предприятий, организаций торговли требует от них разработки и реализации такой стратегии поведения, которая бы обеспечила высокий уровень конкурентоспособности субъектов хозяйствования на потребительском рынке в долгосрочной перспективе.

Понятие «конкурентоспособность» относительно предприятий можно определить, как способность предприятий повышать платежеспособность, эффективно адаптироваться к изменениям конкурентной маркетинговой среды, используя свои сильные стороны и концентрируя свои усилия на приоритетных направлениях работы. Итак, конкурентоспособность можно определить как способность отдельного класса субъектов хозяйствования продуктивно занимать некоторую рыночную нишу и эффективно удерживать свои позиции. Конкурентоспособность характеризует степень соответствия СХ определенным рыночным потребностям: предложение (товар) - спроса, маркетинговые мероприятия и методы - возможности обеспечить конкурентные преимущества, предприятие - экономической и социальной защищенности и перспективности развития в условиях конкурентного рынка. Фундаментальной основой конкурентоспособности СХ должен стать стратегический маркетинговый аудит конкурентоспособности. Стратегический маркетинговый аудит конкурентоспособности - это системный комплексный анализ конкурентоспособности предприятия с позиций оценки эффективности стратегической целесообразности товарного портфеля предприятия, их маркетинговой и общей финансово-хозяйственной деятельности в долгосрочной перспективе в условиях интенсификации конкурентной борьбы. Механизм стратегического маркетингового аудита конкурентоспособности предприятий-конкурентов реализуется в следующих аспектах анализа конкурентоспособности:

- оценка конкурентоспособности товаров;
- исследования конкурентоспособности маркетинговой политики;
- диагностика конкурентоспособности предприятий в целом.

Основной принцип стратегического маркетингового аудита конкурентоспособности можно определить так: конкурентоспособность товаров является проявлением конкурентоспособности маркетинговой политики предприятий, а конкурентоспособность маркетинговой деятельности отражает конкурентоспособность предприятий в целом.

Конкурентоспособность, что рассматривается относительно отдельного товара, - это более высокое по сравнению с товарами-конкурентами соотношение совокупности качественных и стоимостных характеристик товара при их соответствии требованиям рынка (определенного сегмента), что обеспечивает максимальное удовлетворение потребностей и создает преимущество товара на конкурентном рынке.

Конкурентоспособность предприятия обусловлена эффективностью маркетинговой политики, которая в свою очередь зависит от способности руководства предприятий создавать эффективную, способную к инновациям систему маркетинга товаров и услуг, и тем самым обеспечивать долгосрочные конкурентные преимущества в условиях активной маркетинговой деятельности конкурентов.

Литература

1. Агаркова, Н.В. Маркетинг: учебно-методическое пособие для студентов ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» очной / заочной форм обучения / Н.В. Агаркова, В.Е. Малиненко– Донецк: ДонАУ и ГС, 2017. – 315 с.
2. Армстронг, Г. Маркетинг. Общий курс: Пер. с англ.; Учеб. пос. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2011.
3. Баглев, Т. Маркетинг: Учебник / Т. Баглев и др. - М.: Экономика, 2011.
4. Гаркавенко, С. Маркетинг: Учебник / С. Гаркавенко. - М.: Либра, 2014.

5. Маркетинг: Учебник / Руделиус В. и другие. - М.: Учебно-методический центр "Консорциум по усовершенствованию менеджмент-образования". - 2005.
6. Филлип Котлер и Фернандо Триас де Без. Новые маркетинговые технологии. - СПб.: Нева, 2004.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К СТИМУЛИРОВАНИЮ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Е.И. Бабинцева,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Применение инновационных подходов в управлении персоналом – веление времени. Инновации могут быть применены в любой сфере и способны сделать конкурентоспособным любое предприятие.

Понятие «инновация» применяется ко всем новшествам, как научно-исследовательской, организационной, финансовой, учебной, производственной сферах деятельности, а так же улучшением, обеспечивающим условия для экономии или экономию затрат.

Инновации можно разделить на два основных вида: организационные и технические [1].

К техническим нововведениям относятся: новые услуги или технологии, новые продукты. Зачастую успех организации определяется общим эффектом, достигаемы при внедрении новой технологии, новой услуги или нового продукта. Технические нововведения можно классифицировать по их наукоемкости, по срокам окупаемости, по сумме капитальных затрат, но их влияния на развитие конкретного предприятия или отрасли. В этих случаях можно классифицировать, как прикладные и базовые нововведения, по модернизации продуктов. Наиболее весомое влияние на успех организации и экономики в целом носят базовые нововведения, связанные с развитием научно-технического прогресса. В практике промышленных предприятий большое значение имеет нововведения по усовершенствованию изделий и их модернизации с наименьшими затратами [2].

Основными значимыми первопричинами появления технических нововведений являются новые технические возможности и потребности, основой которых стали две известные модели инновационного процесса. Оценка результатов анализа предпосылок разных инноваций в различных странах и отраслях показывает, то что, потребность имеет более главную роль или новые технические возможности в совершенствовании инновационных процессов. В то же самое время, как показала практика, для достижения успеха нужно иметь в виду и своевременно использовать обе соответствующие модели.

При формировании стратегии научно-технической цели политики инновационного менеджмента необходимо отражать особенности деятельности на данном предприятии. Во-первых, формулировка идет с учетом возникшей причины, в том числе: определенной реакции на выживание, необходимость нововведений, или снабжение стратегией развития организации в дальнейшем.

Во-вторых, они определяются сферой нововведений и предметом. Нововведения могут быть: новые услуги, продукты, технологии, новые области сферы применения продукта, новая организация управления.

В-третьих, цели инновации, которые учитывают нужную глубину инновационного процесса, включая модернизацию производства под давлением конкуренции, освоение высоких технологий с учетом «государственной поддержки» и спонсоров, реконструкция и рационализация предприятия.

В-четвертых, все эти цели отражают глубину внедрения инновационного процесса, которая определяется возможностью доступности использования результатов специализированных источников; разработки и исследование предприятия (малая интеграция); специальные и конструкторские бюро (средняя интеграция); использование отраслевых научно исследовательских институтов (глубокая интеграция) [3].

Для реализации нововведений на должном уровне нужно опираться на способности, достижения персонала и его творческие возможности. При оценке качества персонала нужно соединить количественные методики, с такими качественными критериями, как патенты и публикации. Задачи, направленные на отбор персонала, как правило, сложнее. Ввиду сложившейся информации о работнике относятся к прошлым достижениям кандидатов, в новое инновационное подразделение, но очень сложно делать какие либо выводы о соответствии кандидата будущим условиям работы. Из этого можно сделать следующие выводы при отборе персонала. Нужно так же определить критерии и понятия для профессиональных качеств, оценивать их динамику, учитывать особенности формирования профессиональных навыков и умений в процессе непосредственного обучения персонала. Инновационные подходы в области управления персоналом должны складываться с учетом специфики человеческих ресурсов.

В условиях современной рыночной экономики на предприятии самостоятельно регулируют систему поощрений. Систему выбирают после проведенного анализа: выбор подходящего инструментария, учитываются интересы работников. При выборе сегмента интересов сотрудников, нужно учитывать потребности и интересы сотрудника, чтобы они как можно точнее и адекватно отражали стимулы. Например, необходимость в жилье-предоставление организацией жилья сотруднику или частичной выплатой за жильё [4].

Негативным недостатком систем поощрения может служить появления наказания, как следствие непродуманной системы стимулирования работников к труду. В качестве стимула выбранный показатель может стать антистимулом, чтобы избежать этого, нужно корректировать систему поощрения и действий основного показателя.

В системах обычно используют иерархию стимулов. Условия для поощрения - качественные и количественные показатели выполнения работником, соблюдение которых поможет работнику получить премию.

Выполнение дополнительных работ влечет за собой увеличение денежного поощрения. При невыполнении своих обязанностей работник может и вовсе лишиться или получить ее малую часть.

Наиболее усложненный порядок премирования важен при становлении третьего варианта иерархии стимулов. Основным считается тот, который более приоритетный и от которого зависит большая часть премии.

Основными показателями для премирования могут быть 2-3 показателя деятельности. Например, существенный рост производительности труда и экономия использования ресурсов.

Показателями дополнительного премирования должны быть частными, относится к определенным профессиям. Пример того, для бухгалтера- своевременно предоставленный отчет, для продавца- соблюдение санитарного состояния рабочего места.

При соблюдении дополнительных условий текущая премия может увеличиться на 10%-20%.

Показатели должны быть простыми и понятными, что бы каждый работник их четко понимал. При усложнении системы, ухудшается восприятие сотрудниками, что отражается на их действенности.

В зависимости от периодичности выплат подразделяют на разовые, годовые, квартальные, за месяц.

Самым распространённым видом премий является единовременное поощрение работника за выполнение важного поручения или задания.

Действующие на предприятии условия премирования периодически анализируют с целью определения эффективности.

Мы проанализировали систему поощрений на одном из предприятий города Белгорода. Им стало Общество с ограниченной ответственностью «ЛифтТранс».

Анализ системы поощрений выявил, что мотивация сотрудников ООО «ЛифтТранс» осуществляется не в полной мере и выполняет лишь определенные функции.

Исходя из исследований сложившейся системы поощрения, организации требуются нововведения для решения задач эффективного стимулирования сотрудников.

Для улучшения системы стимулирования необходима новая система поощрения и наказания сотрудников, направленная на улучшение производительности труда работников и удовлетворения их потребностей.

Система «Extra Money» предполагает материальное поощрение сотрудников, представленное в виде баллов, которые зарабатываются работником в процессе трудовой деятельности.

Руководитель отдела, например раз в 3 месяца оценивает деятельность подчиненных по разработанной бальной системе: объем реализации- товаров или услуг, количество жалоб и благодарностей, выполнение должностных инструкций и соблюдение дисциплины труда (количество отгулов, опозданий и т.д.).

В зависимости приоритетности и важности показателя, руководитель отдела может присваивать баллы набранные работником, затем выбирается критерий для мотивации работника.

Для материальной мотивации сотрудников нужно выполнять выплату премий, в зависимости от внесенного вклада определенного работника, производить оценку прибыли организации.

Чтобы вызвать интерес сотрудников в производительной и стабильной работе в данной организации можно предложить следующую систему надбавок «Experience+», где будут осуществляться надбавки за стаж:

- до 1 года – не выплачивается;
- от 1 года до 2-х лет – 5 % к заработной плате;
- от 2 лет до 5 лет – 7 % к заработной плате;
- от 5 лет до 11 лет – 15 % и так далее [6].

В качестве моральных мер стимулирования в условиях работы планируется применять:

- досрочное снятие наложенного ранее дисциплинарного взыскания в случае работы без замечаний в течение 3 месяцев;
- объявление благодарности;
- награждение почетной грамотой;
- предоставление оплачиваемого отгула;
- повышение работника в должности, включение в резерв на выдвижение на вышестоящую должность;
- представление звания "Лучший по профессии".

Из материальных форм поощрения работников ООО «ЛифтТранс» планируется применять следующие меры:

- награждение ценным подарком;
- выдача премии на основе общей оценки личного труда за месяц, квартал, год;
- выдача премии за существенный вклад в достижение целей, поставленных перед подразделением, компанией.

Для снижения социальной напряженности в коллективе и для дополнительного стимулирования сотрудников предполагается проводить системную работу по оценке заслуг и проступков сотрудников, что повлияет на размер заработной платы работников более низких категорий [7].

Разработанная система повысит заинтересованность работников и в среднем уровень заработной платы увеличится на 6%.

Внедряя новые методы мотивации нужно учесть и тех сотрудников, которые не должным образом справляются со своими должностными обязанностями. Система «Extra Money» предусматривает такие моменты, как и понижение основного заработка работникам, а так же лишение премии частично или полностью, в зависимости от снижающего коэффициента, за какие либо нарушения.

Литература

1. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент. – М.: ИНФРА -М, 2012.- С. 22.
2. Алехина О., Павлуцкий А. Служба персонала // Управление персоналом. – 2014. - №11. – С. 59.
3. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. Учеб.пособ. – СПб.: Изд-во ПИТЕР, 2013.- С. 5.
4. Егоршин А.П. Управление персоналом. – Н.Новгород: НИМБ, 2012.- С. 5.
5. Мордовин С. К. Управление человеческими ресурсами. - М.: Инфра-М, 2014.- С. 44.
6. Озерникова Т. Повышение мотивационной функции системы вознаграждения // Человек и труд . – 2015. - №9.- С. 37.
7. Пригожин А.И. Управленческие нововведения: неопознанные ресурсы//Управление персоналом . - 2013. - №1.- С. 15.

ОЦЕНКА УРОВНЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ТРАВМАТИЗМА В РФ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО МИНИМИЗАЦИИ

Т. А. Власова,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»

В условиях повышенного внимания к проблемам сохранения жизни и здоровья населения в трудоспособном возрасте актуализируется и проблема снижения уровня производственного травматизма, которая требует всестороннего анализа причин его возникновения и разработки комплекса мероприятий по его предупреждению и ликвидации.

Уровень производственного травматизма относится к основным индикаторам, характеризующим состояние производственной безопасности и условий труда во всех отраслях экономической деятельности. Наличие опасных производственных факторов тесно коррелирует с продолжительностью жизни трудоспособного населения и сказывается на демографической составляющей трудового потенциала страны в целом. В соответствии с данными Всемирной организации здравоохранения, смертность вследствие несчастных случаев на производстве занимает третье место вслед за сердечно-сосудистыми и онкологическими заболеваниями.

Так, в Концепции демографической политики Российской Федерации до 2025 г. к одной из основных задач по снижению смертности трудоспособного населения относится «...сокращение уровня смертности и травматизма от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» [1]. Решению указанной задачи должно способствовать внедрение в сферу охраны труда системы управления профессиональными рисками, основанной на комплексе превентивных мер именно предупреждающего характера.

Представленные в табл. 1 данные свидетельствуют о тенденции снижения показателей производственного травматизма в РФ.

Таблица 1

Показатели динамики производственного травматизма
в Российской Федерации за 2000-2016 гг.

Показатель	Годы					Среднегодовые показатели динамики	
	2000	2005	2010	2015	2016	абс. прирост (снижение)	темп роста (снижения), %
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, тыс. чел.	151,8	77,7	47,7	28,2	26,7	-7,82	89,7
из них со смертельным исходом	4,40	3,09	2,00	1,29	1,29	-0,19	92,6
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве на 1000 работающих	5,1	3,1	2,2	1,3	1,3	-0,24	91,8
из них со смертельным исходом	0,149	0,124	0,094	0,062	0,062	-0,005	94,7
Число чел.-дн. нетрудоспособности у пострадавших на производстве всего, млн.	4,3	2,5	2,2	1,4	1,3	-0,19	92,8
на одного пострадавшего	28,3	32,2	45,9	48,6	49,0	1,29	103,5

Составлено на основе данных Росстата [2]

За период с 2000 по 2016 гг. общее количество пострадавших при несчастных случаях в процессе производства ежегодно снижалось на 7,82 тыс. чел. или 10,3%. Положительная тенденция наблюдается в части сокращения численности пострадавших со смертельным исходом, которая в течение рассматриваемого периода в среднем ежегодно снижалась на 7,4%.

Вследствие снижения общей численности занятых во всех видах экономической деятельности число пострадавших в результате несчастных случаев в расчете на 1000 работающих сокращалось менее значительными темпами.

Несмотря на указанные положительные изменения число человеко-дней нетрудоспособности в расчете на одного пострадавшего в среднем ежегодно увеличивалось на 3,5 % и составило в 2016 г. 49 чел.-дней.

Констатируем, что реализуемый комплекс мер по повышению безопасности труда со стороны органов государственного управления по охране труда, федеральной инспекции труда и других ведомств стабилизировал число пострадавших при несчастных случаях на производстве. Вместе с тем, увеличение числа дней нетрудоспособности свидетельствует о росте тяжелых травм и продолжительности их последствий.

Заметим, что сокращение числа пострадавших наблюдается на фоне роста числа занятых во вредных и (или) опасных условиях труда, которое наблюдается по всем видам экономической деятельности (табл. 2).

Данные табл. 2 и рис. 1 свидетельствуют о том, что существенный рост удельного веса занятых во вредных и (или) опасных условиях труда характерен для строительной отрасли, отрасли добычи полезных ископаемых и обрабатывающих производств.

Таблица 2

Удельный вес работников организаций, занятых во вредных и (или) опасных условиях труда по отдельным видам экономической деятельности (на конец года), %

Вид экономической деятельности	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2016 г.	Абс. прирост, %
Сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство ¹⁾			29,6	30,8	×
Добыча полезных ископаемых	33,7	42,5	56,5	55,6	21,9
Обрабатывающие производства	23,4	29,6	42,2	42,2	18,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	27,9	32,9	37,6	35,0	7,1
Строительство	11,9	18,5	37,4	37,9	26
Транспорт	23,3	34,0	41,0	39,3	16
Связь	2,9	3,8	6,5	5,6	2,7

¹⁾ Учет по виду деятельности ведется Росстатом с 2014 г.

Составлено на основе данных Росстата [2]

Сохраняющийся рост тяжелого травматизма свидетельствует о необходимости совершенствования трудовых профилатических мероприятий с учетом реально складывающихся обстоятельств.

Решение указанной задачи должно основываться на анализе причинно-следственных связей производственного травматизма и факторов его обуславливающих. Обобщенная классификация факторов производственного травматизма приведена в таблице 2.

Согласимся с мнением авторов, что многогранность трудовой деятельности непосредственно связана с уровнем общего социально-экономического развития отдельных организаций и отраслей в целом. Состояние эффективности деятельности, основных фондов, окружающей среды кадровое и научное обеспечение являются базисом для определения и реализации стратегии и тактики проведения профилатических, предупреждающих и устраняющих мероприятий производственного травматизма.

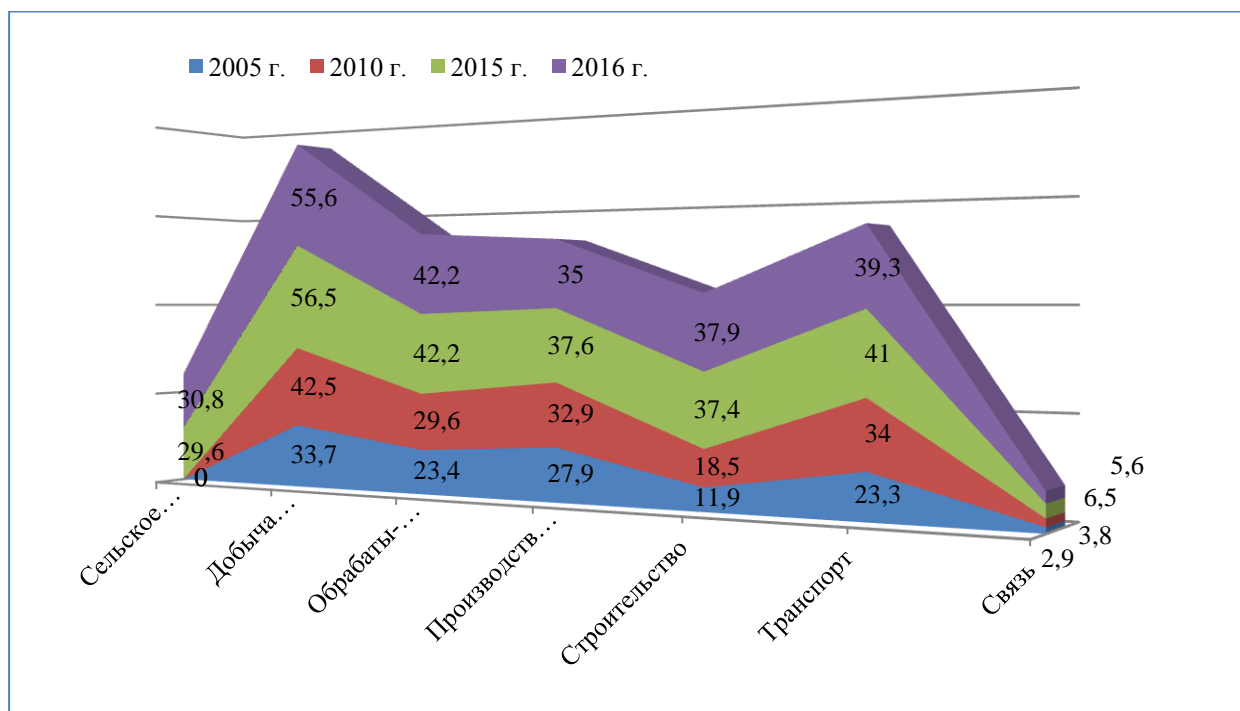


Рис. 1. Персонал, занятый во вредных и (или) опасных условиях труда в % от общей численности работников соответствующего вида экономической деятельности (на конец года)

Таблица 3

Обобщенная классификация факторов производственного травматизма²⁾

№	Группа факторов
1.	Организационные факторы: неправильная организация труда, неудовлетворительное содержание рабочих мест, отсутствие индивидуальных средств защиты, чрезмерная интенсивность и продолжительность трудового процесса, формальное проведение инструктажа по технике безопасности и его нарушение
2.	Санитарно-гигиенические факторы: шум и вибрация, запыленность и загазованность воздуха рабочей зоны, несоответствие нормальным метеорологическим условиям, нерациональное освещение, вредные излучения, антисанитарное состояние помещений, отсутствие профмедосмотров
3.	Технические факторы: конструкторские и технологические
4.	Факторы технического обслуживания содержание оборудования в исправности
5.	Технологические факторы: неправильные выбор оборудования и его неудовлетворительное техническое обслуживание
6.	Конструкторское несовершенство технологических процессов, в том числе несоответствие требованиям безопасности оборудования и устройств
7.	Психофизиологические факторы: неудовлетворительный социально-психологический климат в коллективе, неудовлетворенность работой, несоответствие особенностей организма условиям труда, неблагоприятные особенности индивидуума
8.	Экономические факторы: неритмичность работы, задержка заработной платы, неудовлетворительные жилищные условия и социальное обеспечение
9.	Биографические факторы: пол, возраст, квалификация, стаж, состояние здоровья
10.	Климатические факторы: специфика и особенности климатических условий и времени суток.

²⁾ Составлено с использованием источника [3]

Проведенные различными авторами исследования доказывают, что в настоящее время традиционные методы и средства профилактики травматизма, в основе которых лежит организационно-инструктивная база, требуют совершенствования и развития. В число современных профилактических мероприятий следует отнести нормативно-правовое, инженерно-техническое, санитарно-гигиеническое, эргономическое и кадровое обеспечение безопасности [4].

В связи с указанным к важнейшим направлениям профилактики и минимизации риска производственного травматизма следует отнести: периодическую корректировку требований безопасности труда в соответствии с развитием техники и технологий; формирование комплекса мер государственной поддержки внедрения технологий, обеспечивающих безопасность труда; обеспечение непрерывности повышения уровня квалификации работников, отвечающих за безопасность труда и работающих на опасных производственных объектах; реализация научно-обоснованных направлений улучшения условий труда.

Рядом авторов справедливо подчеркивается необходимость анализа и оценки профессиональных рисков, производственных аварий на опасных объектах с последующим прогнозированием. Примером которого выступает концепция ключевых индикаторов и барьеров безопасности в системах управления безопасностью труда и охраной здоровья (БТ и ОЗ), которая расширяет возможности организации проактивного мониторинга и менеджмента профессиональных рисков [5].

Сохранение здоровья работников может быть обеспечено системной и скоординированной организацией деятельности органов государственной власти, работодателей, фондов социального и медицинского страхования, профсоюзов. При этом центр тяжести

должен постепенно смещаться с процедур внешнего контроля в направлении внутренней самооценки условий и труда и факторов производственного травматизма. Успешность профилактических мероприятий зависит от непосредственного участия в их реализации работников на своих рабочих местах. Культура безопасного труда должна стать нормой как для работников, так и для работодателей, а эффективная система мониторинга, прогнозирования и управления профессиональными рисками на рабочих местах во всех видах экономической деятельности должна реализовываться всеми заинтересованными субъектами трудовых отношений.

Литература

1. Указ Президента РФ от 09.10.2007 N 1351 (ред. от 01.07.2014) «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Официальный сайт компании КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL:<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=165069&fld=134&dst=100013,0&rnd=0.49744417924553286#0> (дата обращения: 17.10.2017).
2. Условия труда, производственный травматизм (по отдельным видам экономической деятельности) // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (дата обращения: 17.10.2017).
3. Ярцева, С. Анализ состояния производственного травматизма в РФ/ С. Ярцева, В. Зотов// Кадровик. –2014. – №4. – С.79-84.
4. Шкрабак, Р.В. Характеристика, анализ и прогноз производственного травматизма и эффективные пути его снижения / Р.В. Шкрабак //Вестник КрасГАУ. – 2008. – №4. – С.255-262.
5. Левашов, С.П. Обоснование путей профилактики производственного травматизма и профзаболеваний работников АПК на основе анализа и прогнозирования профессиональных рисков/ С.П. Левашов, С.К. Белякин, Р.В. Шкрабак//Аграрный научный журнал. –2016. – №5. – С.62-65.

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ – ЗАЛОГ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ

В.В. Лунина,

*кандидат экономических наук
старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

В современных условиях функционирования рыночной экономики особую актуальность приобретает вопрос формирования логистической инфраструктуры региона. Развитие региона рассматривается как воспроизведенный процесс, который включает в себя производство, обмен, распределение и потребление товаров и услуг. Инфраструктура региональной логистики, которая связана с различными видами транспорта, транспортными путями, логистическими узлами, организованным и интегрированным транспортом, хранением, упаковкой, повторной переработкой, размещением и обработкой информации, служит базой для регионального экономического развития. И наоборот, недостаточная обеспеченность регионов объектами логистической инфраструктуры и неравномерность их расположения, низкий уровень логистических услуг в регионах государства приводит к неравномерной логистической нагрузке и неэффективному пути всех видов потоков в ло-

гистических цепях от поставщика к потребителю. Что в свою очередь снижает эффективность деятельности региональной логистики, сужает масштаб и сферу логистической деятельности, тем самым негативно сказываясь на экономическом развитии региона.

С обострением проблем загрязнения окружающей среды логистическая деятельность начала все больше охватывать проблемы относительно эффективного управления текущими процессами с целью уменьшения антропогенного влияния, поддержания экологичности транспортных перевозок, эффективного управления отходами производства и их утилизации и т.п. На современном этапе развития экономики, главной проблемой является объединение принципов централизации и самостоятельности участников экономической деятельности в регионах, а также привлечение их к взаимодействию для удовлетворения нужд потребителей и получение суммарного социо-эколого-экономического эффекта.

Теоретические и прикладные аспекты исследования логистической инфраструктуры региона нашли свое отображение в научных работах следующих ученых: Алькемы В.Г., Аникина Б., Герасимчук З.В., Григорак М.И., Крикавского Е.В., Ковальской Л.Л., Лариной Р.Р., Неруша Ю.М., Окландера М.А., Сергеева В.И., Чернопиской Н.В., Чухрай Н.И. Тем не менее, многие проблемы, связанные с особенностями формирования логистической инфраструктуры региона, остаются нерешенными, что требует дальнейших углубленных исследований в этой области.

Не смотря на то, что Российская Федерация имеет разветвленную внутреннюю транспортную систему, можно наблюдать неразвитость логистической инфраструктуры страны в целом, что не позволяет эффективно перемещать региональные грузопотоки.

Для выбора направлений развития логистической инфраструктуры необходимо определиться с содержанием понятия «логистическая инфраструктура региона». Этот термин состоит из двух ключевых понятий: «логистика» и «инфраструктура».

Проанализировав различные подходы ученых к определению этих двух понятий, в дальнейшем предлагается использовать следующее определение: «Логистическая инфраструктура региона» – это совокупность взаимосвязанных объектов хозяйствования, функционирование которых дает возможность оптимизировать разные виды потоков региона (материальные, транспортные, информационные, финансовые) в пределах логистической цепи и комплексно удовлетворить потребности его участников в логистических услугах.

Эффективное функционирование логистической инфраструктуры региона невозможно без ее рациональной структуризации. Рационально построенная и адаптированная к специфическим условиям функционирования региона логистическая инфраструктура делает возможным оптимизировать потоки как внутри региона, так и вне его, и удовлетворить нужды населения в логистических услугах.

Подход к структуризации логистической инфраструктуры с учетом позиции логистической цепи, дает возможность выделить объекты логистической инфраструктуры региона, что поможет обеспечить эффективное перемещение региональных потоков на каждом звене логистической цепи. Важную роль в эффективном функционировании логистической инфраструктуры региона играют предприятия и организации, которые обеспечивают снабжение сырьем, материалов и комплектующих, необходимых для обеспечения потребностей предприятий-производителей готовой продукции. Так, источником возникновения потоков в логистической цепи является снабжение, которое осуществляют добывающие предприятия и предприятия-производители материалов, комплектующих и полуфабрикатов. Функционирование этих предприятий в условиях эффективно действующей логистической инфраструктуры региона будет способствовать удовлетворению потребности предприятий-производителей готовой продукции в сырье и материалах в необходимом количестве и с более низкими транспортными, складскими и распределительными расходами. Развитие логистической инфраструктуры региона невозможно без наличия промышленных предприятий. Их эффективное функционирование и месторасположение должно обеспечить оптимальное движение материальных потоков к потребителю. Хранение материальных потоков в процессе их перемещения от поставщика к потребителю тре-

бует соответствующей материально-технической базы, основу которой составляют склады. Склад – отдельное или специально оборудованное помещение, предназначенное для осуществления складских операций – прием, хранение, сортировка, подготовка к продаже, комплектация партий товаров и отгрузка их потребителям [1, с. 71].

Для обеспечения эффективного распределения потоков в регионе должен функционировать логистический центр. Логистические центры являются узловыми объектами логистических сетей, в которых происходит объединение и распределение потоков грузов, изменение транспортных средств, а также предоставление услуг складирования, управление запасами и других сопутствующих услуг [2, с. 30]. Логистические центры предоставляют полный комплекс логистических услуг на уровне мировых стандартов для перевозчиков, транспортно-экспедиторских компаний и организаций всех форм собственности с целью увеличения грузопотоков и улучшения качества сервисного обслуживания за счет использования современных логистических подходов управления товарными потоками и технологий [3, с. 97].

Под *региональным логистическим центром* следует понимать специализированный объект логистической инфраструктуры, который размещен на пересечении разных путей соединения или вблизи приграничных пунктов пропуска, аэропортов или морских портов, задачами которого является аккумуляция и координация экономических потоков региона, на основе сосредоточения информации о потребностях потребителей логистических услуг с целью их оптимального распределения.

Одной из важнейших областей общественного производства является транспорт. Эффективное использование транспортных средств в процессе движения потоков от поставщика к потребителю обеспечивается четкой организацией транспортно-экспедиционных операций. Эти операции включают: выбор транспортных средств, обеспечение их своевременной подачи к месту загрузки, подготовку товаров к перевозке (упаковка, затаривание, маркировка, комплектация партий), погрузка на транспортные средства, составление транспортных документов, прием транспортных грузов [4, с. 123]. На региональном уровне эти операции должны выполнять транспортно-экспедиционные компании. Это компании, деятельность которых предусматривает организацию перевозок грузов, включая их отправку и получение, а также выполнение других операций, связанных с перевозкой [5].

Важный этап в прохождении потоков к потребителю – обеспечение эффективного сбыта. Так, развитая сбытовая система в регионе дает возможность удовлетворить нужды как производственных предприятий в обеспечении их сырьем и материалами, так и конечных потребителей необходимыми благами. Для эффективного обеспечения производственных предприятий в регионе должна функционировать развитая сеть дистрибьюторских компаний и оптовых торговых предприятий. Для удовлетворения нужд потребителей в регионе должна функционировать развитая розничная сеть. Привлечение большого количества торговых организаций для доведения товаров к конечным потребителям приведет к повышению цен на эти товары. Поэтому стратегия развития торговой сети в регионе должна быть направлена на создание эффективного канала сбыта, который обеспечит минимальное количество торговых посредников в логистической цепи и доведение товаров к потребителю по самой низкой цене. Оптимизация движения материальных потоков в регионе будет оказывать содействие функционированию предприятий обслуживающей подсистемы: консалтинговых центров, страховых организаций, таможенно-брокерских организаций, телекоммуникационных организаций.

В настоящий момент нет общепринятого подхода к оценке уровня развития логистической инфраструктуры региона. На международном уровне специалисты в области логистики используют данные рейтинга Всемирного Банка, который проводит один раз в два года рейтинговую оценку уровня развития логистики в разных странах мира. Для составления данного рейтинга рассчитывают Индекс эффективности логистики (LPI – Logistics Performance Index). Международный индекс LPI является суммарным показателем

эффективности логистического сектора, объединяя данные о шести основных компонентах эффективности в единый агрегированный показатель, это:

- эффективность таможенного и пограничного оформления;
- качество торговой и транспортной инфраструктуры;
- простота организации перевозок по конкурентоспособным ценам;
- компетентность и качество логистических услуг;
- возможность отслеживания и контроля грузов;
- частота, с которой поставки достигают грузополучателей в рамках запланированных или ожидаемых сроков поставки.

LPI является мировым эталоном измерения эффективности логистики, заполнения пробелов в базах данных с помощью предоставления систематических сравнительных показателей стран. В 2016 году LPI был рассчитан по 160 странам мира. Показатель эффективности логистики рассчитывается один раз в два года.

В табл. 1 представлены сравнительные данные о рейтингах и их изменениях в некоторых странах по уровню развития логистической инфраструктуры в 2012-2016 годах.

Таблица 1

Рейтинг стран по уровню развития логистической инфраструктуры
(составлено на основе [6])

Страна \ Год	2012	2014	2016	Изменение в 2016 г. по отношению к 2014 г. (повышение ↑ или понижение ↓)
Сингапур	1	5	5	Без изменения
Гонконг, Китай	2	15	9	↑
Финляндия	3	24	15	↑
Германия	4	1	1	Без изменения
Нидерланды	5	2	4	↓
Бельгия	7	3	6	↓
Япония	8	10	12	↓
США	9	9	10	↓
Великобритания	10	4	8	↓
Украина	66	61	80	↓
Беларусь	91	99	120	↓
Российская Федерация	95	90	99	↓

Как видно, лидером в данном рейтинге с 2014 года является Германия. В 2016 году Нидерланды заняли 4 место, что показало ухудшение уровня развития логистики по сравнению с предыдущим периодом. Также Бельгия переместилась с 3 позиции на 6. В 2016 году 2-е и 3-е места заняли Люксембург и Швеция соответственно. Сингапур не изменил своих позиций и остался на 5 месте.

Что касается данных по Российской Федерации и близлежащих соседских стран (Беларусь, Украина), то рейтинги данных стран повысились в 2014 году, но являются относительно низкими по сравнению с развитыми странами мира. В частности, Российская Федерация находилась на 90 месте по индексу LPI. В 2016 году рейтинг еще снизился до 99 места. Это можно объяснить низким уровнем эффективности таможенного и пограничного оформления – 141 место, недостаточным качеством торговой и транспортной инфраструктуры – 94 место. По простоте организации перевозок по конкурентоспособным ценам РФ занимает 115 место, по компетентности и качеству логистических услуг – 72 место, по возможности отслеживания и контроля грузов – 90 место, а по частоте, с которой

поставки достигают грузополучателей в рамках запланированных или ожидаемых сроков поставки – 87 место.

Опираясь на приведенные данные с уверенностью можно заявить о недостаточном уровне развития логистической инфраструктуры регионов Российской Федерации, что требует изучения и внедрения результатов существующих практик других стран с целью его повышения.

Так, эффективному функционированию логистической инфраструктуры региона будет оказывать содействие формирование региональных логистических кластеров.

Объединение в кластеры научных и научно-технических учреждений, промышленных предприятий разной формы собственности, логистических центров, которые взаимодействуют в процессе создания продукта, получают реальную возможность привлечения инвестиций, внедрение и расширение сферы инновационной деятельности, увеличение объемов инновационной продукции [8, с. 183].

Процесс формирования регионального логистического кластера может состоять из пяти основных этапов.

Таким образом, на первом этапе формирования регионального логистического кластера необходимо сформировать его ядро. В качестве ядра регионального логистического кластера могут быть представлены крупные производственные предприятия – лидеры в своей отрасли.

На втором этапе формирования регионального логистического кластера региона должна быть определена его основная подсистема, в которую входят объекты, принимающие непосредственное участие в передвижении материальных потоков в логистической цепи от поставщика сырья и ресурсов к конечному потребителю: поставщики сырья, полуфабрикатов и комплектующих, складские помещения для хранения сырья, предприятия оптовой и розничной торговли.

На третьем этапе следует определить организации, которые будут поддерживать функционирование регионального логистического кластера. Это предприятия обслуживающей подсистемы: финансово-кредитные учреждения, страховые организации, консалтинговые организации, проектно-конструкторские и научно-исследовательские организации, транспортные организации.

На четвертом этапе необходимо определить органы власти, которые имеют непосредственное влияние на деятельность объектов логистического кластера и должны осуществлять функцию управления региональным логистическим кластером.

На пятом этапе должны быть сформированы горизонтальные и вертикальные связи кластера. Так, горизонтальные связи между объектами регионального логистического кластера отображают передвижение всех видов потоков от поставщика к конечному потребителю. Вертикальные связи предусматривают формирование иерархии целей, приоритетов и задач его функционирования.

Исходя из выше изложенного, необходимо отметить, что государственные, региональные и местные органы власти должны направлять значительные усилия на развитие «ядра» кластера для обеспечения эффективного функционирования замкнутой логистической цепочки. Успешное функционирование промышленных предприятий в соответствии со специализацией региона в составе регионального логистического кластера даст возможность обеспечить выпуск инновационной продукции предприятиями, снизить затраты на производство продукции, усовершенствовать системы снабжения и сбыта, транспортировки готовой продукции, привлечь кредитные ресурсы.

Логистический центр, входящий вместе с промышленными предприятиями в «ядро» кластера, должен обеспечивать координацию всех видов потоков на всех этапах их передвижения. Так, на основе обработанной информации в логистических центрах должно осуществляться распределение готовой продукции, с тем, чтобы обеспечить максимальную загруженность транспортных средств, оптимальный маршрут снабжения и снижение простоев транспортных средств.

Таким образом, формирование и функционирование в регионе логистического кластера будет способствовать повышению конкурентоспособности не только предприятий, входящих в состав кластера, но и территорий, на которых они расположены (город, поселок, село) и всего региона в целом.

Литература

1. Логистика: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Т. И. Савенкова. — 5-е изд., стер. — М.: Издательство «Омега-Л», 2010. — 255 с.
2. Полякова, О.М. Методологічні основи формування і розвитку мережі регіональних логістичних центрів в Україні / О.М. Полякова // Вісник економіки і промисловості. — 2010. — №30. — С. 28–33.
3. Мишко О.А. До питань розвитку логістичної інфраструктури в Україні // Логістика: теорія та практика. — Луцьк. — 2011. — №1. — С. 97.
4. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. — М.: ВИНТИ, 2000. — 238 с.
5. Про транспортно-експедиторську діяльність: закон України // Голос України. — 2004. — 30 лип.
6. Connecting to Compete 2016: Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lpi.worldbank.org>.
7. Економіка логістичних систем: монографія / М. Василевський, І. Білик, О. Дейнега., М. Довба, О. Костюк, Є. Крикавський, С. Кубів та ін.; за наук. ред. Є. Крикавського та С. Кубіва. — Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2008. — 596 с.

АНАЛИЗ ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ДЛЯ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ

Т.А. Попова,

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»*

Современное развитие экономических отношений в мире и в рамках отдельных стран требует постоянного сравнения характера производственных потенциалов и качества выпускаемых товаров, оказываемых услуг. Такая необходимость обусловлена общими тенденциями процесса глобализации, в которых возрастает значимость такого стратегически важного показателя деятельности современного хозяйствующего субъекта и государства в целом, как международная конкурентоспособность.

Особенностью оценки конкуренции на кластерном уровне является возможность объективного анализа инновационной составляющей деятельности предприятий различных отраслей в условиях ограничения масштабов деятельности и ресурсов, необходимых для реализации этой деятельности. За последнее десятилетие в мире произошли кардинальные технологические изменения, благодаря которым внедрены новейшие технологии (микроэлектроника, нанотехнологии, телекоммуникации, компьютеры, мобильные устройства, биотехнологии и т. п.). Эти технологии предполагают использование новых форм организации инновационных процессов. Не случайно во многих странах кластерный

подход стал активно использоваться при формировании и осуществлении национальной политики.

Цель данного исследования – проанализировать опыт кластеризации экономики как одного из наиболее эффективных способов повышения конкурентоспособности Республики.

Анализ показал, что кластерный подход позволяет еще более эффективно взаимодействовать частному сектору, государственным органам, торговым объединениям, учебным и научно-исследовательским институтам в инновационном процессе. Кластерный подход может послужить основой для налаживания долгосрочного сотрудничества между представителями предпринимательской сферы и государства с целью нахождения путей для эффективной реализации существующих инвестиционных возможностей и необходимых мер государственной политики [1].

Высокое социально-экономическое значение кластеров демонстрируется примером многих экономически развитых странах. В некоторых странах Европы сформированы ключевые промышленные кластеры, как например, в Германии (химическая и машиностроительная отрасли) и Франции (производство продуктов питания, косметики) в 50–60х гг. целые отрасли стали взаимодействовать внутри кластеров, способствуя мультипликативному эффекту в отношении увеличения рабочих мест и обмена технологий в национальной экономике [5].

В Дании проведенная за ряд лет работа по исследованию и внедрению экономически перспективных организационных форм вывела страну на лидирующие позиции в мире по кластеризации экономики. В этой стране сегодня успешно функционируют 29 ведущих кластеров. Больше всего в Дании развита сельскохозяйственная отрасль и поэтому создание кластеров на ее основе носит закономерный характер. Помимо сельскохозяйственно-го, в Дании развиваются и другие кластеры. Примером может служить телекоммуникационный кластер NorCOM. В рамках этого кластера осуществляются различные разработки и производство оборудования для связи и навигации, оборудования для мобильной связи, беспроводных устройств [5].

Кластер беспроводных технологий и коммуникаций располагается на северо-западе Дании вблизи города Альборга. Кластер состоит из более чем 40 фирм и исследовательских центров. Предыстория кластера началась с одной фирмы, добившейся успехов в области морской связи в 1970-х гг. Позже росту кластера способствовало образование компании Nordic Mobile Telephony system.

В Италии формой интеграции предприятий являются индустриальные округа (ИО). Итальянская кластерная модель предполагает более гибкое и лояльное сотрудничество предприятий любого масштаба. Считается, что для ускорения инновационного развития экономики наиболее удобной формой организации производства является кластерная форма. Из общего числа фирм, а их в Италии около 3,5 млн., около 3 % считается крупными, на каждом из которых задействовано от 1 тыс. и более работников. В Италии насчитывается около 200 ИО, в которые входят около более 50 тыс. фирм с числом работников 570 тыс. чел., а с учетом производственной кооперации в ИО функционируют более 800 тыс. малых и средних предприятий.

Предприятия ИО, наращивая свою технологическую базу, переходят к освоению других регионов. Предприятия, которые раньше производили обувь, осуществляют выпуск оборудования для ее производства. К выпуску оборудования для производства упаковки и консервов перешли компании, которые ранее занимались переработкой овощей, фруктов [3].

Многие предприятия Италии занимаются производством узкой номенклатуры продукции, представленной в большинстве стран мира. Можно привести пример двух кластеров Пьемонти и Стрениа, объединяющих более 300 предприятий по выпуску клапанов, вентилях кранов и производящих продукции на общую сумму в 30 млрд. евро. Эти фирмы поставляют оборудование для кластера машиностроения, который представлен двумя

группами из 30 предприятий. А у подножия г. Монблан сосредоточено около 1200 фирм текстильного кластера по производству ткани из кашемира, пошиву одежды [5].

Кроме округов, в Италии получили развитие другие формы кластерного подхода. Так, для поднятия слабых регионов страны, которыми являлись Сицилия и Сардиния, был использован опыт создания «Силиконовой долины» в США. Основой для развития стала фирма ST Microelectronics. К участию были привлечены университет Stanford, компания HP (Hewlett Packard).

В начале 1980-х гг. компания ST совместно с различными университетами создали программы перспективных направлений для обучения молодых специалистов и курсы переподготовки для работников предприятий. Благодаря освобождению островов от налогов, предприятия смогли сократить издержки по зарплате более чем на 30%. Также увеличилось количество работников компании на 2 тыс. человек, образовалось около 200 фирм по производству электронных компонентов, крупными инвесторами в регионе стали такие гиганты, как Nokia, Canon. Основной компанией в Сардинии стала компания Tiscali, благодаря которой Интернет-технологии получили еще большее развитие, а научными работниками занимался исследовательский центр Carlo Rubbia.

Благодаря высокой роли государства, которое поддерживает производителей конкурентоспособной продукции, обеспечивая скидки на экспорт, выдачу гарантий для получения кредитов, привлечение инвесторов, консалтингом, Италия стала сильнейшим европейским производителем конкурентоспособной продукции.

Гармоничное развитие кластеров в рамках единой государственной экономической политики в области промышленного производства стало особенностью становления и развития конкурентоспособности экономики Италии.

Ученые США раньше других занялись исследованием развития региональных экономик, а самым известным как в США, так и за их пределами, разработчиком кластерного подхода является известный ученый Майкл Портер. Задача по формированию и укреплению региональных инновационных кластеров была включена в число важных национальных приоритетов в докладе Совета по конкурентоспособности 2001 г. Многие штаты, города представили свои предложения по созданию кластеров.

Одним из ярких примеров кластера является «Силиконовая долина», где занимаются созданием высокотехнологичного оборудования, программного обеспечения. В этом кластере трудятся более 2 млн. человек.

В США созданы комиссии по поддержке создания кластеров, которые распределяют доли участников кластеров, помогают преодолевать различные бюрократические и финансовые трудности. Создание кластера происходит за счет средств штата, на территории которого функционирует кластер.

Участие в глобальной конкуренции является характерной чертой для американских кластеров. В США ведутся различные исследования кластерных комплексов для определения целесообразной структуры создаваемого кластера. В ходе проведения исследований интенсивности взаимосвязей между отраслями, кластерами, секторами кластеров были выделены 23 производственные кластерные группы, объединенные в 4 блока, в которых было объединено до 116 секторов-участников; в них входили от 80 до 102 тыс. предприятий с количеством занятых от 38 тыс. до 4,5 млн. чел. Добавленная стоимость некоторых предприятий достигала 324 млрд. долл. [5].

Производство кластеров США экспортноориентировано. Предложения производителей внутри кластера предопределили лидирующие позиции субъектов экономики США в высокотехнологичных отраслях промышленности на мировых рынках. Основная масса предприятий кластера расположена в одном регионе и максимально использует его природный, кадровый потенциал. В структуре развития кластеров происходит объединение действующих систем с новыми программами, стратегиями, но существуют и общие способы проведения исследования и экономического анализа территории локализации, при-

влечения высококвалифицированных специалистов и профессиональных работников, привлечения инвестиций.

Япония добилась колоссальных успехов в производстве высокотехнологичной продукции. Также Япония первой в мире произвела автомобиль с гибридным двигателем, работающим на биотопливе.

Кластерный подход был применен на острове Хоккайдо. Здесь получили распространение не только промышленные кластеры, но и одна из разновидностей форм кластера - технополис. Концепция технополисов была утверждена законодательно. Темпы роста товарооборота высокотехнологичной продукции в технополисах гораздо выше, чем в отдельных предприятиях по стране. В создании кластеров участвовали не только заинтересованные предприятия, но и правительственные организации, научно-исследовательские институты.

Одним из важных генерирующих центров стал университет города Саппоро, обладающий мощной научно-исследовательской базой. В г. Саппоро был создан центр взаимодействия научных и образовательных учреждений, правительства, индустриальных отраслей экономики, в задачи которого входило проведение деловых встреч для заключения сотрудничества, проведение совместных исследований и производство продукции, оказание консалтинговых услуг, переподготовка и повышение квалификации предпринимателей.

У Финляндии есть богатый опыт внедрения и функционирования промышленных кластеров, особенно в лесной промышленности. Долгосрочная программа, направленная на развитие лесного кластера, акцентировалась на интеграции лесного хозяйства с другими этапами технологической цепочки, такими, как производство, сбыт, маркетинг.

Ключевыми задачами программы являлись налаживание тесного сотрудничества между научно-исследовательскими учреждениями, повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий в сфере производства оборудования для лесопереработки. По территориальному охвату программа носила национальный уровень. Промышленность Финляндии в настоящее время полностью кластеризована. При составлении министерством торговли и промышленности Национальной промышленной стратегии были проанализированы перспективные отрасли, в которых присутствовал устойчивый экспорт и приток внешних инвестиций.

Результатом работы, проведенной в течение десяти лет, стал рост экономики Финляндии благодаря высокотехнологичным отраслям и кластерам. Анализ, проведенный Институтом исследования экономики Финляндии (ETLA) показал, что сильными кластерами являются телекоммуникационные технологии и лесной комплекс. На Финляндию в настоящее время приходится около 10% от мирового экспорта деревообрабатывающей продукции, а также более 20% экспорта бумаги. Компании, которые занимаются деревообработкой, обладают одним из самых высоких уровней производительности труда в промышленности на внутреннем и внешнем рынке [2].

В Финляндии очень сильно развит телекоммуникационный кластер. Ярким примером является корпорация Nokia, выпускающая мобильные телефоны, а также оборудование для мобильной связи. В кластере создана эффективная система образования, система развития инновационных технологий, сеть связанных производств и услуг и прочие обладают самостоятельной ценностью и формируют условия для развития устойчивых конкурентных преимуществ. Темпы развития данного кластера прогнозируются на уровне около 8% в год вплоть до 2019 г. В кластере вокруг Nokia сосредоточено около 100 компаний, которые специализируются на выпуске микросхем и программном обеспечении.

В последние годы идет работа над развитием кластера здравоохранения. По степени развития к латентным относятся строительный и продовольственный кластеры.

Развитию кластеров в Финляндии способствовал высокий уровень взаимодействия участников кластеров, в том числе и правительства страны. Можно отметить, что эффективное развитие производства продукции с высокой добавленной стоимостью и активные

инновации происходили в секторах, испытывавших недостаток природных ресурсов. Отсутствие собственных энергетических ресурсов стимулировало поиск и разработку энергоэффективных технологий, кластера стали основой для увеличения объемов экспорта продукции металлообрабатывающей, химической промышленности, существенного повышения качества переработки сырьевых ресурсов.

Германия развивает высокотехнологичное производство, в котором важную роль играют научно-исследовательские организации. Финансирование промышленных кластеры получают из федеральных и местных источников. В Германии функционируют 3 из 7 мировых кластеров высоких технологий, находящиеся в городах Гамбург, Мюнхен и Дрезден [5]. Немецкие кластеры являются одним из лидеров в создании высоких технологий и инновационных систем.

В Германии рынок труда, взаимодействие предпринимателей и представителей научных организаций регулируется законодательством. Кластерные инновационные разработки ориентированы, прежде всего, на такие отрасли, как химия, машиностроение, автомобилестроение. Что касается автомобилестроения, то благодаря кластерам технические характеристики двигателей, производимых компанией BMW, являются передовыми, что подтверждается первыми местами в различных автомобильных рейтингах. В разработке инноваций для них активное участие принимают исследовательские центры, государственные учреждения и иностранные специалисты [4].

Мюнхен известен кластером биотехнологий. Большую роль в развитии биотехнологических исследований и производства в Мюнхене сыграла фармацевтическая компания Boehringer Mannheim (сегодня - Roche Diagnostics). Но биотехнологическим регионом Мюнхен стал благодаря наличию большого числа исследовательских организаций. Мюнхенский центр является лучшим среди трёх центров благодаря работе Технического университета и ряда других институтов. Немаловажную роль в этом сыграли государственные органы.

Также необходимо отметить, что в Мюнхене есть квалифицированные кадры для работы в этих кластерах. Центр в Гамбурге занимает второе место благодаря развитию инновационных предприятий в телекоммуникациях и мультимедийных разработок. Последний в этом ряду - центр в Дрездене. Его участниками являются технологический центр, компании, производящие микросхемами и фотокамеры. Ведущий разработчик и производитель компьютеров, электронных компонентов, компания AMD (США) организовала предприятия по выпуску полупроводников.

В Великобритании в начале 1990-х гг. прошлого столетия была сформулирована прогнозная технологическая программа, основой которой послужил смешанный секторально-кластерный подход. Результатом программы стала успешная деятельность регионов Великобритании в сфере производства электроники, автомобилей и комплектующих, медицинских препаратов, продовольственных продуктов.

Район г. Ньюпорт известен электронным кластером. В кластер вошли крупные иностранные компании из Японии, США. В экономике Уэльса развито производство автомобилей, электроники, разработка информационных технологий, телекоммуникаций. Благодаря развитию электронной промышленности появилась инфраструктура электронной отрасли, стала осуществляться подготовка кадров. За 12 лет (1994- 2006 гг.) работы в кластере компании с мировым именем провели переориентацию и переподготовку персонала, обеспечивая его высокий профессионализм [5]. Кластер нацелен на реализацию трёх ключевых программ: повышение квалификации, взаимодействие промышленных предприятий с университетами, повышение конкурентоспособности малых и средних фирм.

Систематизированные данные о развитии кластеров в различных государствах позволяют утверждать, что развитие кластеров в различных регионах имеет дифференциальный характер. Различия определяются историческими, демографическими, географическими особенностями развития государств. Технологический разрыв в развитии отраслей

различных стран не отражается на конкурентоспособности кластеров, потому, как их развитие происходит лишь на инновационной основе, развитой в конкретной отрасли.

Таким образом, сравнение кластеров различных государств зачастую невозможно, так, например, технологически развитая Америка не сможет состязаться с высокоразвитой отраслью энергетики России. В Германии развиваются машиностроительные кластеры, которые не могут соперничать с кластером производства лекарственных препаратов в Израиле. Кластеры предопределяют точечные превосходства одних стран над другими. С другой стороны, культивирование идей развития кластерного подхода в экономическом развитии отраслей представляется интересным.

Таким образом, опыт стран, внедривших кластерный подход в той или иной форме, показал, что кластеризация вывела их на новую ступень экономического развития. Выпускаемая продукция является конкурентоспособной во всем мире. Достижения высокотехнологичных кластеров используются во многих странах в различных сферах. Интеграция правительства, исследовательских организаций и предприятий позволяет эффективно реализовывать потенциальные возможности экономики страны. А глобализация, как фактор современных межгосударственных взаимоотношений, усиливает взаимообмен новыми технологиями, инновациями, тем самым сделав возможным использование их обычными потребителями.

Литература

1. Бухвальд Е. Укрупнение регионов: перспектива или суррогат реформирования федеративных отношений // Федерализм. - 2004. - 345 с.
2. Портер М. Конкуренция: Учеб. пособие: Пер. с англ. М.: Вильямс, -2004. - 450 с.
3. Сахал Д. Управление инновациями М.: Мегapolis – Контакт. - 2003. - 360 с.
4. Фримен Х. Инновационный бизнес М.: Наука. - 2002. - 325 с.
5. Наджафов В.Н. Обзор зарубежного опыта внедрения кластеров // Вестник МГОУ. – 2015. - №4 . – С36-43.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЦЕССНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Н.Н. Реутов,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

В современных экономических условиях эффективность процессов функционирования и развития организации, качество продукции, издержки бизнеса напрямую зависят от обеспеченности персоналом с определенными качественными и количественными параметрами. Усиливающееся влияние человеческого фактора потребовало от ученых и практиков обновления и расширения подходов к управлению персоналом. Наряду со ставшими уже традиционными подходами, появились новые, в частности, процессный, который рассматривает управление не как серию разрозненных действий, а как единый процесс воздействия на организацию и персонал. Данный подход дает возможность осуществлять управление персоналом не изолировано от общего менеджмента, а в совокупности с другими элементами и процессами, такими, как: оценка внешней и внутренней среды организации, планирование, контроль и т.д.

Процессное управление – планомерная деятельность по формированию целенаправленного поведения организации посредством выделения, описания и менеджмента системы взаимосвязанных и взаимодополняющих процессов и их ресурсного окружения. Использование процессно-ориентированного управления ведет к улучшению качества

продукции и услуг, устранению «узких» мест, однако, при его внедрении компания сталкивается с определенными проблемами в условиях российской действительности.

Проекты по внедрению процессного управления сопряжены с определенными рисками. Они связаны с неизбежным изменением внутренней ситуации в компании, сложившихся навыков работы, иногда даже образа мышления работников и топ-менеджеров. Несмотря на сложность перехода к процессному подходу в управлении отечественными компаниями, он необходим для эффективного функционирования и повышения конкурентоспособности организаций в современных условиях.

Процессный подход в России пока не получил такого распространения, как в корпоративном секторе на Западе. Но в последнее время интерес российских компаний к описанию и совершенствованию своих бизнес-процессов растет. Преимущества процессного подхода для компаний проявляются в снижении операционных издержек, сокращении временных затрат на выполнение процедур и повышении точности их исполнения, повышении скорости реакции на изменения, улучшении использования основных фондов, повышении чувства ответственности сотрудников. Работа, организованная вокруг процессов, повышает управляемость бизнеса, заставляет организацию думать о том, что она делает, с позиции клиента и в терминах конечных продуктов, способствует правильной расстановке сил.

С каждым годом появляются новые теоретические модели разработки, внедрения и реализации процессного подхода к управлению, все больше организаций стремятся использовать его принципы на практике. Но уже на этапе внедрения появляется большое количество проблем, решить которые удастся не всем. При внедрении процессно-ориентированного управления в России отечественные авторы выделяют комплекс проблем, характерных для российских компаний [6].

Внедрение процессного подхода требует пересмотра устоявшихся взглядов на принципы управления, изменения иерархической структуры компании, ломки стереотипов. На это накладывается нехватка методической литературы и разночтения в теории. Казалось бы, всеми используется один и тот же подход и известная терминология, однако когда начинается проект, выясняется, что значительные расхождения имеются не только в понятиях, но и в методических подходах к процессному управлению [2].

Можно предложить общую процедуру внедрения процессного подхода в компании, позволяющую избежать основных проблем. Рассмотрим каждый этап подробнее.

На первом этапе необходимо определить процессы организации. При этом необходимо руководствоваться п. 4.1. ГОСТ Р ИСО 9001:2001, в соответствии с которым организация должна определять процессы, необходимые для системы менеджмента качества, и их применение во всей организации, определять последовательность и взаимодействие этих процессов, а также критерии и методы, необходимые для обеспечения и результативности как при осуществлении, так и при управлении этими процессами. Внутри организации должно сформироваться понимание, какие процессы существуют, каким образом их можно соотнести с уровнями управления и ранжировать, а также какие процессы важны для реализации основного предназначения компании. На этом этапе необходимо составить полный список реальных процессов.

Распространенной ошибкой при внедрении процессного управления российскими компаниями является попытка начать комплексно описывать все существующие в организации процессы [4]. При этом практически всегда возникает проблема нехватки ресурсов и сложности управления. Данное описание действительно может оказаться бесполезным и остаться исключительно на бумаге. Предотвратить данную ситуацию можно двумя путями. Во-первых, специалисты предлагают не внедрять процессное управление частями, а решать текущие проблемы, связанные, например, с издержками, рисками, персоналом, методом постановки процессного управления. На решение одновременно множества проблем не хватит ресурсов, поэтому лучше начать с одной-двух, добиться результатов и перейти к следующим. Решение же одной проблемы за другой автоматизи-

чески расширяет зону процессного управления и задает вектор развития организации. Второй путь предполагает определение для управления от четырех до восьми наиболее важных для компании процессов. Сосредоточить внимание на большем количестве на первом этапе сложно, постоянно же работать над улучшением одного процесса не всегда целесообразно и занимает много времени.

Таким образом, необходимо составить полный детализованный список реальных процессов, стараясь избегать излишнего усложнения. Следует выявить цепочки процессов, описать их взаимодействия, определить прямых потребителей, поставщиков и каналы связи.

На втором этапе необходимо определить долгосрочные и краткосрочные цели. Именно четкое определение целей организации дает понимание назначения каждого конкретного процесса. Нельзя недооценивать значение постановки целей, так как именно они являются исходной точкой планирования, лежат в основе построения организационных отношений, являются основой системы мотивирования и служат точкой отсчета в процессе контроля и оценки результатов. Основные направления установления целей лежат в сфере доходов организации, работы с клиентами, благосостояния и потребностей работников и социальной ответственности. При этом, необходимо соблюдать иерархию целей, так как она обеспечивает ориентацию каждого отдельного процесса на достижение целей верхнего уровня.

На третьем этапе необходимо определить взаимосвязи между процессами. Таким образом, нужно установить, где заканчивается один процесс и начинается другой. Это означает, в свою очередь, четкое разграничение ответственности и полномочий специалистов компании. Определяются входы и выходы процессов, при этом вход одного процесса может являться выходом другого.

При реализации четвертого этапа необходимо определить ответственность и компетенцию по каждому процессу. Неопределенность в ответственности работников является реальным препятствием для достижения эффективности и результативности процесса. Для надлежащего функционирования процессов и управления ими необходимо определить владельцев процессов. Владелец получает полномочия решать проблемы, связанные с процессом, организовывать работу команды специалистов для анализа и улучшения процесса, а также управлять ресурсами для реализации процесса.

На пятом этапе важно проанализировать структуру процесса и определить необходимые для выполнения средства и ресурсы. Графическое, простое и наглядное описание процесса способствует лучшему пониманию потока и последовательности действий, их дальнейшей детализации. Степень детализации при описании процесса зависит во многом от применяемых методов и инструментов (применение нотаций, блок-схем или других графических представлений). Один из важнейших аспектов описания моделей бизнес-процессов – отражение на модели управляющих воздействий, обратных связей по контролю и управлению процессом.

На шестом этапе происходит определение критериев оценки результативности, устанавливаются измеряемые величины и показатели. На данном этапе нужно установить критерии эффективности процессов и системы их измерения и анализа, обеспечивающие хорошую управляемость процессов (сроки, уровень дефектности, финансовые аспекты и т.д.), риски, схему действий по исключению или снижению вероятности появления таких рисков и выработке предупреждающих действий, методы проведения измерений, методы анализа информации о процессах. Руководством должны быть установлены средства измерения, эталоны и элементы обратной связи для передачи сигнала о проведении измерения, с последующей корректировкой процесса. При этом необходимо установить конкретные данные, так как обтекаемые формулировки не дают представления о достижении желаемого результата и о степени отклонения от него.

Седьмой этап – реализация и управление процессом. Управление процессами должно осуществляться в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001-2000 и подра-

зумевают планирование процессов, обеспечение их ресурсами и обслуживание. Это, в свою очередь, предполагает определение ресурсов, необходимых для того, чтобы процессы и subprocessы функционировали с заданной эффективностью и результативностью, выявление механизма разработки мер для достижения запланированных результатов и установленных целей, определение и внедрение процедуры управления изменениями процессов, порядок действий и принятия решений в случае появления несоответствий или отказов процессов и т.д.

На восьмом этапе проводится контроль и оценивание процесса. Это делается после того, как установлены необходимые средства измерения и нормативы в ходе выполнения шестого этапа данного алгоритма. Контроль можно определить как процесс обеспечения достижения организацией своих целей. Необходимость контроля определяется такими факторами, как неопределенность, предупреждение кризисных ситуаций, возрастающая сложность процессов и организации в целом, а также поддержкой успешных действий. В ходе процесса контроля необходимо сопоставить достигнутые результаты с установленными стандартами, а именно: измерить результаты, определить уровень допустимых отклонений, сравнить фактические результаты с запланированными, сделать вывод о достижении цели процесса.

Таким образом, если была разработана четкая структура процесса, были определены адекватные показатели измерения и точки контроля, данный этап будет легче и эффективнее реализован. Аудит процесса должен распространяться на все участвующие в нем подразделения. Кроме того, точная и систематическая регистрация данных о ходе процесса и результатов контроля создает предпосылки для применения статистических методов при их анализе и выработке эффективных управляющих воздействий.

На заключительном девятом этапе происходит определение и реализация мер, направленных на улучшение процесса. Здесь необходимо проанализировать причины отклонений, разработать и применить необходимые корректирующие действия. При этом руководству необходимо не только постоянно искать альтернативные решения для улучшения процессов, но и мотивировать персонал, вовлеченный в реализацию процесса, самостоятельно разрабатывать и предоставлять свое видение по рационализации, улучшению и устранению «узких» мест. Таким образом, необходимо создавать у персонала ощущение команды, направленной на достижение единой цели. Необходимо постоянно изыскивать возможности для улучшения и снижения издержек, что, в конечном счете, будет увеличивать качество процессов, и повышать их результативность.

Внедрение процессного подхода требует пересмотра устоявшихся взглядов на принципы управления, изменения иерархической структуры компании, ломки стереотипов. Однако многое при внедрении процессного подхода зависит от руководства компании, от преследуемых целей. Знание возможных проблем ведет к пониманию ситуаций, в которых они возникают, и их устранению.

Преимущества процессного подхода проявляются для компаний в снижении операционных издержек, сокращении временных затрат на выполнение процедур и повышении точности их исполнения, повышении скорости реакции на изменения, улучшении использования основных фондов, повышении чувства ответственности сотрудников. Работа, организованная вокруг процессов, повышает управляемость бизнеса, заставляет организацию думать о том, что она делает, с позиции клиента и в терминах конечных продуктов, способствует правильной расстановке сил.

Литература

1. Ефимов, В.В. Размышления о процессном подходе // В.В. Ефимов // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 11. – С.17.
2. Иванова, М.А. Многоликое процессное управление // М.А. Иванова // Методы менеджмента качества. – 2005. – № 5.

3. Кукарцев, А.В. Методы перехода к процессному подходу в управлении машиностроительными предприятиями // А.В. Кукарцев // Автореферат дис. ... канд. экон. наук. – Красноярск, Сиб. гос. аэрокосм. ун-т, 2004. – С. 9.
4. Макаричев, С. Практика внедрения процессного управления в организации // С. Макаричев // URL:http://www.parus.ru/docs/tesises_201205.pdf.
5. Пичугин, И. Ломка стереотипов. Российские компании хотят знать, как они работают на самом деле // И. Пичугин // URL: <http://www.gipp.ru/print.php?id=5447>, 2005.
6. Собакарева, А.В. Процессный подход и мероприятия по устранению проблем его внедрения на российских предприятиях // А.В. Собакарева // Вестник МГТУ. – Т. 11. – №2. – 2008. – С. 279-283.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УЛУЧШЕНИЮ УСЛОВИЙ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Я.И. Серкина,

*к.соц.н., ст. преподаватель кафедры
управления персоналом НИУ «БелГУ»*

В современном обществе одним из важнейших экономических пространств выступает рынок труда. Он представляет собой своеобразную экономическую среду, в которой осуществляется «продажа» рабочей силы со стороны работников и рабочих мест со стороны работодателей. Основным инструментом на рынке труда выступает заработная плата. Её уровень, определяемый двумя субъектами взаимодействия (работником и работодателем), соотношение этих значений формирует предложение и спрос рабочей силы. Однако, помимо заработной платы, работодатель на этапе поиска и подбора кадров, предлагает определенные условия труда на конкретном рабочем месте в конкретной организации. Чем безопаснее и оптимальнее для кандидата эти условия, тем конкурентоспособнее предприятие на рынке труда в борьбе за высококвалифицированную рабочую силу. По этой причине, вопросы организации нормальных условий труда персонала приобретают наибольшую актуальность.

Создание нормальных и безопасных условий труда с учетом всех выше перечисленных компонентов способствует повышению производительности труда и, как следствие, повышению успешности функционирования предприятия, в частности – увеличению прибыли. Однако в условиях развития информационного общества и научных технологий, роста научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок все больше внимания уделяется инновационным подходам решению стоящих перед обществом проблем, в том числе и в области организации условий труда персонала.

Под условиями труда понимается совокупность элементов производственной среды, в которой протекает трудовая деятельность работника. Условия труда оказывают существенное влияние на работоспособность человека.

Условия труда на рабочем месте зависят от используемого оборудования, технологий, средств и предметов труда, системой защиты работников, обслуживанием рабочих мест, а также от состояния производственного помещения. Исходя из этого, можно заметить, что условия труда определяются характером определенной деятельности и являются специфичными для конкретного вида работ.

Формирование условий труда происходит под влиянием взаимосвязанных факторов, а именно: социально-экономических, технико-организационных и естественно-природных.

К социально-экономическим относят: социально-политические, экономические, нормативно-правовые, социально-психологические: отношение работников к труду и к

условиям, в которых протекает трудовой процесс, психологический климат в коллективе, эффективность применяемых компенсаций, связанных с неблагоприятными условиями трудовой деятельности.

Технико-организационные факторы включают в себя: предметы и средства труда, технологические процессы, управление производственным процессом, организация труда, способы транспортировки сырья и продукции.

Под естественно-природными факторами понимаются: географические, климатические, геологические, биологические [1].

Условия труда определяются совокупностью элементов производственной среды, оказывающих влияние на производительность труда.

Эти элементы могут оказывать как благоприятное, так и негативное воздействие на работоспособность человека. Благоприятными являются те, которые способствуют развитию личности, раскрытию потенциала, творческому отношению к работе, а также удовлетворенности трудом. К неблагоприятным относятся те, воздействие которых формирует отрицательное мнение о работе, вызывают утомляемость и профессиональные заболевания, снижение интереса к работе.

Все элементы условий труда принято делить на четыре основные группы:

- санитарно-гигиенические;
- психофизиологические;
- эстетические;
- социально-психологические [2].

Сегодня в результате проведения фотографий и самофотографий рабочего дня, а также процедур хронометрирования многие предприятия стремятся оптимизировать трудовые процессы путем сокращения числа трудовых операций или их совмещения с целью экономии затрат рабочего времени и повышения производительности труда. Однако в сфере большинства производств в эпоху инноваций наблюдается вытеснение ручного и механизированного труда машинным. Происходит автоматизация трудовых процессов; в результате современных достижений в сфере машиностроения создается большое количество оборудования, предназначенного для выполнения операций человеческого труда. Однако данный процесс имеет неоднозначные последствия, так как влечет за собой сокращение большого числа работников и большие финансовые затраты.

Говоря о трудовой деятельности управленческих кадров, педагогических работников, ученых и других категорий персонала, занятых преимущественно умственным трудом, следует отметить, что в условиях современности они вынуждены работать в условиях постоянного нервного напряжения, большого объема информации, в режиме многозадачности и сложности. В такой- ситуации распространенным явлением становится профессиональный стресс. Следствием длительного профессионального стресса может являться синдром профессионального выгорания и хронической усталости. Симптомы профессионального выгорания проявляются в сниженной мотивации к труду, слишком больших простоях и потерях рабочего времени, гневе на руководство, падении инициативы, росте чувства неудовлетворенности работой, высокой конфликтности персонала, вследствие которой падает сотрудничество и партнерство сотрудников, ухудшается социально-психологический климат в коллективе, нарушается функционирование корпоративной культуры [3].

В таких условиях часто наблюдается рост текучести кадров. Во избежание данных проблем и минимизации их последствий многие современные компании создают всевозможные кабинеты и комнаты для психологической разгрузки работников. Существует множество методик их создания, построения и оформления, предлагаемых со стороны исследователей и ученых. Инновация в данном случае заключается в том, что в результате использования психологических, физиотерапевтических методик, а ино-

гда и массажных техник решаются проблемы, связанные с возникновением и развитием последствий профессионального стресса, в следствие чего сотрудник получает возможность в рамках рабочего времени получить релаксацию, восстановить трудоспособность и обучиться техникам саморегуляции и защиты от стресса. В результате использования данного инновационного подхода многие компании замечают рост эффективности деятельности, уменьшение числа ошибок, повышение мотивации и инициативы работников, снижение травматизма и болезней. Главный результат – это снижение текучести персонала, уменьшение проблем поиска и подбора персонала на открытые позиции. Данный метод не требует больших финансовых вложений, однако является результативным.

Так, изменяя качество профессиональной жизни работников, можно значительно повысить экономические показатели предприятия, при этом, не затрачивая огромных ресурсов, а лишь используя технологии, в основе которых лежат передовые знания и забота о трудовой деятельности человека, превращающего свое время в производственный капитал [3]. Этот инновационный подход к организации труда персонала уже используется такими успешными зарубежными компаниями, как Facebook, Airbnb (агентство недвижимости в Сан-Франциско), Evernote, SoundCloud (музыкальная корпорация - в Германии), JetBrains, BlaBlaCar (фирма в Париже) и другими. Однако в условиях российской действительности далеко не многие руководители предприятий и компаний используют данный метод, объясняя свой выбор лишними материальными затратами, отсутствием свободного помещения и отношением к работе своих подчиненных как к исключительно труду, а не отдыху. Все же некоторые отечественные корпорации уже приняли во внимание данный подход. К их числу относятся Rambler&Co (компания по созданию крупнейшего веб-сайта), 2ГИС (российская картографическая компания), НПО Компьютер (компания по созданию информационных систем управления) и другие.

Следует отметить, что государство регулирует деятельность государственных и коммерческих структур в сфере организации условий труда посредством трудового законодательства. Особенное внимание уделяется вопросам безопасности труда; большое количество статей и постановлений предусматривает дополнительные компенсационные выплаты за труд работников, осуществляющих профессиональную деятельность в условиях повышенной опасности и вредности. Последнее время правительство Российской Федерации ищет пути инновационных решений данной проблемы. Так, в настоящий момент на территории страны действует Межрегиональная Ассоциация содействия обеспечению безопасных условий труда «Эталон». Данная организация в 2017 году проводит Всероссийский конкурс «Здоровье и Безопасность». Конкурс реализуется в рамках - стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [4].

Его целью является выявление наиболее выдающихся достижений в области обеспечения безопасных условий труда и сохранения здоровья работающих, а также поощрение личностей, внесших наиболее весомый вклад в развитие науки, технологий и решение практических задач в области охраны труда. Помимо этого, в этом же году Межрегиональная Ассоциация содействия обеспечению безопасных условий труда «Эталон» организует проведение таких мероприятий, как: «Мастерство и безопасность 2017», направленного на выявление лучших специалистов среди лиц, осуществляющих профессиональную деятельность по обеспечению охраны труда в организациях; «Успех и безопасность 2017», целью которого является снижение уровня травматизма и улучшение условий труда в производстве. Следует отметить, что подобные мероприятия проводятся ежегодно и становятся все более популярными в нашей стране.

Таким образом, организация нормальных и безопасных условий труда персонала играет сегодня большую роль в вопросах поиска, подбора, использования и удержания высококвалифицированных кадров на рабочих местах. Условия труда представляют со-

бой комплексное понятие, так как включают множество факторов. В настоящее время особое внимание уделяется инновационным подходам к организации условий труда. Самым популярным из них является создание комнат для отдыха и психологической разгрузки для работников. Данный метод используется многими зарубежными компаниями, однако в России только начинает свое распространение в практике крупных предприятий. Правительство Российской Федерации, в свою очередь, регламентирует вопросы организации условий труда работников с помощью нормативно-законодательной деятельности, побуждает у населения инициативу к инновационным подходам в данной области знаний путем содействия проведению и финансирования всевозможных конкурсов и грантов.

Мы рассмотрели возможность внедрения инновационных подходов к организации нормальных условий труда в ООО «БелТрейд» Белгородской области.

После ознакомления с существующей в ООО «БелТрейд» системой обеспечения нормальных условий труда на рабочих местах были выявлены некоторые проблемы, - устранение которых позволило бы улучшить условия труда, и тем самым повысить работоспособность.

Проводилось изучение условий труда по различным показателям таким как:

- микроклимат помещения;
- организация и оснащение рабочего места;
- наличие удобной мебели, соответствующей нормам.

Было выявлено, что серьезных отклонений в обеспечении нормальных условий труда не имеется. Условия труда в данной организации полностью соответствуют нормам и требованиям законодательства.

Была проведена фотография рабочего времени, с целью выявления затрат рабочего времени на данных рабочих местах. Согласно проведенному анализу, выяснилось, что сотрудники, испытывают утомление, находясь в длительном рабочем положении сидя, отчего иногда на некоторое время покидают рабочее место. В связи с этим имеются небольшие потери рабочего времени, которые необходимо устранить.

Также среди сотрудников проводилось анкетирование на тему удовлетворенности трудом. Проведя анкетирование, было выявлено, что в целом сотрудников устраивает их место работы. Но есть такие проблемы, как недостаточно благоприятный социально-психологический климат в коллективе, что является неотъемлемым фактором, составляющим условия труда.

В связи с выявленными недостатками - необходимо предложить некоторые инновационные подходы к решению имеющихся проблем.

Для того чтобы сотрудники при длительном сидячем положении не испытывали утомляемости, можно предложить такое инновационное решение как приобретение в каждый отдел специального массажного кресла.

Дополнительно к устранению этой проблемы можно предложить сотрудникам, наиболее эффективно справляющимися со своими обязанностями, посещение бассейна 2 раза в месяц бесплатно. Также необходимо ввести в организацию такое правило как обязательное проведение каждый рабочий день пятиминутной зарядки.

Закупив кресла -массажеры в каждый отдел, у сотрудников появится возможность во время технической паузы или в обеденный перерыв размять мышцы и со временем укрепить здоровье в целом.

Ежедневное пятиминутное проведение физической разминки позволит устранить такие проблемы как боль в спине, утомляемость мышечной системы, связанные с длительным нахождением в позе сидя. Такое решение позволит сократить потери рабочего времени, также сотрудники станут чувствовать себя бодрее, у них улучшится настроение, тем самым они будут относиться лучше к своим коллегам и улучшится психологический климат в коллективе.

Литература

1. Леженкина, Т. И. Научная организация труда персонала / Т.И. Леженкина. – Синергия – Москва, 2012. – 352 с.
2. Дородников С. Борьба со стрессом: повышаем производительность сотрудников / Инновационные способы повышения эффективности деятельности и мотивации персонала // Деловой информационный портал «На стол руководителю». – 2011. – № 5.
3. Беляков, Г.И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: Учебник для бакалавров / Г.И. Беляков. – Москва: Юрайт, 2012. – 572 с.
4. Колосницына М., Лесневский К. Политика здоровья на российских предприятиях: опыт эмпирического анализа / Мотивация и оплата труда. 2015. № 4. 291 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ РИСКОВ

О.А. Тимохина,

кандидат экономических наук,

ассистент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»

Современные предприятия вынуждены функционировать в довольно сложных и нестабильных условиях, определенные трудности также создают угрозы со стороны глобальных рисков, затрагивающих практически все сферы экономической и социальной деятельности. Сегодня среди явных факторов, оказывающих дестабилизирующее воздействие на развитие и операционную деятельность любого российского предприятия, можно назвать следующие: динамичность изменений внешнего окружения, высокий уровень конкуренции, несостоятельность ключевых финансовых механизмов и институтов, количественный и качественный дисбаланс на рынке труда, высокий уровень безработицы. Данные негативные обстоятельства предъявляют к предприятиям определенные требования, направленные на активную стабилизацию и развитие своей деятельности, что практически невозможно без создания эффективной системы управления кадровым потенциалом.

Эффективное управление кадровым потенциалом предприятия выступает одним из ключевых стратегических направлений функционирования в условиях экономической нестабильности и глобальных рисков. Персонал, как важнейший ресурс любого предприятия может вывести конкурентные преимущества на новый, более высокий и устойчивый качественный уровень, обеспечить адаптивность к постоянно меняющимся условиям работы и предоставить круг дополнительных возможностей выхода на новые рынки. Выстраивая систему управления кадровым потенциалом, современное предприятие должно ориентироваться на инновационные методики, использовать последние HR-технологии и подходы, характеризующиеся комплексностью и системностью.

Для российских предприятий характерно укомплектование собственных штатов работниками, которые не только полностью отвечают требованиям вакантной должности, но и обладают большим потенциалом, высоким уровнем квалификации, опытом, способностью к саморазвитию, нестандартному, креативному мышлению и умению работать в сложных, стрессовых ситуациях. Таким образом, требования к кандидатам постоянно растут, провоцируя прямо пропорциональный рост конкуренции на рынке труда отдельных регионов и всей страны.

Эффективное управление персоналом любого предприятия, вне зависимости от политической, экономической ситуации и ситуации на рынке труда, целесообразно ориентировать на формирование кадрового потенциала высокого конкурентоспособного уровня. Для достижения данной цели необходимо постоянно отслеживать и внедрять в

процесс управления кадровым потенциалом современные инновационные методы, приемы; систематически изучать успешный опыт управления кадровым потенциалом зарубежных предприятий, непосредственных конкурентов, а также использовать логистический подход к управлению персоналом.

Большинство современных российских предприятий характеризуются определенными проблемами в области управления кадровым потенциалом: отсутствие инновационной направленности кадровой политики и использования зарубежного опыта, отсутствие баланса в рамках национального рынка труда, отсутствие четкой системы социальной защиты населения, отсутствие опыта развития и эффективного использования кадрового потенциала как отдельного работника, так и всего трудового коллектива.

Современное внешнее окружение хозяйствования требует от предприятий активного внедрения и использования адекватных и эффективных подходов к управлению кадровым потенциалом. Именно таким подходом и выступает логистический подход к управлению кадровым потенциалом предприятия. Интерес к логистике, как к одному из наиболее популярных и результативных инструментов бизнеса, обусловлен, прежде всего, актуализацией проблем выживания в экономической среде, возрастанием конкуренции и потенциального влияния последствий глобальных рисков. Следовательно, данный подход должен быть реализован и в сфере управления кадровым потенциалом предприятия.

Логистическое управление направленно на рационализацию хозяйственных связей на базе минимизации совокупных расходов всех участников логистической цепи [1]. Данный вид управления нацелен на формирование таких объемов ресурсных запасов, которые будут обеспечивать нормальный ритм функционирования предприятия.

Отличительной особенностью логистического управления кадровым потенциалом от традиционного выступает обязательное объединение технологии движения ресурсов с кадровыми потоками предприятия, что должно полностью исключать нерациональное формирование и использование кадровых ресурсов предприятия. Определенные исследования в данном направлении позволили провести сравнительный анализ методологии логистического и традиционного управления персоналом предприятий, что отражено в таблице 1.

Основываясь на глубоком анализе особенностей логистического подхода к управлению кадровым потенциалом, можно сделать вывод о том, что данный процесс состоит из трех ключевых этапов:

- логистическое управление входящими кадровыми потоками (исследование и анализ рынка рабочей силы, исследование трудового законодательства, демографической и социально-культурной ситуации, инноваций, формирование позитивного персонального имиджа предприятия, определение требований к будущим кандидатам, набор персонала с использованием внутренних или внешних источников найма, подбор кадров);

- логистическое управление внутренними кадровыми потоками (управление адаптацией работников, создание благоприятного морально-психологического климата, системы развития и продвижения, оценки и аттестации персонала, создание эффективной системы перемещения и ротаций);

- логистическое управление исходящими кадровыми потоками (управление процессом высвобождения персонала, исследование необходимости найма новых работников).

Содержание и связи между составляющими элементами этапов в системе логистического управления кадровым потенциалом предприятия представлены на рисунке 1.

Следует отметить, что собой представляет кадровый поток предприятия. Кадровый поток – это совокупность трудовых ресурсов, которые перемещаются внутри логистической системы, а также между ней и внешним окружением. Кадровый поток включает в себя трудовые ресурсы, которые выполняют логистические операции внутри логистической системы и обеспечивают взаимосвязь (материальную, информационную, финансовую) между системой и внешней средой функционирования.

Сравнительная характеристика традиционного и логистического подходов к управлению персоналом

Аспекты сравнения	Подходы, к управлению персоналом	
	Традиционный	Логистический
Цель	Обеспечить предприятие работниками необходимой квалификации, в необходимом количестве и необходимом качестве, которые будут отвечать специфике работы предприятия и обеспечивать достижение поставленных целей, задач.	Оптимизация трудовых потоков, как динамичного элемента предприятия, с ориентацией на долгосрочную перспективу в соответствии со стратегией и миссией предприятия. Обеспечение адаптивности, гибкости и динамичности всей системы управления персоналом.
Направление	<ul style="list-style-type: none"> - планирование потребности в персонале; - организация набора и отбора кадров; - организация оценки и аттестации; - организация процесса развития персонала; - управление процессом высвобождения персонала. 	<ul style="list-style-type: none"> - оптимизация входящих кадровых потоков; - эффективное использование и развитие внутренних кадровых потоков; - управление исходящими кадровыми потоками.
Ключевые принципы управления	<ul style="list-style-type: none"> - научность; - плановость; - адаптивность; - комплексность; - перспективность; - экономичность; - согласованность. 	<ul style="list-style-type: none"> - системность; - комплексность; - экономичность; - гибкость, адаптивность, динамичность, оперативность, непрерывность; - взаимосвязь всех кадровых потоков; - ориентация на постоянное развитие и долгосрочную перспективу.
Предмет	Процесс изучения отношений между работниками в ходе производства товаров или услуг.	Процесс оптимизации всех логистических кадровых потоков предприятия.
Объект	Отдельный работник или целый рабочий коллектив, который осуществляет деятельность, направленную на достижение совместных целей и задач.	Кадровые потоки предприятия.
Методологическая основа управления	Классический подход, базирующийся на индукции.	Системный подход, основанный на дедукции.
Характер формирования кадровых потоков	Характер спонтанный и мало согласованный (ответные мероприятия на сложившуюся ситуацию).	Характер системный, комплексный и согласованный.

В ходе исследований процесса управления кадровыми потоками предприятия целесообразно разработать определенную классификацию, которая могла бы отобразить схожие для кадровых потоков признаки, выявить их специфические характеристики, которые свойственны отдельным категориям кадровых потоков предприятия.

К таким специфическим классификационным признакам кадровых потоков предприятия можно отнести следующие: направление движения, уровень взаимосвязи с другими потоками предприятия, положение относительно предприятия, уровень стабильности, ритмичность, плановость, источники формирования, объект управления, цель управления, уровень квалификации. Данная классификация представлена в таблице 2.

Использование логистического подхода к управлению кадровым потенциалом предприятия предусматривает решение конкретных задач:

- определение направлений и принципов работы с уже сформированным на предприятии кадровым потенциалом;
- своевременное и оперативное реагирование в ситуациях финансовой нестабильности и кризиса (оценка целесообразности проведения увольнений работников, найма временного персонала либо сокращение ФОТ);
- разработка эффективной системы развития и продвижения персонала;
- совершенствование старой либо разработка новой системы набора персонала;
- создание эффективной системы увольнения персонала;
- оптимизация всех затрат, имеющих непосредственное отношение к персоналу.

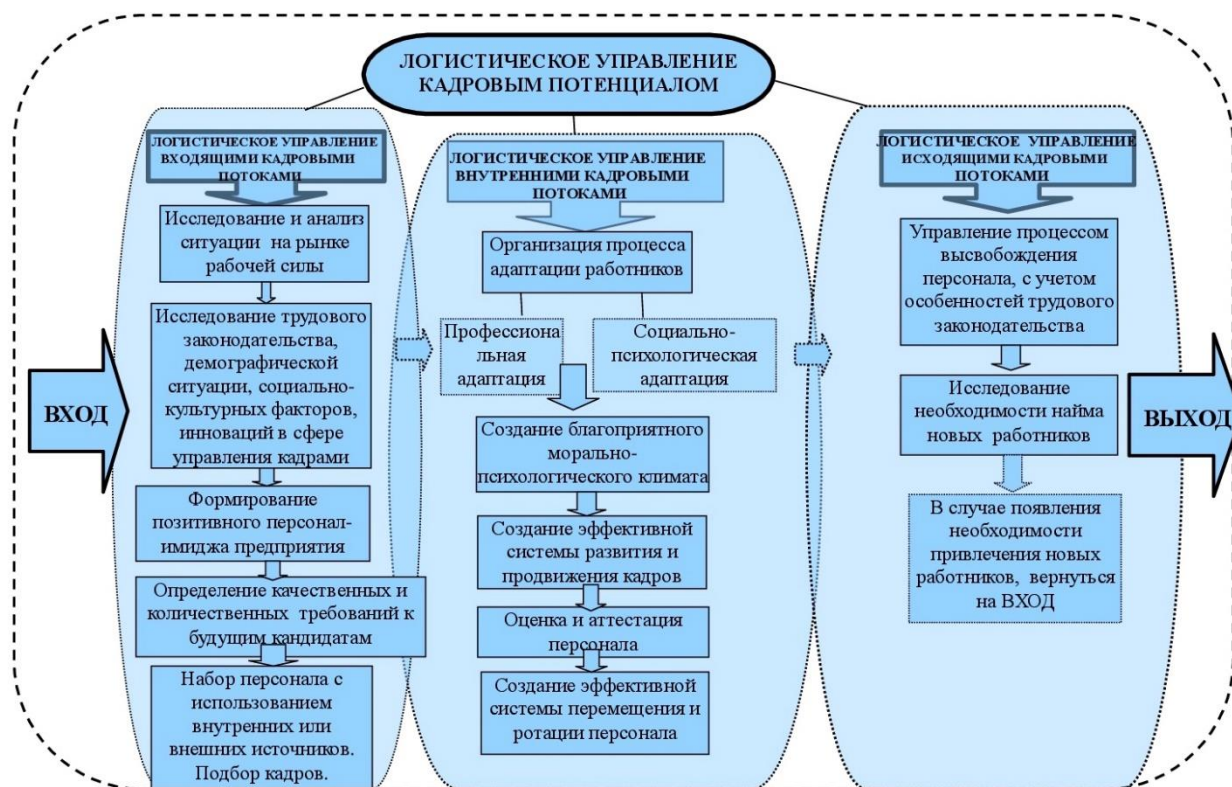


Рис. 1. Содержание и связи между составляющими элементами этапов в системе логистического управления кадровым потенциалом предприятия

Согласно теории и практике логистических исследований существует множество разнообразных концепций, а, следовательно, и определений самого термина «логистика», но всем им свойственны два общих концептуальных положения:

1. объектом логистики должен выступать определенный потоковый процесс (как правило, материальный, финансовый, информационный и т.д.) и объединение его компонентов [3];

2. исследование должно характеризоваться определенной целостностью, которая является системной и учитывает все явные элементы потоковых процессов [2].

Таким образом, базируясь на общих концептуальных положениях логистики, логистический подход к управлению кадровым потенциалом предприятия, будет основываться на следующих положениях собственной логистической концепции:

- объектом логистического управления кадровым потенциалом выступают кадровые потоки предприятия;
- предметом выступает процесс оптимизации кадровых потоков;
- оптимизация кадровых потоков является сквозной и осуществляется с позиции единого целого, как системы;
- в процессе оптимизации определенного кадрового потока, данный поток не следует рассматривать обособленно от других, во внимание должна приниматься вся логистическая кадровая цепь;
- вся система оптимизационных решений должна обладать определенной согласованностью и соответствовать общей стратегии предприятия;
- поиск и использование наиболее достоверной и полной информации, которая имеет отношение к какому-либо виду кадровых потоков предприятия.

Таблица 2

Классификация кадровых потоков предприятия

№	Классификационный признак	Виды кадровых потоков
1	Направление движения	- Входящие; - Исходящие.
2	Уровень взаимосвязанности с другими потоками предприятия	- Связанные с другими потоками; - Обособленные (отдельные).
3	Положение относительно предприятия	- Внутренние; - Внешние.
4	Уровень стабильности	- Стабильные; - Нестабильные.
5	Ритмичность	- Бесперывные; - Дискретные; - Смешанные.
6	Источники формирования	- Внутренние; - Внешние; - Комбинированные.
7	Объект управления	- Исходящие; - Внутренние; - Входящие.
8	Цель управления	- Стабилизирующие; - Совершенствующие; - Поддерживающие.
9	Плановость	- Запланированные; - Спонтанные; - Вынужденные.
10	Уровень квалификации	- Высококвалифицированные; - Квалифицированные; - Малоквалифицированные; - Неквалифицированные.

Таким образом, логистический подход к управлению кадровым потенциалом предприятия обладает определенными преимуществами:

- непрерывность процесса оптимизации кадровых потоков;
- постоянная диагностика и управление процессом изменений в структуре трудовых ресурсов;
- постоянное и всестороннее развитие кадрового потенциала как отдельно взятых работников, так и всего коллектива предприятия;
- гибкость и оперативность решений в области реализации и совершенствования кадровой политики;
- высокий уровень адаптированности к динамическим изменениям внутренних и внешних факторов функционирования предприятия, влиянию глобальных рисков;
- полная согласованность с корпоративной стратегией предприятия;
- возможность максимальной оптимизации затрат, связанных с управлением кадрами.

Литература

1. Логистика: учеб. / под. ред. Б. А. Аникина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИН-ФРА-М, 2002. – 367 с.
2. Логістика: навч. посіб. / О. М. Тридід, Г. М. Азаренкова, С. В. Мішина, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
3. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти : моногр. / Л. В. Фролова ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк : [ДонДУЕТ], 2004. – 161с.

ЭРА УМНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Т.В. Целютина,

*кандидат социологических наук,
доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»*

Центральная содержательная проблема кадрового менеджмента бережливого производства аккумулируется в границах представления, что в России чаще видят в «бережливом» производстве набор методов и конкретных инструментов для повышения эффективности исключительно бизнеса. Из двух важных и равноправных частей Lean системы – социальной (персонал) и технологической (процессы и механизмы) – в большей степени используют последнюю. Это тормозит и ограничивает развитие «бережливости», поскольку стимулирование персонала к организационным изменениям, инновационным преобразованиям быстро исчерпывается, и, получив быстрый кратковременный экономический эффект наступает точка некой иллюзорной стабильности и нежелания видеть возможные стратегические перспективы.

На наш взгляд, генеральная цель бережливого производства – это мотивация и развитие именно всех категорий персонала и их организационных отношений, коммуникационно-информационных каналов вокруг качества продукции и конкретной работы. А как следствие, следующий шаг – экономическая и социальная эффективность.

Бережливое производство – концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации бизнеса каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя.

В настоящее время организациям приходится осуществлять свою деятельность в постоянно меняющейся внешней среде, которую принято характеризовать интересной аббревиатурой VUCA:

- V Volatility (нестабильность)
- U Uncertainty (неопределенность)
- C Complexity (сложность)
- A Ambiguity (двусмысленность)

Важно, что при этом изменчивость становится неотъемлемой частью существования в условиях постоянной экономии HR-ресурсов, их удорожания. Нужен персонал который хочет работать «в организации и для организации». Концепция менеджмента и поведения персонала основаны на неуклонном стремлении к устранению всех видов потерь: нереализованный творческий потенциал сотрудников, потери из-за перепроизводства, потери времени из-за ожидания, потери при ненужной транспортировке, потери из-за лишних этапов обработки, потери из-за лишних запасов, потери из-за ненужных перемещений, потери из-за выпуска дефектной продукции.

Сложный и актуальный вопрос – что нужно современным организациям, чтобы успешно конкурировать, качественно коммерциализировать свои услуги, достигать устойчивого преимущества в своем сегменте? Номер один – персонал, умеющий стратегически мыслить и принимать управленческие решения, технологии HR, которые имеют ценность, уникальны и их трудно скопировать, эффективный менеджмент, эффективное производство (бережливое и «чистое» производство), НИОКР [1, с. 5-6].

Прежде всего, для эффективного использования кадрового потенциала организации, необходимо внедрение бережливого производства, которое предполагает вовлеченность персонала в разработку, принятие и реализацию управленческих и производственных решений, командную работу, лидерство руководства, правильную кадровую политику, подготовку специалистов путем систематического обучения и повышения квалификации, использование научной организации труда.

Определим 13 HR-идей про бережливое производство:

- 1) вовлеченность персонала;
- 2) лидерство руководства;
- 3) командная работа и сформированные управленческие команды;
- 4) рациональные предложения;
- 5) правильная кадровая политика;
- 6) управление изменением сознания и ответственности;
- 7) точно в срок как компетентность;
- 8) умение видеть потери;
- 9) подготовка специалистов;
- 10) постоянное совершенствование;
- 11) HOT;
- 12) производственная педагогика;
- 13) инициативность.

Рассмотрим внедрение модели бережливого производства (рис.1).

Для формирования модели бережливого производства, на первом этапе, необходимо формирование подсистемы философии и стратегического управления, которые включают разработку миссии и основных задач организации, разработку и внедрение философии и основных принципов бережливого производства, обучение и повышение квалификации персонала, формирование лидеров и выявление талантливых сотрудников в коллективе, ключевых показателей эффективности деятельности персонала. Кроме того, необходимо разработать целостную программу кадрового менеджмента, сформировать соответствующие управленческие структуры по бережливому производству.

На втором этапе необходимо сформировать производственную подсистему, направленную на снижение потерь. Необходимо выполнить такие мероприятия как: опти-

мизация внутренних процессов прогрессивными технологиями бережливого производства. К основным методам относятся такие системы как:

- 1) Система 5 S;
- 2) TPM (всеобщий уход за оборудованием);
- 3) SMED (быстрая и точная переналадка);
- 4) Канбан;
- 5) Пока-ёка (метод предотвращения ошибок);
- 6) Кайдзен и др.



Рис. 1. Оптимальная модель внедрения бережливого производства

На третьем этапе внедрения модели бережливого производства необходимо формировать подсистему управления человеческими ресурсами. Прежде всего, развивать идеологию, философию бережливого производства среди сотрудников, ориентировать на постоянное совершенствование и инициативность, самоконтроль, самомотивацию и самообучение. Обязательно нужно проводить политику по вовлечению персонала в организационные изменения.

Кроме того, у персонала необходимо развивать и ряд вспомогательных новых компетенций 21 века. Выделим, на наш взгляд, актуальные компетенции в основе Lean изменений:

- 1) комплексное решение проблем;
- 2) критическое мышление;
- 3) креативность;
- 4) умение управлять собой, своими эмоциями и людьми;
- 5) координация действий с другими;
- 6) эмоциональный интеллект;
- 7) составление суждений и принятие решений;

- 8) сервис-ориентация;
- 9) взаимодействие, ведение переговоров;
- 10) когнитивная гибкость;
- 11) фокус на конечном результате;
- 12) инициативность и постоянное развитие;
- 13) самообучение и контроллинг.

Руководители хотят видеть персонал который стремится перейти от режима «я все исполню» к фокусу «самоинициативность» + «креативность» + «гибкость мышления» и т.д. Как этого добиться? Ответ – инструменты бережливого производства и профессиональный подход к этому делу самих руководителей.

Внедрение принципов бережливого производства должно осуществляться при тесном взаимодействии с другими организациями и, желательно, региональной властью. Рассмотрим оптимальную модель развития бережливого производства на региональном уровне (рис.2).

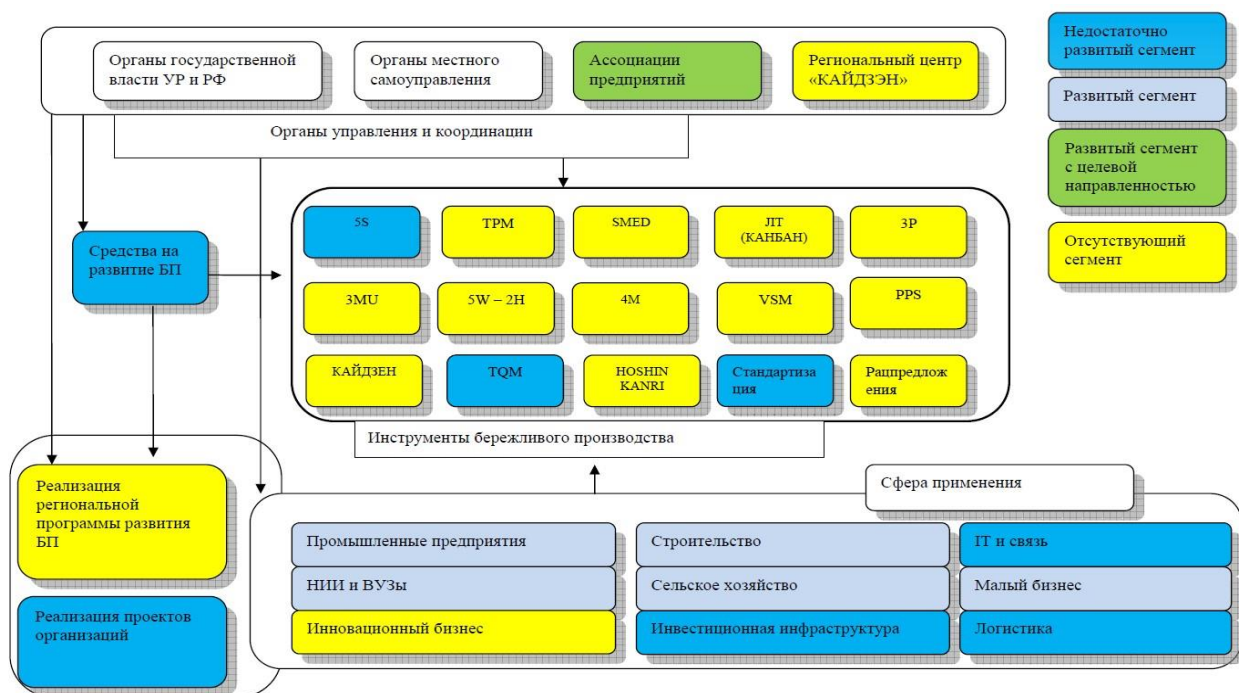


Рис. 2. Модель развития бережливого производства на региональном уровне

Во главе региональной модели бережливого производства находятся органы государственной власти и местного самоуправления, ассоциации предприятий и Региональный центр производительности труда, на который необходимо возложить задачи по обучению технологиям (инструментам) бережливого производства, разработке научных методов. При реализации региональной модели по бережливому производству необходимо использовать основные инструменты и совместную реализацию проектов. Сфера применения региональной модели охватывает все направления бизнеса и образования: сельское хозяйство, промышленность, логистику, IT, строительство, малый бизнес, инновационный бизнес, ВУЗы и НИИ.

В современных условиях функционирования организаций во главу угла ставится устойчивое развитие и кадровый менеджмент. Устойчивое развитие это, прежде всего, преобразования в умах и действиях персонала. Для осуществления устойчивого развития необходима реализация следующих принципов бережливого производства:

- 1) HОТ;
- 2) TQM;

- 3) ТОС;
- 4) Kaizen;
- 5) ТРИЗ и др.

Развитие процессов предполагает: диагностику или аттестацию на основе КПСЦ, визуальный менеджмент, организацию рабочего места, стандартизированную работу, всеобщее производственное обслуживание и быструю переналадку, эффективную логистику, штурм-прорывы, статистические методы и Шесть сигм, Лин-учет и расчет эффективности и мн. др.

Развитие персонала предполагает: осуществление производственного инструктажа (ТВИ), внедрение системы мотивации и стимулирования, развертывание политики на основе Хосин канри, организацию программы РПС, внедрение методов командной работы, налаживание системы обучения, развитие культуры проведения совещаний. Очень важен такой метод как – лидерская стандартизация и визуализация.

Выполнение вышеуказанных методов и принципов позволит организации добиться синхронизации производства, стандартизировать рабочие процессы, эффективно управлять потоками, создать в коллективе социальную ответственность, наладить систему постоянного экономического эффекта, добиться взаимного доверия и уважения, обеспечить безопасность и экологичность труда.

Литература

1. HR-менеджмент в условиях геополитической турбулентности: инновационные способы формирования и поиск новых возможностей развития: монография / Л.А. Третьякова, Т.В. Целютина, Ж.Н. Авилова, Ю.В. Астахов, Л.А. Минаева, Л.И. Проняева, Ю.О. Шаврина. -Белгород: ООО «ЭПИЦЕНТР», 2016. -184 с
2. Вумек, Джеймс П. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс ; пер. с англ. [С. Турко]. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2013. – 470.
3. Лайкер Джефффри. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джефффри Лайкер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЦЕССАМ УПРАВЛЕНИЯ, РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕЙ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В КОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ж.Н. Авилова,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Р.В. Гусев,

предприниматель, ИП «Гусев Р.В.»

В современных рыночных условиях практически все предприятия владеют альтернативами в организации распределения своего продукта, в основе которого лежит принципиальная ориентация удовлетворения многообразных запросов конечного потребителя и способ её существования, который рассматривается как совокупность действий по максимальному приближению товара к целевой группе потребителей (или наоборот, привлечение потребителей к товару фирмы). Тенденции развития промышленных предприятий показывают, что в ближайшем будущем значение промышленного производства и смежных отраслей в экономике промышленно развитых странах значительно возрастет. Среди них можно выделить:

- научно-технические тенденции: снижение производственных затрат и вредных выбросов, разработка стратегии внедрения новых продуктов и продукции на рынок, повышение безопасности, улучшение качества, надежности и долговечности;

- экономические тенденции: с одной стороны, снижение затрат на производство и цен на производимую продукцию, с другой стороны – рост стоимости новых конструкторских решений и комплекса новых технологий при производстве продукции на основе жесткого законодательства и запросов потребителей;

- организационные тенденции: сильная конкуренция в создании конкурентоспособной продукции для достижения рыночного преимущества; проектирование и компьютеризация процесса разработки, которые позволяют производить новые виды продукции в течение 1-2 лет; глобализация и интеграция поставщиков сырья как основной фактор индустрии будущего;

- специализация исследований, разработок и производства на основе национального и международного разделения труда (доля материнских компаний при производстве продукции в настоящее время составляет 35-50 %, остальное поступает, как правило, по договорам сотрудничества).

Необходимо отметить, что практика взаимоотношений с поставщиками должна характеризоваться атмосферой доверия, которая должна быть основана на качестве производимой продукции, а также на своевременности поставок по договорам долгосрочного характера. Это, в свою очередь, повышает роль поставщиков на ранних стадиях производства продукции, начиная с научно-исследовательских и проектных. Поставщик становится полноправным партнером-участником производителя в части обеспечения качества продукции и распределение прибыли. Следует отметить, что экономическая и производственно-сбытовая деятельности промышленного предприятия – это замкнутая информационная система с обратной связью. Все модели данных систем обязаны поддерживать замкнутый цикл. По нашему мнению, понятие «модель» должно быть определено как упрощенное представление о наиболее важных аспектах, характеристик и особенностей изучаемых явлений и процессов. При этом рассматривать модель (лат. *modulus* – мера, об-

разец) необходимо как условный образ объекта исследования и управления, который предназначен для отображения его наиболее важных характеристик.

По нашему мнению, единственно полезной и приемлемой моделью будет являться та, которая полностью объясняет реальность системы и может предсказывать свое состояние в будущем. Тогда в данном случае не достаточно, чтобы обеспечить точность модели, а необходимо, чтобы она была правильной. В отсутствие несоблюдения такого условия, корректность моделирования становится неэффективным. Эффективность модели будет зависеть от следующих моментов: во-первых, от широты окружающих систему рамок; во-вторых, от действия на выбор переменных; в третьих, от численных значений параметров.

Если модель предназначена для определения влияния изменений, а точнее эффекта от вносимых в нее изменений, должно быть соответствие между параметрами и структурой модели, которая подверглась изменениям. Механизм работающей модели должен показывать механизм реальной существующей системы. Кроме всего, модель должна раскрыть суть динамических характеристик системы, иначе она не могла бы представить изменения данных характеристик. Однако, известно, что об эффективности любого явления можно судить только тогда, когда есть четкое видение цели, которая, в свою очередь, должна укладываться в те рамки решений, какие модель должна дать. Таким образом, модель могла бы частично или полностью воспроизводить структуру моделируемой системы и ее функций. Процесс моделирования при этом должен включать в себя построение замены подлинников на новую систему, предоставляющей реальную информацию о ней.

Важнейшим конкурентным преимуществом в условиях современной модернизации экономики является становление маркетингового планирования и прогнозирования, что позволяет компании рационально распределять имеющиеся ресурсы, чтобы подготовиться к возможным изменениям на рынке. Формирование продукта программы начинается с определения ассортимента продукции промышленных предприятий. Диапазон предоставляемой продукции (работ, услуг) представляет собой список наименований продукции с указанием объема выпуска для каждого из них.

В настоящее время различают полный, групповой и внутригрупповой ассортимент производимой продукции, при этом систематизированный перечень наименований продукции с указанием кодов и шифров, определяют как номенклатуру. Структура ассортимента при этом определяется как удельный вес каждого вида продукции в общем объеме производства. Широкий ассортимент продукции позволяет компании удовлетворять различные требования клиентов что, соответственно, приводит к увеличению объемов производства и продаж. Однако, для получения максимальной прибыли менеджерам необходимо своевременно осуществлять анализ структуры ассортимента продукции на тему ее рациональности. Действия программы продукта с точки зрения ее экономической эффективности планируемых продаж, должны быть оценены на стадии его формирования.

В настоящее время, однако, общепринятых методик обоснования оптимального ассортимента промышленного предприятия не существует. Мы можем лишь говорить только об отдельных системах расчетов, которые отбираются и внедряются промышленными предприятиями индивидуально в зависимости от целей и решаемых задач. Все это, в конечном счете, приводит к ограничению применения данных конкретных методов. Необходимо отметить, что определение оптимального объема производства и ассортимента продукции промышленного предприятия следует начать с построения экономико-математической модели.

В начале построения экономико-математической модели цепочки поставок и структуры продукции промышленных предприятий необходимо определить поставленные задачи. В данном случае задача включает в себя разработку блок-схемы и последовательности этапов моделирования процессов производства и маркетинговой структуры промышленного предприятия, для получения максимального интегрального показателя соответствия производственной программы требованиям доходности, конкурентоспособности

и интересов общества. Моделирование в маркетинге – достаточно сложный процесс, который состоит из ряда последовательных и взаимосвязанных между собой этапов.

Первый этап заключается в постановке задачи и выработке цели исследования. В нашем случае – это разработка модели оптимизации структуры ассортимента выпускаемой продукции предприятием пищевой промышленности.

Второй этап – выбор модели для объекта исследования. На втором этапе также осуществляется формализация маркетинговой ситуации, построение математических зависимостей с помощью уравнений, акцентирование на переменных и ограничений.

Третий этап заключается в получении оптимального решения с использованием проведенного анализа построения модели. Так, в некоторых конкретных практических условиях процесс моделирования позволит оценить эффективность разработанной модели. В том случае, если данная модель оптимизации становится неэффективна, то она подлежит немедленной корректировке.

Четвертый этап заключается в оценке эффективности оптимизации структуры ассортимента с учетом перечисленных критериев: максимальная выручка предприятия; выбор стратегической программы.

Обоснование информационной и нормативной базы экономико-математической модели заключается в оптимизации производственной и маркетинговой структуры предприятия. Отличающейся особенностью планово-экономических вопросов и задач является наличие множества способов их реализации. Однако, имеющиеся возможности производства и сбыта продукции промышленных предприятий ограничены множеством проблем. Наиболее значимые из них, конечно, это проблема совершенствования потребительских качеств выпускаемой продукции на предприятиях пищевой промышленности, проблема технического и технологического перевооружения производственной базы предприятий, финансирование научных исследований, разработки и производства новых видов продукции.

Конечно, все вышеперечисленные проблемы производственно-сбытовой деятельности промышленных предприятий требует всестороннего изучения, но их решение должно быть принято в самое ближайшее время, для того, чтобы они не были в состоянии аналогичных отраслей. В данной ситуации, одним из наиболее перспективных инструментов сбытовой стратегии промышленных предприятий является система управления отношениями с клиентами – CRM (CustomerRelationshipManagement). Она представляет собой тщательно проработанную форму маркетинга, которая основана на базах данных. Преимущество данной программы – уникальное программное обеспечение, позволяющее использование информации о потребителях, собираемую для достижения наибольшего эффекта от проведения мероприятий директ-маркетинга.

Исходя из исследований практического опыта, необходимо отметить, что многие производители пытаются собрать информацию о потребителях, доступную в различных филиалах своих компаний для того, чтобы свести ее к общей базе данных. Термин CRM стал популярен более, чем пять лет назад изначально используемая в банках, телекоммуникационных и почтовых компаниях. Предпосылки для появления системы в промышленном секторе могут быть сформулированы следующим образом: необходимо поддерживать контакты с людьми, которым уже реализована продукция, а также с теми, кто может стать покупателем в будущем.

Многие специалисты в части применения данной системы утверждают об успешности их использования при первоначальном контакте сотрудников компании с клиентом. Данные системы ориентированы на такие области как: бюджетирование маркетинга; управление продвижением продуктов; сбор информации о рынке; ведение базы контактов; управление продажами; управление каналами сбыта; снабжение и обслуживание. Инструмент взаимодействия с клиентами или потенциальными покупателями – часто корпоративный сайт, который предназначен для предоставления информации по вопросам, представляющим интерес и привлечения внимания к продукции. Клиент должен сначала заполнить специальную форму, затем информация попадает в базу данных по всем клиен-

там компании и включаются в отдельную карточку. На основе полученных данных происходит регламентирование процедуры работы менеджеров по продажам.

Руководители отделов послепродажного обслуживания благодаря имеющимся средствам системы могут отслеживать проблемы, которые возникают у клиентов, и их предложения по совершенствованию товаров. Результатом данной работы становится предпочтение потребителем конкретного вида продукции. Конечно же, первоначальные инвестиции в систему CRM – капиталоемкие, что утверждается и не оспаривается специалистами и менеджерами предприятиями пищевой промышленности. Однако, учитывая, что привлечение новых клиентов к брэнду стоит, по некоторым оценкам, примерно в пять раз дороже, чем удержание существующих, то многие предприятия готовы принять возникающие затраты на внедрение и использование данной системы. То, что предприятия промышленности, работающие на мировом рынке, все больший акцент производят на заключение сделок через сеть Интернет, позволяет сделать следующий вывод: несмотря на очевидные преимущества, использование системы CRM еще впереди. Начав внедрение схемы электронного бизнеса, многие производители тем самым сформируют альтернативные каналы распространения товаров и услуг, избавив покупателя от необходимости вступать в непосредственный контакт с продавцом. Преимущества этого: минимизация товаропроводящей цепочки, сокращение расходов на маркетинг и сбыт. Однако, многие компании при этом теряют часть клиентов, а в некоторых случаях утрачивают превосходство над молодыми конкурентами, которые лучше владеют Web-технологиями. Объективно оценивая ситуацию, эти компании вынуждены заново завоевать доверие клиентов, продолжая активно использовать Web, но и для улучшения эффективности его деятельности и увеличения доходов за счет внедрения управления взаимоотношениями с потребителями.

Интернет-и CRM-систем, оказывают существенное влияние на способ взаимодействия компаний с клиентами. По мнению многих экспертов, CRM позволит решить проблему непонимания между покупателями и поставщиками за счет использования электронной коммерции. Компаний, внедрившие CRM, используют ее возможности в целом для оценки удовлетворенности потребителя, а также для увеличения количества приобретаемых товаров, рост прибыли по каждому клиенту. Благодаря имеющимся возможностям можно формировать наиболее эффективную сбытовую стратегию предприятий пищевой промышленности, а также оценивать увеличение продаж для определенных категорий клиентов.

Литература

1. Естехина И.В. Обеспечение эффективной сбытовой логистики и комплексного сервиса клиентуры / И. В. Естехина // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – №9 (21). – С. 69-74.
2. Гагауз А.А. Модель формирования сбытовой политики на предприятиях промышленности / А. А. Гагауз // Российское предпринимательство. – 2012. – №14 (212). – С. 52-58.
3. Белоцерковский С.М. Использование методов формирования сбытовой политики предприятия как основного инструмента его стратегического развития / С.М. Белоцерковский, В.И. Горяинов // Креативная экономика. – 2010. – № 5. – С. 250-265.
4. Костина С.А., Авилова Ж.Н. [Концепция CRM как способ взаимоотношения с потребителями](#) / С.А. Костина, Ж.Н. Авилова // Сб. научных статей 5-й Международной научно-практической конференции «[Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика](#)», Отв. редактор Горохов А.А. - 2015. - С. 247-249.
5. Gusev R.V., Avilova Zh.N. Evaluation of the complex organizational and economic factors, determining of commodity-sales enterprise policy / R.V. Gusev, Zh.N. Avilova // «European Innovation Convention». Proceedings of the 1st International scientific conference (20-21 December, 2013). «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna, Austria. 2013. P. 21-32.

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

А.Е. Винник,
*старший преподаватель
кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

В современных условиях система высшего образования представляет собой инновационный потенциал развития экономики страны и повышения ее конкурентоспособности на мировом рынке, а конкуренция – важный стимул развития вузов, что находит подтверждение в государственной программе «Развитие образования на 2016 – 2020 годы». Программа официально закрепляет понятие «честной конкуренции» между университетами, а также возможность получения поддержки проектов по повышению международной конкурентоспособности ведущих высших учебных заведений страны со стороны государства. Однако на данном этапе государственная политика в большей степени направлена на сокращение, как финансирования вузов, так и их количества, что в свою очередь еще сильнее повышает конкуренцию на рынке образовательных услуг.

Анализ структуры расходов федерального бюджета за период с 2013-2017 гг. позволяет сделать вывод о сокращении объемов финансирования по многим статьям, в том числе и на образование (таблица 1).

Таблица 1

Структура расходов федерального бюджета за период с 2013-2017гг. [4]

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение 2017/2013
Всего:	100	100	100	100	100	-
В том числе:						
Социальная политика	28,7	25,1	25,4	27,6	26,8	- 1,9
Национальная экономика	13,9	15,9	17,6	13,7	13,5	- 0,4
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	11,9	14,8	13,9	13,2	11,7	- 0,2
Национальная оборона	15,8	17,7	19,4	20	19,8	4
Общегосударственные вопросы	6,4	7,3	7,2	7,1	7,4	1
Трансферты регионам и муниципалитетам	5	5,1	4,4	4,1	4,2	- 0,8
Образование	4,5	4,6	3,9	3,8	3,9	- 0,6
Здравоохранение	3,7	3,4	2,7	2,6	2,4	- 1,3
ЖКХ	1,3	0,9	0,8	0,5	0,2	- 1,1
Физическая культура и спорт	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	-
Культура	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	- 0,2
СМИ	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	- 0,1
Охрана окружающей среды	0,2	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1
Обслуживание госдолга	2,7	3,1	2,9	3,3	3,5	0,8

В федеральном бюджете на 2017 год расходы на образование составляют 3,9% (595 млрд. рублей.), что на 0,6% меньше чем за аналогичный период 2013 года, в то время как основные расходы приходятся на региональные и местные бюджеты. Однако, это на 6% (37 млрд. рублей) превышает уровень 2016 года. При этом по прогнозным данным эти расходы, несмотря на общее сокращение бюджетных расходов, в течение следующих двух лет будут продолжать расти: на 9% и 11% в 2018 и 2019 году соответственно [3].

В 2017 году расходы на реализацию государственной программы развития образования увеличены на 12 млрд. и составляют 415 млрд. рублей (403 млрд. рублей в 2016 году), а в 2019 году по прогнозным данным составят 433 млрд. рублей [3].

Стоит отметить, что следствием дефицита бюджетного финансирования сферы образования является сформировавшийся рынок платных услуг и платных форм обучения, а также появление видов деятельности, направленных на получение дополнительного дохода, которые не связаны с учебным процессом (создание коммерческих организаций на базе образовательных учреждений, предоставление в аренду объектов собственности и прочее).

Конкурентоспособность вуза зависит от воздействия множества как внешних факторов, представляющих совокупность условий, в которых функционирует вуз, так и внутренних, формирующих его конкурентный потенциал. Однако к наиболее важным факторам, оказывающим влияние на конкурентоспособность современной образовательной организации, можно отнести:

- глобализацию системы высшего образования, сопровождающуюся повышением мобильности студентов и научно-педагогических работников;
- усиление конкуренции между действующими вузами, а также повышение требований к качеству образовательных услуг со стороны потребителей, покупателей и других заинтересованных сторон;
- укрепление международного сотрудничества между образовательными организациями, а также рост импорта и экспорта образовательных услуг;
- уменьшение жизненного цикла знания и повышение роли инновационной составляющей образования;
- внедрение новых форм, методов и технологий обучения, а также повышение гибкости и адаптивности образовательного процесса.

Таким образом, управление конкурентоспособностью является достаточно актуальной проблемой для каждого вузов, а своевременное выявление ключевых факторов успеха – определяющим условием для повышения эффективности его деятельности на рынке образовательных услуг.

Однако практика показывает, не каждый вуз осуществляет целенаправленную политику управления собственной конкурентоспособностью, что, в частности, подтверждается относительно низким уровнем представленности российских вузов в мировых рейтингах. Поэтому одним из направлений финансирования сферы высшего образования в соответствии с указом Президента является повышение конкурентоспособности ведущих российских вузов и вхождение к 2020-му году не менее пяти из них в топ-100 мировых рейтингов университетов [1].

Для достижения обозначенной цели в 2013 году был разработан проект под символическим названием «5- 100», рассчитанный на семь лет и задающий новый вектор модернизации национальной системы высшего образования. Проект ориентирован на достижение показателей, удовлетворяющих критериям трех ведущих международных глобальных рейтингов: The Times Higher Education World University Rankings (THE); Academic Ranking of World Universities (ARWU) и Quacquarelli Symonds World University Rankings (QS) [2].

По итогам конкурсного отбора двадцать один университет стал участником проекта с получением государственной поддержки в рамках мероприятий по повышению конкурентоспособности. Кроме того, в 2015 году была запущена программа формирования

опорных вузов, нацеленная на формирование в регионах научно-образовательных кластеров с ориентиром на запросы региональной экономики и рынка труда, к числу которых отнесены тридцать три вуза страны.

Резюмируя вышеизложенное отметим, что уже на данном этапе реформирования системы высшего образования эксперты отмечают имеющиеся положительные результаты, что подтверждает факт высокой представленности российских вузов в Шанхайском глобальном рейтинге по предметным областям в 2017 году. Впервые двенадцать вузов страны, в числе которых: МГУ имени М.В. Ломоносова, Санкт – Петербургский государственный университет, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Уфимский государственный авиационный технический университет, а также восемь университетов участников Проекта «5-100», вошли в рейтинг по 19 из 52 предметов рейтинга. До начала реализации проекта «5-100» у российских вузов было достаточно мало публикаций, индексируемых в международных библиометрических базах, что не позволяло войти в данный рейтинг, однако одной из первых задач университетов в процессе реализации проекта стало именно повышение публикационной активности, что позволило существенно повысить количество занимаемых позиций в рейтинге. Таким образом, именно конкурентоспособность отечественного образования является критерием его качества на современном рынке образовательных услуг.

Литература

1. О мерах реализации государственной политики в области образования и науки : указ Президента РФ от 07.05.2012 г. №599. [Электронный ресурс]. URL : <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/396483/> .
2. Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров «5-100» [Электронный ресурс]. URL : <http://5top100.ru/about/more-about/>.
3. Расходы федерального бюджета по разделу «Образование» в 2017 году [Электронный ресурс]. URL : <http://kpfo.ru/novosti/277-raskhody-federalnogo-byudzheta-po-razdelu-obrazovanie-v-2017-godu>.
4. Федеральный бюджет Российской Федерации на 2017 год в цифрах по статьям. Блог «Малый бизнес» [Электронный ресурс]. URL : <http://111999.ru/economy/federalnyj-byudzh-et-rossii-na-2017-god//>.
5. Филимонцева Е.М. Направления повышения конкурентоспособности российской системы управления сферой образования в условиях модернизации / Е.М. Филимонцева, Д.Ф. Ямбушев // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2016. – № 1. – С.50 – 57.

ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

О.А. Герасименко,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

В условиях становления общества, основанного на знаниях, развития инновационной экономики значительно возрастает значение сферы образования для социально-экономического развития страны. Роль в современном обществе отрасли образования определяется тем, что в ней формируются компетенции, создаются и распространяются знания - ключевые ресурсы современного общества. Эффективность функционирования

сферы образования все в возрастающей степени определяет успех социально-экономического развития регионов.

В качестве стратегического направления, способного оказать позитивное влияние на экономический рост субъектов РФ, в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года отмечается развитие сектора социальных услуг на принципах государственно-частного партнерства. Мировая практика показывает, что наиболее активно государственно-частные партнерства развиваются в инфраструктурных отраслях, в том числе в отраслях социальной инфраструктуры, к которым относится образование. В наиболее развитых странах государственно-частное партнерство (ГЧП) гораздо чаще, чем в каких-либо других областях, используется в образовании и здравоохранении. Одной из причин этого является необходимость активного взаимодействия государства и бизнеса при разработке и реализации масштабных программ и проектов, направленных на решение актуальных социально-экономических проблем.

Как правило, ключевыми достоинствами такого партнерского сотрудничества являются, с одной стороны, привлечение дополнительных финансовых средств и других ресурсов, повышение гибкости и эффективности управления, а с другой – уменьшение суммарных рисков, получение дополнительных гарантий.

Форма государственно-частного партнерства в значительной степени определяется тем, что является объектом управления, на который направлены инициативы (усилия, действия) партнерства.

Поэтому в качестве основных форм ГЧП в образовании можно выделить институциональную форму, когда объектом управления, на который направлены инициативы партнерства, является организация или отдельное ее структурное подразделение, и программно-проектную форму, при которой объектом управления является программа или проект (табл. 1) [1].

Таким образом, важной отличительной чертой ГЧП является то, что при этом типе взаимодействий государство в лице своих уполномоченных органов не реализует властные отношения, а выступает в роли партнера при достижении совместно с представителями бизнеса общественно значимых целей [2].

В целях формирования грамотной экономической политики, повышения инновационной активности, конкурентоспособности региона представляется целесообразным создание условий для эффективного взаимодействия государства и частного бизнеса. В настоящее время практически все ключевые министерства и ведомства принимают участие в развитии различных механизмов ГЧП [3].

Одной из форм ГЧП, обеспечивающих удовлетворение потребностей региона в квалифицированных профессиональных кадрах, можно считать ресурсные центры. Само понятие ресурсного центра не всегда понимается однозначно, и существуют различные подходы к его определению. Так, согласно одному из часто используемых «широких» определений *ресурсный центр* – это форма объединения, интеграции и концентрации ресурсов от различных собственников (государства, работодателей, образовательных организаций, физических лиц). Очень важно подчеркнуть, что ресурсный центр объединяет самые разнообразные источники информации, в чем и заключается существенное отличие ресурсного центра от большинства информационных ресурсов, существующих в первую очередь в сети Интернет. По распространенной в России практике ресурсный центр (отраслевой комплекс, центр коллективного пользования, базовый колледж, профессиональный лицей, учебное объединение и т.п.) создается собственником (учредителем) ресурсов на инициативной основе, как правило, на базе наиболее продвинутого государственного учреждения профессионального образования, объединяя, присоединяя ресурсы других образовательных учреждений.

Группировка форм и методов ГЧП в развитии региональной образовательной системы (РОС)

		Форма ГЧП в РОС	
		Институциональная	Программно-проектная
Методы ГЧП в РОС	финансовые	<ul style="list-style-type: none"> • эндаумент-фонд • концессия • аренда • лизинг • налоговые кредиты • образовательный ваучер • выпуск акций, векселей • договоры на управление имуществом (концессионные соглашения, контакты на управление) 	<ul style="list-style-type: none"> • образовательный кредит • государственные и муниципальные гарантии • гранты • займы • стипендиальные программы • инвестиционный контракт
	организационно-административные	<ul style="list-style-type: none"> • институты общественного участия (общественные, управляющие, попечительские, наблюдательные советы) • технопарки • ОЭЗ технико-внедренческого типа • центры трансфера технологий • ассоциации выпускников • аккредитация образовательных организация • рейтинги • ресурсные центры 	<ul style="list-style-type: none"> • ярмарки проектов (образовательных, инновационных и др.) • совместные программы • независимая оценка качества • научно-производственная практика • стажировка преподавателей и студентов на предприятиях • разработка нормативов и стандартов (на программы)

Зачастую используется и более узкое определение ресурсного центра как подразделения, созданного на базе наиболее продвинутого образовательного учреждения (как правило, учреждения начального или среднего профессионального образования), имеющего опыт экспериментальной деятельности. Целью деятельности таких ресурсных центров в «узком смысле» является предоставление материальной базы для обучения учащихся других однопрофильных учреждений начального и среднего профессионального образования. Ресурсный центр создается за счет концентрации финансовых и материальных ресурсов из государственного источника без образования нового юридического лица. Таким образом, в этом случае речь идет о совместном использовании не информационных, а материально-технических ресурсов.

Несмотря на наличие различных подходов к определению ресурсного центра, будем исходить из более широкой трактовки данного термина, и рассматривать ресурсный центр как важнейший элемент информационной инфраструктуры, позволяющий за счет концентрации информации из различных источников более эффективно осуществлять инновационную деятельность или же применять в практической деятельности ее результаты.

В настоящее время в регионе в рамках государственно-частного партнерства используются различные методы взаимодействия учреждений профессионального образования с работодателями:

- привлечение преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений;
- привлечение работодателей к рецензированию образовательных программ;
- целевая подготовка специалистов;
- мастер-классы экспертов и специалистов предприятий;
- участие представителей предприятий в защите выпускных квалификационных работ;
- организация целевых учебно-производственных практик;
- стажировка преподавателей на профильных предприятиях;
- проведение конкурсов профессионального мастерства на базе предприятий с привлечением ведущих специалистов;
- разработка объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- организация стажировок выпускников;
- трудоустройство по заявкам предприятий;
- проведение ярмарок вакансий рабочих мест;
- проведение деловых игр и тренингов развития профессионально-личностных качеств выпускников и др.

В состав сети ресурсных центров входят 92 общеобразовательных учреждения, 9 межшкольных учебных комбинатов, 7 учреждений начального и среднего профессионального образования, 1 учреждение дополнительного образования детей (рис. 1) [4].

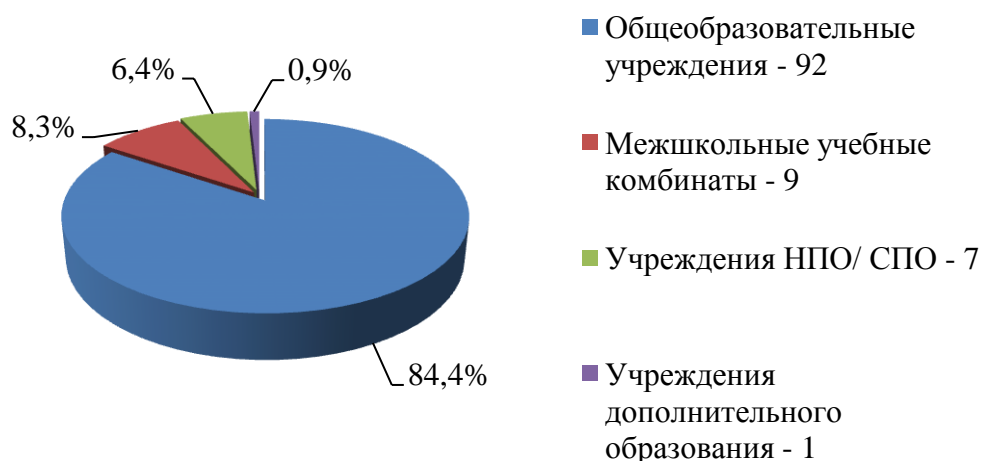


Рис. 1. Ресурсные центры Белгородской области

В регионе на базе 109 ресурсных центров обучаются 96,6% учащихся 10-11 классов, 40% из них осваивают две специальности.

Определим основные принципы и функции регионального ресурсного центра (РРЦ). Основными принципами регионального ресурсного центра являются:

- принцип регионализации, который предполагает последовательную ориентацию деятельности учебных заведений на комплексное социально-экономическое развитие региона, ориентацию на потребности местного рынка труда, гибкое сочетание отраслевого и регионального управления средними специальными учебными заведениями с участием государственно-общественных структур;
- принцип интеграции, т.е. вовлеченность всех участников РРЦ в процесс подготовки, переподготовки и повышения квалификации рабочих для развития кластеров региона;
- принцип социального партнерства, предполагающий реализацию форм маневренного сотрудничества государственного и предпринимательского секторов;

– принцип прозрачности финансовой деятельности, предусматривающий публичность отчетности по направлениям деятельности РРЦ перед учредителями, обеспечение взаимодействия по использованию имеющихся ресурсов однопрофильных образовательных учреждений.

Субъектами РРЦ должны быть:

– региональные и муниципальные органы власти (Правительство Белгородской области, отраслевые департаменты области, Управление по труду и занятости, муниципальные образования);

– предприятия региона;

– образовательные учреждения среднего и начального профессионального образования;

– обучающиеся.

РРЦ не будет являться конкурентом среди образовательных учреждений начального и среднего профессионального образования, а станет центром роста качества обучения в регионе в целом. Одновременно РРЦ будет участвовать в организации и проведении курсов повышения квалификации, выполнять роль центров непрерывной методической поддержки, консалтинговых и экспертных услуг для работников учреждений профессионального образования.

В результате функционирования РРЦ каждый его субъект преследует собственную цель, которая не может быть реализована без участия других участников РРЦ. Все перечисленные выше субъекты заинтересованы в качестве профессионального образования, но конечные цели у них разные, хотя и взаимосвязанные. Для выявления того, как эти заинтересованные стороны достигают своих целей за счет обеспечения качества подготовки специалистов рабочих профессий, следует показать взаимосвязь целей субъектов РРЦ (рис. 2).



Рис. 2. Взаимосвязь целей субъектов РРЦ

Каждый из субъектов выполняет вполне определенные функции. Консолидация усилий субъектов приводит к достижению их целей.

Схема управления РРЦ описывает интеграционные связи между ее субъектами, где:

– региональные и муниципальные органы власти обеспечивают нормативно-правовое регулирование деятельности РРЦ, проводят анализ прогнозных потребностей в трудовых кадрах, осуществляют работу по организации сотрудничества профессиональных учреждений и предприятий-партнеров;

– предприятия различных отраслей экономики региона формируют заказ на подготовку кадров определенной квалификации, предоставляют материальные и финансовые ресурсы, предъявляют требования к структуре и содержанию образовательных программ;

– образовательные учреждения начального и среднего профессионального образования формируют требования к набору личностных компетенций персонала, разрабатывают образовательные технологии, направленные на формирование актуальных компетенций выпускников.

Основными функциями всех субъектов РРЦ должны стать:

– прогностическая, т.е. осуществление процесса планирования и прогнозирования на региональном уровне потребности в рабочих кадрах, востребованных на рынке труда;

– регулятивная, т.е. регион осуществляет воздействие на структуру рабочих кадров в соответствии с потребностями экономики региона;

– контролирующая, формирование эффективной обратной связи и контроль за исполнением обязательств субъектов РРЦ;

– донорская, т.е. финансирование образовательных услуг;

– информационная, предоставление информации о требованиях, предъявляемых к профессиональным компетенциям и количеству рабочих кадров;

– образовательная, т.е. подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров региона;

– акцепторная, т.е. человек - реципиент образовательных услуг.

Региональные власти могут оказать существенное влияние на развитие сети РРЦ. Администрация Белгородской области может проводить активную работу по мотивации участия предприятий в создании РРЦ, способствовать успешному взаимодействию субъектов центра и уровнями власти [5].

Литература

1. Прядко С.Н., Жданкова Е.А. Установление стратегических приоритетов в планировании долгосрочного развития региональных предприятий // *Фундаментальные исследования*. - 2016. - № 6-2. - С. 454-459.

2. Гукова Е.А. Особенности российской специфики организации процесса бизнес-планирования на предприятии. В сборнике: *Экономические и социальные факторы развития народного хозяйства материалы IV региональной научно-практической конференции аспирантов и магистрантов*. - 2016. - С. 60-64.

3. Avilova Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the customer-centric organizational culture of the university as a factor of effective social and economic development of the region // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. - 2015. - Т. 6. - № 3. - С. 207-216.

4. Тхориков Б.А. Проблемы целеполагания в системе государственного управления социальной сферой // *Историческая и социально-образовательная мысль*. - 2016. - Т. 8. - № 1-2. - С. 164-166.

5. Тхориков Б.А. Методология индикативного управления организациями социальной сферы: проблемы целеполагания, метод TASKED // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика*. - 2015. - Т. 36. - № 19-1 (216). - С. 39-42.

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ

А.А. Голодова,

*кандидат экономических наук, научный сотрудник
МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»*

Л.Р. Кузьмина,

*преподаватель кафедры менеджмента
МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»*

На современном этапе Правительство Российской Федерации для совершенствования деятельности органов государственной власти активно внедряет новые управленческие инструменты, которые позволяют эффективнее достигать поставленные цели и расходовать бюджетные средства. Свою результативность во многих регионах показал проектный подход. Использование методов проектного управления как одного из самых важных инструментов повышения эффективности деятельности органов исполнительной власти отражено в документе, утвержденном 14 мая 2015 года, «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года», в рамках которого были определены три вызова, которые требуют пересмотра всей системы управления и перехода к проектно-ориентированному подходу:

- снижение глобального спроса на традиционные сырьевые товары;
- обострение геополитической ситуации, которое повысило политическую и экономическую неопределенность, привело к закрытию доступа для большинства российских компаний к заемному финансированию на зарубежных рынках, к современным зарубежным технологиям;
- снижение численности трудоспособного населения на фоне общей стабилизации демографической ситуации [1].

Президент РФ в Послании к Федеральному Собранию выделил проектный менеджмент как один из действенных инструментов повышения эффективности управления в органах государственной власти [2], а на Петербургском международном форуме поручил создать проектные офисы в регионах [3]. Проектно-ориентированное управление позволяет изменить цели и индикаторы государственных программ, сделать их измеримыми и конкретными в различных временных горизонтах, что отражается и в подходах к финансированию. В реализации проектно-ориентированной системы управления в государственном и муниципальном секторах «локомотивную» роль должна сыграть создаваемая в настоящее время по стране сеть проектных офисов, назначением которых является создание единой площадки для взаимодействия участников одного пространства (регионального, муниципального) для улучшения городского пространства.

На муниципальном уровне проектное управление сводится к таким задачам, как:

- мониторинг социально-экономического состояния города;
- определение факторов, которые препятствуют развитию территории;
- инициирование наиболее значимых и актуальных проектов;
- поддержка проектных решений.

В данном случае ключевая роль по выработке решений делегируется органам власти и местного самоуправления в рамках специально организуемых мероприятий с привлечением СМИ, обучающих семинаров, экспертных и общественных обсуждений, стратегических сессий, круглых столов, форумов и пр.

Методология проектного управления ранее использовалась преимущественно в бизнес-среде для более эффективного взаимодействия всех участников процесса по достижению ключевых показателей. На сегодняшний день она применяется и для достижения стратегических целей во всех сферах деятельности муниципальной власти при решении вопросов местного значения. Поскольку регионы и муниципальные образования стал-

квиваются с множеством разноплановых задач, требующих реализации большого количества проектов по различным направлениям деятельности, именно проектное управление позволяет выделять приоритетные задачи, решение которых требует существенных затрат, не всегда обеспеченных бюджетом, сроки решения которых сжаты и ограничены.

Как правило, принципы проектного управления используются при реализации мероприятий в следующих направлениях региональной и муниципальной политики:

- привлечение инвестиций;
- повышение эффективности и качества муниципальных и государственных услуг, а также качества управления в администрациях;
- управление интеграционными проектами;
- реализация проектов в сфере социальной политики на государственном и муниципальном уровнях;
- повышение эффективности и развитие сферы предпринимательства;
- организация системы взаимодействия между органами власти различных уровней и коммерческими и некоммерческими организациями.

Для того, чтобы понимать масштабы использования проектного подхода в управлении социально-экономическим развитием регионов и муниципальных образований, авторами предпринята попытка проанализировать данные Агентства стратегических инициатив о количестве запущенных и планируемых к реализации проектов. Данные представлены за 5 лет - весь период существования Агентства (с 2012 по 2017 годы). Необходимо отметить, что такая информация не является исчерпывающей, поскольку проекты реализуются и на других площадках, но даже такие сведения показывают, насколько данный инструмент управления распространился в регионах и муниципальных образованиях.

Общее количество проектов – 474 (уже реализованных или только заявленных), общая сумма средств, которые запрошены на их реализацию – около 5 триллионов рублей (необходимо отметить, что по некоторым проектам стоимость не указана, потому совокупная запрашиваемая сумма гораздо больше). Распределение проектов по сферам деятельности представлено на рисунке 1.

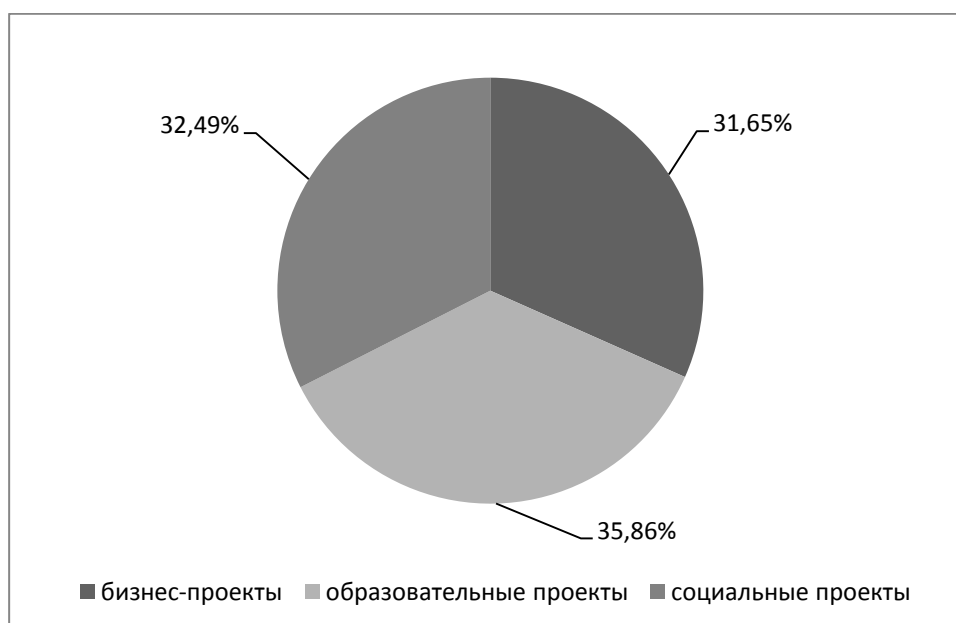


Рис.1. Распределение проектов по сферам деятельности

Источник: составлено авторами по: официальный сайт Агентства стратегических инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asi.ru/>

Максимальное количество заявок было подано на реализацию образовательных проектов (170 заявок), социальных проектов планируется реализовать 154, бизнес-

проектов – 150. Исходя из информации о стоимости проектов (таблица 1), можно сделать вывод, что именно социальная сфера является наиболее затратной, несмотря на то, что по некоторым проектам неизвестна сумма финансирования.

Таблица 1

Финансирование проектов

Сфера проектов	Сумма финансирования, млн.руб.	Доля проектов, по которым известна сумма финансирования
Бизнес-проекты	283 170,40	77%
Образовательные проекты	748,50	4%
Социальные проекты	4 571 055,99	16%

Источник: составлено авторами по: официальный сайт Агентства стратегических инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asi.ru/>

Таким образом, из таблицы 1 видно, что 16% социальных проектов требуют затрат более значительных, чем, к примеру, 77% бизнес-проектов. Социальные проекты масштабнее и включают в себя решение актуальных вопросов в сфере здравоохранения, культуры, общего благосостояния граждан, повышения гражданской ответственности, патриотизма. Самым крупным проектом является Общественно-исторический проект «1905», на который требуется 3,5 трлн.рублей. Данный проект представляет собой цикл мероприятий по истории, культуре и обществу России начала XX века. Среди мероприятий: интерактивные выставки, балы, литературные и музыкальные вечера, сюжетно-ролевые игры, фестивали исторической реконструкции, дискуссионные площадки, семинары и круглые столы, мероприятия по городскому ориентированию, фотовыставки, выпуск книги и фильма и т.п. Данный проект отражает задачи, которые были поставлены Правительством в федерально-целевой программе «Развитие культуры и туризма»:

- стимулирует перевод отрасли культуры на инновационный путь развития;
- повышает качество, разнообразие и эффективность оказания услуг в сферах культуры и туризма;
- создает условия доступности участия всего населения в культурных проектах.

Как правило, большинство социальных проектов отличаются подобной масштабностью, а потому требуют детальной проработки всех этапов реализации, мониторинга и контроля промежуточных результатов. В рамках проектного управления этого можно добиться с большей эффективностью, чем, к примеру, с помощью программно-целевого или процессного подходов. Использование проектного подхода в органах государственной и муниципальной власти позволяет формировать максимально эффективную систему взаимодействия между органами власти, бизнес-сообществом, общественными организациями и населением, привлекать инвестиции для решения наиболее значимых проблем.

Литература

1. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/QTqv2SI5qYEuu2zOHkOAwguydbKD9Ckf.pdf>
2. Ежегодное послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию (на 2016 год) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/50864>
3. Поручение Президента Российской Федерации от 14 июля 2015 года № Пр-13661 <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/50024>
4. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://asi.ru/>

ОПОРНЫЕ ВУЗЫ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.А. Гукова,

кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Вопрос создания системы определения уровня формирования компетенций является ключевым в актуальной повестке дня высшей школы. В соответствии с принятым Правительством Российской Федерации планом мероприятий «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности образования и науки» («дорожной картой») в России должна быть создана эффективная система оценки качества подготовки выпускников вузов. Исходя из логики Федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования третьего поколения объектом оценки должны стать компетенции учащихся.

Разработанная структура профессиональной компетентности [1] и аспекты ее формирования в опорном вузе позволили определить ключевые компетенции будущего специалиста:

- когнитивная готовность (базовые общепрофессиональные и профессиональные знания, умения и навыки; умение на деятельностном уровне осваивать новые знания); маркетинговая грамотность;
- коммуникативная готовность (владение коммуникативной техникой и технологией: способность устанавливать контакты и осуществлять взаимодействие в больших и малых группах;
- владение необходимыми программами для решения профессиональных задач; способность использовать интернет-технологии, вспомогательные технические средства (фото, видео, аудио и т.д.);
- креативность (продуктивная мыслительная деятельность; нестандартное решение поставленных задач; оригинальность мышления; обладание творческой интуицией);
- профессиональная мобильность.

Решение новых задач опорного вуза предполагает пересборку образовательного процесса путем постепенного перехода от традиционных принципов конструирования учебных планов к проектному обучению и к индивидуальному подходу. Идентификатором вуза как регионального опорного вуза станет внедрение нового механизма конструирования междисциплинарных компетенций, принципиально отличающийся от существующих практик в России (рис.1). Суть изменений состоит в переходе к проектно-ориентированному обучению одаренных студентов в составе межпрофессиональных групп на базе гибких модульных программ и механизма индивидуального формирования образовательных траекторий обучающихся. Сформированные команды будут выполнять миссию «дизайнера идей», обучение будет проводиться в специализированных мастерских. Результатом изменений будет подготовка проектных команд, состоящих из специалистов, обладающих уникальными междисциплинарными компетенциями и способных успешно решать технологические, управленческие и другие задачи развития существующих и будущих рынков.

Образовательные программы в опорном вузе должны проектироваться на основе унификации дисциплин по предметным областям с целью формирования единых требований к учебно-методическому обеспечению базового социально-экономического, естественно-научного и технического образования, а также повышения ресурсоэффективности учебного процесса. Образовательные программы подготовки бакалавров, магистров и специалистов должны объединиться по кластерам на основе выявленной по результатам анализа ФГОС общности требований к формированию универсальных и общепрофессиональных компетенциям. В настоящее время, например, по программам бакалавриата

определено 18 предметных областей (по таким предметным областям как «История», «Экономика», «Химия», «Физика», «Экология» и пр.). В среднем программы магистратуры унифицированы на 26 % (диапазон значения доли унификации – от 26 до 29 %), при этом в среднем 13 % учебной нагрузки по каждой ООП магистратуры обеспечивается другими институтами. Программы бакалавриата унифицированы в среднем на 48 % (минимальное значение доли унифицированных дисциплин по отдельной ООП составляет 29 %, максимальное – 65 %), другими институтами обеспечивается в среднем 41 % ООП бакалавриата (по реализуемым программам бакалавриата другими институтами обеспечивается от 12 до 65 % ООП). По специальности среднее значение доли унифицированных дисциплин составляет 42 % (от 37 до 50 % соответственно), другими институтами обеспечивается в среднем 32 % ООП (от 32 до 48 %) [2].



Рис. 1. Механизм конструирования междисциплинарных компетенций

Таким образом, на основании представленных в исследовании концептуальных подходов мы обосновали, что компетентный подход является интегративным и служит основой формирования ключевых компетенций обучающихся в опорном вузе. Обосновано, что период обучения на этапе профильного обучения является психологически оптимальным для формирования рассматриваемых компетенций, а реализация профильного обучения при его построении на основе компетентного подхода обеспечивает благоприятные условия формирования ключевых компетенций.

Литература

1. Орлова, М. А. Модель формирования профессиональной компетентности в контексте безопасности жизнедеятельности / М.А. Орлова // Дискуссия. – 2013. - №4 (34). – С.117-124.
2. Проект Министерства образования и науки Российской Федерации. Опорные университеты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--b1agajcc1abgakngoqbh6l.xn--p1ai/faq>.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИЙ

М.Н. Дахова,

ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Развитие туристского потенциала значительного числа территорий Российской Федерации в постреформенный период сдерживается рядом факторов, среди которых несогласованность на различных уровнях управления целей и задач развития индустрии туризма в регионе, приводящая к несогласованности действий субъектов управления на различных уровнях, и отсутствие активной позиции субъектов управления на всех уровнях. В целях исследования путей повышения эффективности управления развитием туристского потенциала территории, целесообразно рассмотреть механизмы стратегического планирования его развития.

Стратегическое планирование в Российской Федерации регулируется Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ, в котором содержатся общие принципы стратегического планирования, полномочия органов государственной власти и местного самоуправления в соответствующей сфере, механизмы стратегического планирования. Однако, последние представлены лишь в общем виде и нуждаются в доработке для эффективного использования данного закона [1].

Стратегическое планирование, как объект исследования, многоаспектно и имеет широкий спектр затрагиваемых проблем. На общегосударственном уровне стратегическое управление – это развитие программно-целевого управления, согласование стратегических целей и показателей конечных результатов, учет социального характера программных целей. На муниципальном уровне – согласование стратегического, территориального, инфраструктурного и иного планирования на соответствующем уровне.

В нынешних реалиях представляется целесообразным выделить следующие направления совершенствования механизмов стратегического планирования развития туристского потенциала территорий:

1. Формализация системы целей развития туристского потенциала территории, что должно обеспечить не только непротиворечивость, но и взаимное обеспечение достижения целей различных уровней. Исходя из принципов системного анализа, необходимо выделить генеральную цель и произвести ее декомпозицию. Кроме того, совершенствование механизмов стратегического планирования развития туристического потенциала территорий в данном направлении, обеспечит возможность сравнения альтернативных вариантов достижения целей. Исходя из выделенных целей стратегии туристского развития территорий на различных уровнях управления, необходимо определить основные параметры достижения данных целей, которые оцениваются экспертами туристской индустрии.

2. Построение модели оценки стратегий туристского развития территорий (с условиями и ограничениями), отражающей влияние внутренних и внешних факторов на туристское развитие данного региона в динамике. В качестве основы для построения модели оценки стратегий туристского развития территорий целесообразно использовать существующие методики оценки условий и ограничений (SNW-анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ), адаптировав их к специфическим потребностям стратегического планирования. При этом следует учитывать, что факторы имеют свои особенности и их выбор обусловлен спецификой исследуемых территорий и туристской индустрии в целом. В зависимости от уровня управления оценка и анализ факторов, влияющих на развитие туристского потенциала территории, осуществляются разными специалистами соответствующих субъектов управления.

Набор позиций для SNW-анализа учитывает особенности предмета оценки и веса каждого из оцениваемых критериев, а следовательно и потенциал соответствующего критерия. Критерии оценки рознятся в зависимости от уровня управления и особенностей исследуемой территории. Для нужд SNW-анализа территория рассматривается и как сложная открытая система, состоящая из комплекса подсистем (системный подход), и как система, представляющая собой сложный комплекс элементов (комплексный подход).

К критериям оценки развития туристского потенциала территории возможно отнести:

- местоположение туристических аттракций;
- сетевая освоенность;
- инфраструктурный потенциал;
- эстетическая ценность туристических аттракций;
- пропускная способность туристических аттракций;
- сезонность;
- кадровая обеспеченность;
- экономическая эффективность аттракций.

SNW-анализ проводится путем качественной оценки факторов, которые характеризуют конкурентные позиции территории [2]. Кроме того, SNW-анализ возможно провести для отдельных видов туризма в регионе.

Факторы внешней среды целесообразно анализировать с помощью PEST-анализа, направленного на выявление наиболее существенных факторов, определяющих взаимодействие исследуемого объекта и внешней среды и причинно-следственные связи между ними. Представленные в PEST-анализе группы факторов (политико-правовые, экономические, социокультурные и технологические) оказывают влияние на социально-экономическую систему территории и вызванные их воздействием изменения создают новые возможности либо угрозы развитию туристского потенциала территории.

SWOT-анализ позволяет выделить сильные и слабые стороны развития туристского потенциала территории в текущий момент времени, позволяет получить важный аналитический материал для соотнесения сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развития туристского потенциала территории, и поставленных целей развития территории в целом, и ее туристского потенциала в частности.

Вначале необходимо определить сильные и слабые стороны развития туристского потенциала исследуемой территории в текущий момент времени, которые характеризуют его внутреннюю среду (как исследуемого объекта), определить возможности и угрозы, содержащиеся во внешней среде. Затем выделить возможности, которые могут быть наилучшим образом использованы, с учетом имеющихся сильных сторон объекта, и потенциальные угрозы, которые могут быть нивелированы за счет использования сильных сторон объекта. Выводы, полученные в рамках данного анализа, необходимо интегрировать, поскольку сама процедура рассмотрения аспектов внутренней среды сопряжена с

необходимостью учета факторов внешней среды. В свою очередь некоторые аспекты внешней среды тесно связаны с внутренней средой организации [3].

Большинство существующих подходов к оценке стратегий развития туристского потенциала территории предлагают следующие этапы исследования:

- анализ внутренней среды;
- анализ внешней среды;
- выбор стратегических альтернатив.

Проведение исследования возможно осуществить следующим образом:

- 1) анализ природно-ресурсного потенциала исследуемой территории;
- 2) выявление существующих трендов в отраслях, выступающих в качестве внешней среды туристского потенциала территории,
- 3) выявление приоритетов развития туристского потенциала территории;
- 4) мониторинг туристского потенциал территории;
- 5) прогнозирование изменений в деятельности ключевых игроков туристского рынка региона;
- 6) разработка альтернативных сценариев развития туристского потенциала территории на основе данных, полученных во время исследования.

3. Разработка новых и адаптация к специфике объекта исследования, существующих аналитических инструментов поддержки принятия стратегических решений.

В качестве инструмента анализа уровня развития туристского потенциала территории (либо основных видов туризма в регионе) может выступить матрица McKinsey, адаптированная для государственного и муниципального управления. Использование данного инструмента предполагает проведение экспертной оценки привлекательности туристского потенциала территории (либо территории для определенного вида туризма) и его конкурентоспособности, и позволяет оценить развитие туристского потенциала территории (либо определенного вида туризма в регионе), его перспективы и, в случае необходимости, возможности корректировки его развития. Данные, полученные в результате PEST-анализа, позволяют субъектам управления различных уровней определить и оценить различные по силе и вероятности наступления эффекта предложения для определения направления развития, наиболее точно соответствующего целям развития субъекта на различных уровнях управления.

Необходимость учета значительного числа факторов при принятии управленческих решений существенно усложняет процесс принятия решения. Для решения слабоструктурированных или неструктурированных управленческих задач целесообразно использовать интегрированные системы управления, основанные на разработках в сфере искусственного интеллекта, обработки данных, математического моделирования.

На сегодняшний день существует объективная потребность в системе стратегического планирования развития туристского потенциала территорий. Развитие механизмов стратегического планирования требует применения системного подхода к целеполаганию на всех уровнях управления, построения модели оценки стратегий туристского развития территорий, создания аналитического инструментария поддержки принятия стратегических решений. Сопоставление и согласование целей в системе многоуровневого управления развитием туристского потенциала территории будет способствовать согласованности направлений развития различных субъектов различных уровней.

Реализация данных предложений по совершенствованию механизмов стратегического планирования развития туристского потенциала территорий, позволит повысить эффективность системы и подсистем управления развитием туристского потенциала страны.

Литература

1. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

2. Удачина, Марина Владимировна. Внутрорегиональные конкурентные позиции: оценка, мониторинг и управление: Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 Кемерово, 2004.

3. Давлетгареев, Наиль Рынадович. Управление конкурентоспособностью сельских территорий: (на примере Томской области): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством / Давлетгареев Наиль Рынадович ; [Новосибирский государственный аграрный университет], 2014.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЧИН ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ

Н.И. Долинский,

кандидат педагогических наук, доцент;

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Нарастающие темпы рыночных изменений последних двух десятилетий основательно затронули характер деловых организаций. Компании отказываются от старых бюрократических моделей с их структурными функциональными подразделениями с ясно обозначенными компетенциями и переходят к более плоским, менее бюрократизированным структурам. Лозунг новых организаций – гибкость и адаптивность. Их цель - быстро адаптироваться к переменам, обеспечив эффективное взаимодействие между всеми составными частями организации без длинной цепи инстанций [4].

Изменения в организации происходят постоянно. Но далеко не все они могут быть отнесены к организационным. Например, некоторый рост производительности труда за предыдущий месяц, уход на пенсию сотрудника или принятие на освободившееся место молодого работника - все эти изменения происходят в организации, но не являются, тем не менее, организационными. Организационные изменения оказывают влияние на организацию в целом. Это системные изменения организации.

Организационные изменения выражаются в прогрессивном изменении; миссии, целей организации; организационных структур; организационных функций; организационных технологий; персонала организации; организационной культуры.

Изменения в организации всегда сопровождаются сопротивлением. По сути, сопротивление является реакцией социальной системы на воздействие, т.е. может рассматриваться как обратная связь.

Сопротивление с точки зрения наук о поведении - представляет собой естественное проявление различных психологических установок в отношении действительности, согласно которым группы и отдельные индивиды взаимодействуют друг с другом.

С нашей точки зрения - сопротивление является проявлением иррационального поведения, отказ признать новые черты реальности, размышлять логически и реализовывать на практике выводы логического мышления.

Работа по созданию аналитической модели сопротивления организационным изменениям требует методологического обоснования. Прежде всего, необходимо сформулировать исходные методологические установки, касающиеся нормативных требований и принципов исследования причин сопротивления организационным изменениям. Теоретический анализ процессов сопротивления организационным изменениям и практика менеджера должны опираться на следующие исходные принципы:

1. *Для корректного управления процессами изменений необходимо определить характер сопротивления (конструктивный, деструктивный, смешанный). Зачастую*

сопротивление изменениям приводит к перерасходу ресурсов, отсрочке реализации нововведений, разрушению организационной культуры. Поэтому сопротивление изменениям чаще всего трактуется субъектами управления как негативное явление, снижающее конкурентоспособность организации. Следуя такой логике можно считать, что любое санкционированное субъектом управления структурное изменение в организации направлено на ее совершенствование. Сопротивление же изменениям приводит к незапланированным издержкам, затрудняя и нарушая процесс формирования у организационной системы новых положительных качеств. Но при этом многие виды сопротивления могут быть управляемыми и контролируруемыми.

Следует помнить что сопротивление изменениям может носить и конструктивный характер, обеспечивая правомерный пересмотр необоснованных и даже авантюрных изменений, не отвечающих реалиям контекста и исторических тенденций функционирования организации. Во-первых, сопротивление работников могут быть индикаторами реальной неготовности предприятия к изменению и необработанности самого плана структурных изменений. Во-вторых, критика предполагаемого к внедрению изменения может послужить толчком к его усовершенствованию, более тщательной его «подгонке» к особенностям предприятия, а значит - факторам более успешного внедрения, получения дополнительного социально-экономического эффекта. В-третьих, сопротивление организационным изменениям со стороны отдельных людей и групп может служить индикатором негативных социальных последствий изменений и справедливости требований сопротивляющихся работников.

2. Сопротивление изменения является естественным, закономерным и необходимо возникающим процессом, сопровождающим любые организационные изменения. Причем чем выше способность организации к воспроизводству собственной структуры или чем выше структурная инерция организации - тем сильнее сопротивление структурным изменениям в организации.

К. Левин выделял движущие и сдерживающие силы, которые стремятся к квазистационарному равновесию. Наилучшим решением, по К. Левину, является уменьшение интенсивности сдерживающих сил. При этом «до тех пор, пока групповые стандарты не будут изменены, индивид тем сильнее будет сопротивляться изменению, чем сильнее ему придется отклониться от этих стандартов. Если групповой стандарт (норма) сам будет изменен, изменение, основанное на отношении индивида к групповому стандарту, будет устранено»[2,].

3. Сопротивление изменениям - комплексное и многомерное явление. Следовательно, и анализ его должен быть всесторонне продуманным и системным. Всякая конкретная форма проявления сопротивления уникальна, так же как и среда его протекания, поэтому использование какой-то одной из существующих методологий исследования может оказаться недостаточным. Сопротивление изменениям протекает на нескольких уровнях: индивидуально-психологическом, групповом, организационном и надорганизационном. Комплексный анализ причин проявления сопротивления изменениям, характера его протекания, причин его перемены, проектирование действий по установлению контроля над сопротивлением, его профилактике и нейтрализации возможен только при изучении феномена на всех вышеуказанных концептуальных уровнях.

Причины возникновения сопротивления изменениям закономерны, конкретны и естественны. Их можно сгруппировать по главным источникам возникновения сопротивления:

1. Индивидуально-психологическое неприятие изменений выражает несогласие индивида с логикой принятия решений в организации, неприятие им морального аспекта и возможных социально-экономических последствий. Организационное изменение может угрожать индивиду потерей власти, изменением его статусно-ролевой позиции (включая функции, вознаграждение, ответственность), когда ценностные ориентации индивида, его знания и навыки могут не совпадать с требованиями нововведений.

В книге «Life and Death in the Executive Fast Lane» Манфред Ф.Р. Кэ де Ври объясняет, что «изменения... спускают с цепи множество страхов: страх неведомого, страх потерять свободу, страх потерять власть и должностные полномочия и, наконец, опасение лишиться комфортных условий труда и денег» [5].

Пол Стрибл, руководитель рассчитанной на управляющих международного уровня Программы изменений в Международном институте подготовки менеджеров (IMD) в Лозанне, утверждает, что люди противятся переменам прежде всего потому, что крупные преобразования меняют условия личных соглашений, регулирующих отношения работников в организации [7].

Изменения предполагают отказ работников от сложившихся привычек. Джон Коттер описывает историю Фрэнка, управляющего крупной корпорацией, который гасил любую инициативу и творчество в компании. У него «много взаимосвязанных привычек, дополняющих стиль его управления. Если Фрэнк изменит хотя бы один аспект своего поведения, то остальные элементы его целостного поведения начнут давить на него, требуя восстановить статус-кво. От Фрэнка ожидают, что он изменит всю совокупность своих привычек, но это может быть так же трудно, как пытаться одновременно бросить курить, пить и есть жирное» [1].

Страх работы в новых условиях, боязнь не справиться с новыми обязанностями и страх ответственности за совершение ошибочных действий, нежелание оказаться на более низкой властной ступени, потери полномочий и другие факторы являются причинами сопротивления нормативным требованиям новой модели поведения в организации.

Организационные изменения приводят к изменению в самой структуре компании. В организации мы можем отчетливо наблюдать неравенство распределения ресурса власти. Лица, проводящие такие нововведения (разработчики, проектировщики, организаторы), рассчитывают, в большинстве случаев, на приобретение в новых условиях больших властных полномочий. Ресурс власти ограничен, а организационные изменения приводят именно к перераспределению данного ресурса. Таким образом, появляется конфликт между теми, кто обладает данными ресурсами и теми, кто не обладает таковыми.

2. Неприятие организационных изменений группой связано с - угрозой потери власти и престижа группы, связанных с ними символов статуса; характером группового менталитета («коллективным сознанием», «коллективным бессознательным»), обуславливающим существование известного феномена групповой инерции; угрозой системе распределения ресурсов между группами; изменением качества взаимосвязей между формальной и неформальной структурами организации; возникновение ситуации «неопределенности» существования группы.

Организационные изменения нарушают устойчивые формы отношений, которые сложились при взаимодействии различных групп в компании. Изменение статуса, привычных взаимоотношений как внутри, так и вне группы приводит к сплоченному сопротивлению. Сотрудники могут объединяться в группы под давлением новых требований, питая друг друга силой к сопротивлению, также как разработчики, проектировщики, организаторы и их поддержка объединяются в одну команду для продвижения идеи.

Несогласие с новым положением вещей, новыми нормами приводит к организации команд сопротивления, цель создания которых - реализация собственных интересов в новых условиях или же возврат старых принципов работы. Когда сила сопротивления создает угрозу существованию организации, интересы этой команды могут быть реализованы. Р. Мертон отмечал, что социальная дезорганизация исходит из неадекватности или нехватки в социальной системе взаимоотносящихся статусов и ролей, так что коллективные цели и индивидуальные задачи ее членов менее полно реализуются, чем это могло бы быть в альтернативно действующей системе. Дисфункция же означает нарушение реализации некоторых общих целей (в нашем случае целей нововведения) и нарушение базисных связей [3].

3. К структурным барьерам, служащим источниками возникновения сопротивления

организационным изменениям следует относить: угрозу со стороны нововведений утвердившимся в организации образцам деятельности, технологиям (в т.ч. управления), способам ведения хозяйственной деятельности, характеру разделения труда, которые в момент инициирования нововведений отличаются относительной эффективностью; возможность возникновения неприемлемых финансовых и социальных последствий и издержек организационных изменений; превышение нормы «детерминированности» и фокуса возможных изменений; превышение приемлемого уровня несоответствия организационной культуры и структуры власти предстоящим переменам; чрезмерная жесткость «зафиксированных параметров» организации (социальных, технологических, культурных); неприемлемые риски, угрожающие разрушением культуры организации.

Пример структурных барьеров ярко описал Уильям Пасмор. Он говорит о попытке осуществить перемены, в которой он участвовал в начале своей карьеры. Эта попытка была предпринята в связи с провалом одного товара на рынке, что обусловило необходимость начать производство другого товара, внедрять новые технологии и новую организационную модель, причем все три изменения надо было осуществлять одновременно. Автор отмечает, что вначале приходилось выпрашивать абсолютно все, за исключением имевшихся трудовых ресурсов» [6]. Зачастую инициаторы изменений оказываются не в силах получить поддержку организационной структуры, деловых систем, технологий, ключевых должностных лиц, квалифицированной рабочей силы, культуры и интегрировать все это в свою деятельность.

Таким образом, в условиях возникновения сопротивления по причинам, связанным с угрозой нарушения организационной культуры, необходимо, в первую очередь, выявить конкретные противоречия новых требований и устоявшихся норм. Если организационные изменения приводят к разрушению существующей культуры, то лучше отказаться от них. Самая сложная проблема управления - изменение культуры. Это долгосрочная перспектива любых организационных изменений. Даже если мы говорим об инновациях в технологии, продуктовых инновациях - все они неизбежно приводят к перестройке культуры организации. Несмотря на то, что культура сама по себе является самой инерционной составляющей в компании, она постепенно видоизменяется и подстраивается под новые условия. Это долгий процесс, ускорить который очень трудно. Для этого необходимо проводить ряд мероприятий, направленных на приобретение инновационной культуры организации, способствующей нововведениям. Это и есть основная проблема и задача управления в период организационных изменений.

Литература

1. Коттер Д. П. Впереди перемен. М.:Олимп - Бизнес – 2015, 256с.
2. Левин К. Динамическая психология: Избранные труды – К. Левин. – М: Смысл, 2001. – 572с.
3. Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – М.: АСТ: Хранитель, 2006. – 880с
4. Ильинский, И.В., Щербакова, Д.В. Организационные инновации: причины торможения и сопротивления // Дизайн. Материалы. Технология. - 2013. - № 3 (28). - С. 114-119.
5. Kets de Vries M. Life and Death in the Executive Fast Lane. San Francisco, 1995, p. 260
6. Pasmore W. Creating Strategic Change: Designing the Flexible High-Performing Organization. New York, 1994. P. 420
7. Strelbel P. Why do Employees Resist Change? // Harvard Business Review. 1996. May-June. P. 586

ГЛОБАЛЬНЫЕ СХЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ: ГЛОБАЛИЗАЦИЯ VS ЦЕНТРАЛИЗОВАННАЯ КОНТИНЕНТАЛИЗАЦИЯ¹

Ю. В. Ермолаева,

М.н.с. сектора исследований профессий и профессиональных групп

Политика управления отходами строится от общего (глобального) направления к частному (локальному) как необходимость следования общественным стандартам безопасности. По результатам анализа ряда национальных и глобальных программ развития ООН, перечислим и опишем ряд уровней управления:

1. *Наднациональный уровень* (глобальные системы и сети) – универсальные модели, не учитывающие особенности целей каждого конкретного государства, но руководствующиеся универсальными экологическими ценностями при принятии решения для всего человечества.

Наднациональный уровень управления может включать правовые, экономические, социальные и технические аспекты, принимающие во внимание политическое влияние потенциальных загрязнителей друг на друга. Для правового регулирования на наднациональном уровне составляются и создаются протоколы, формирующие в результате коалиции стран, связанных экологическими обязательствами. Из них наиболее известны Киотский протокол, Монреальский протокол, Роттердамский протокол, Стокгольмская конвенция, Конвенция Марпол, Лондонская конвенция. В экономическом регулировании действует торговля квотами на выбросы, система штрафных санкций, ряд мер поддержки для зеленого бизнеса. Экономическое регулирование основано на принципе «загрязнитель платит», вследствие чего страдает его престиж, тем самым понижается приоритет загрязнителей и формируется политический статус государства на иерархии следования принципам социальной безопасности. Сферу технологий поддерживает система НДТ – наилучших доступных технологий, т. е. справочников, где сосредоточены наиболее экономически, экологически и технологически доступные средства утилизации и очистки, ресурсоэффективные технологии, в дальнейшем вытесняющие иные технологии.

2. *Континентальный и национальный уровень* (государственная система и сеть) – модели управления отходами, учитывающие цели развития и экологические приоритеты конкретного государства. На данный момент происходит интеграция национальных систем управления отходами, поскольку обычно в ряде соседних стран наблюдаются схожие проблемы касательно отходов и схем управления, поэтому можно говорить о тенденции к континентализации. Выделились следующие социокультурные единицы по управлению отходами: США, Латинская Америка (все страны) Африка (все страны), Западная Европа (страны Скандинавии, Великобритания, Италия, Франция, Испания...) Восточная Европа (Чехия, Словакия, Сербия...), Страны Азии (за исключения Тайваня и Кореи), Япония, Австралия. По уровню обращения с отходами Россия приближается к уровню Восточной Европы. Здесь мы не будем подробно давать сравнительную характеристику и нюансов данных подходов, а используем подход Всемирного банка по управлению отходами в зависимости доходов на душу населения.

3. *Региональный, федеральный уровень* – модели управления, решающие конкретные цели на региональном уровне.

4. *Локальный (местный) уровень* – модели управления, работающие в рамках самоуправления только для определенной социокультурной единицы.

¹ Статья написана при поддержке Российского научного фонда, проект «Российские мегаполисы в условиях новых социально-экологических вызовов: построение комплексной междисциплинарной модели и стратегий формирования «зеленых» городов России», грант № 17-78-20106

В рамках глобальной системы действует концепция ЮНЕП (United Nations Environment Programme). Она следует программе ООН, 17 целям устойчивого развития², строит глобальную структуру управления отходами и материальными потоками. Социологические исследования созвучны общей концепции ЮНЕП, из которых можно обобщить и выделить выделяются следующие элементы[1]:

- Все физические элементы (**инфраструктура**) системы, от образования отходов до хранения, сбора, транспортировки, передачи, переработки, восстановления, очистки и утилизации.

- Все заинтересованные стороны (**субъекты**), участвующие стейкхолдеры - муниципальное образование; региональные и национальные правительства; частное обслуживание пользователей (в том числе промышленности, бизнеса, учреждений и домашних хозяйств); производители (производители продуктов на рынке, которые становятся отходами в конце своего жизненного цикла); поставщики услуг (государственного или частного сектора, формального или неформального, большого или малого); гражданского общества и неправительственных организаций (НПО) (которые играют разнообразные роли, в том числе содействующие другим стейкхолдерам); международные учреждения по регулированию.

- Стратегические аспекты (**управленческие модели**), включая политические, медицинские организационные, социальные, экономические, финансовые, экологические и технические стороны, которые прорабатываются соответствующими ведомствами.

Управленческая модель зависит от ресурсов, которыми обладает инфраструктура и нематериальные компоненты (социальные, культурные) компоненты, находящиеся в конкретной (локальной) окружающей среде, характеризующейся определенным временем восстановления и возможностями принять (естественно переработать без ущерба для биосферы и геосферы) определенное количество отходов жизнедеятельности.

Цели устойчивого развития до 2035 года – важная концептуальная основа для построения конкретной модели управления. Она включает в себя несколько отраслевых основных задач, основанных на системном подходе[1,3,4]:

- Сделать города устойчивыми, безопасными, инклюзивно-ориентированными, что означает создать сервис по сбору и переработке отходов, доступный для всего населения и безопасный для окружающей среды, к 2020 году увеличить количество городов с ресурсоэффективной структурой и устойчивостью к бедствиям, к 2030 году снизить количество выбросов и негативного воздействия на окружающую среду, обеспечить доступ к ресурсам города и снизить количества трещин, которые вносят наибольший вклад в загрязнения в развивающихся странах

- Обеспечить безопасную и здоровую продолжительную жизнь для всех возрастных категорий. К 2030 году существенно сократить количество смертей и болезней, зависящих от воздействия опасных химических веществ воздуха, воды и почвы. Для этого необходимо изучить риски разных агентов и групп, включенных в процесс.

- Обеспечение устойчивого и ответственного потребления. К 2020 году добиться экологически безопасного управления химическими веществами, руководствуясь принципами «зеленой химии» в производстве товаров и услуг, сократить влияние человеческого фактора, изменить и привить ответственные паттерны экологических практик, которые изучаются посредством социальных наук. Необходимо создать научно-техническую базу для развивающихся стран в сфере управления отходами.

- Сократить количество пищевых отходов, создать сельскохозяйственную и продовольственную структуру, которая могла бы обеспечить пищевые ресурсы для всего

² Здесь и далее термин «устойчивость», «sustainability» будет обозначать классическую трактовку – организация пространства и доступных ресурсов таким образом, чтобы удовлетворить потребности нынешнего поколения, не затрагивая потребностей будущего поколения

населения. К 2030 году необходимо перераспределить продовольственные потоки таким образом, чтобы сократить вдвое мировой уровень пищевых отходов на душу населения в розничной торговле и снизить потери пищевых продуктов в процессе производства в цепочке поставок, включая потери после уборки урожая, обеспечить безопасное продовольствие для здоровья людей

- Переориентировать промышленный сектор и рабочие места с учетом решения проблемы с отходами. Зеленый рост, экологически и социально ориентированная экономика. Создания «зеленых» рабочих мест, обеспечение роста микро-, малых и средних предприятий, за счет создания мест для социально – эксклюзивных групп – мигрантов, женщин – одиночек, нуждающихся. Сократить и искоренить уровень нелегально практикующегося теневого рынка переработки отходов, уровень использования детского труда на мусорных полигонах. Для этого необходимы более подробные социальные исследования теневого рынка и его практик.

- Сократить количество используемых водных ресурсов, число загрязняемых акваторий к 2030 году. Разработать решение для проблемы пластикового мусора в мировом океане

- Существенно снизить и к 2030 году искоренить неконтролируемое загрязнение (свалки) и небезопасное сжигание отходов. Так как химические и бытовые отходы воздействуют ряд необратимых изменений экосистем, способствуют деградации биоресурсов и биоразнообразия, необходимо рассматривать проблемы локальных загрязнений территорий.

Наиболее часто используемая модель свелась к так называемой лестнице Лансинка, где рассмотрены основные меры по управлению отходами в соответствии со степенью их предпочтительности. «Наиболее предпочтительный» метод здесь означает больший управленческий контроль и включает большее количество элементов решений на этапе планирования.

Сфера сети влияния распространяется следующим образом: цели контролируемого развития, межнациональные конвенции, федеральные и государственные законы и директивы являются контролирующими и всеобъемлющими органами распространения полномочий, финансовые инструменты – связующее звено множества операций по отчетности, (наилучшие доступные технологии, оценка жизненного цикла, экологический менеджмент, разработка концепции социальной ответственности предприятий, т. е. инструменты дизайна, аудита, производственных и культурных средств, которые контролируются законами и конвенциями [1, 2, 4].

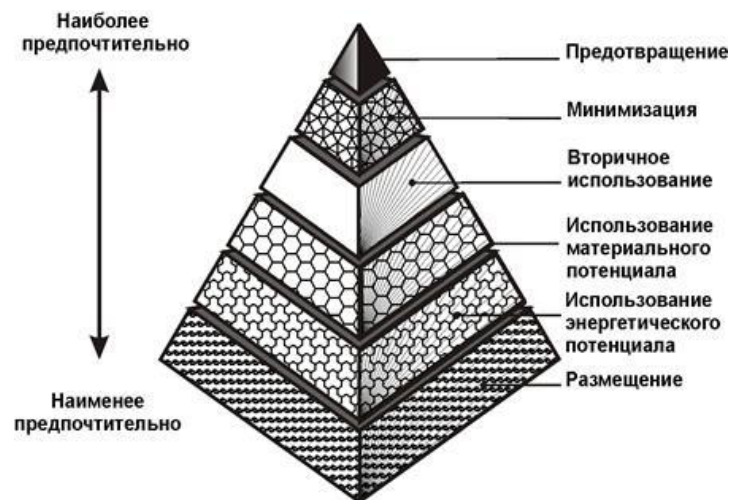


Рис. 1. Лестница Лансинка по управлению отходами

Далее расписывается распределение следующих шагов в сфере ключевых вопросов управления:

- Идентификация и классификация отходов

- Оценка рисков. В начале 2015 г. были изданы Социальные и Экологические Стандарты ПРООН (СЭС)[3]. В связи с необходимостью проведения экологического и социального скрининга и оценки, в 2014 г. ПРООН выпустила руководящие указания по процедуре проведения экологического и социального скрининга

- Оценка нормативно-правовой базы

- Оценка инфраструктуры и потенциала по управлению отходами

- Оценка вариантов конечной переработки

- Разработка стратегии управления потоками отходов

- Окончательная доработка и презентация концепции управления потоками отходов

Управленческие меры ООН:

- Следование положительному примеру:

- Укрепление национальной политики и стратегии управления отходами;

- Эффективные и безопасные услуги по управлению отходами и их надлежащее структурное и функциональное обслуживание;

- Нарращивание потенциала в области профессиональной гигиены и безопасности, инфекционного контроля, химической безопасности и управления;

- Мониторинг и оценка, систем управления и операций по управлению;

- Устойчивое финансирование систем управления;

- Реализация и эксплуатация экологичных закупок и передовых систем управления цепочками поставок;

- Отчетность за состояние окружающей среды посредством распространения экологической информации, консультаций с общественностью

Вторичный анализ глобальной и национальных программ на основе социально-экономических показателей показал, что уровень жизни влияет на количество образуемых отходов (чем он выше, тем больше образуется мусорных масс), и здесь целесообразно разделить по практикам управления в соответствии с разным уровнем жизнеобеспечения. Было выделено, что для стран с высоким, средним и низким уровнем доходов фракции образования отходов различны, так как чем ниже уровень жизни, тем меньше труднодоступных для переработки отходов образуется. Если для стран с высоким уровнем жизни основная проблема – это количество образования отходов, то для стран со средним уровнем – это проблемы организации схемы управления при достаточном объеме мусорных масс, пригодных для переработки. Страны с низким уровнем жизни испытывают недостаточность мощностей производства, утилизации и организации отходов как внутри государств, так же и являясь мишенью нелегального импорта отходов более обеспеченных стран. Тренды управления задают страны с развитой схемой управления. Мировая система распределяет не только региональные роли, но и строит систему экономической и экологической стратификации, что создает коалиции и сети коммуникаций, с одной стороны стремясь к экологической стандартизации в области охраны окружающей среды, с другой стороны – распределяя неравномерно социальные и экологические риски.

С точки зрения социологии управления с практической точки зрения наиболее перспективны оказались разработки в области системной теории, основывающейся на контролируемом ограничении и устойчивом развитии (экономичное использование природного капитала, ресурсоэффективность, пересмотр концепции количества и качества роста населения). Это единственная теория, взятая за основу практического регулирования отходов. Теория энвйронментальной несправедливости и теории дифференциации носят прикладной характер к анализу агентов, институтов и коллективных действий. Поскольку сформировались разные виды дифференциаций внутри стран на мировой арене по отношению к отходам (ресурсная и производственная специфика государств, уровень разви-

тия, интерес по отношению к отходам), то качественное различие интересов необходимо изучить более подробно. Особый вид дифференциации, раскрывающийся здесь это энвайронментальное неравенство, которое состоит в разработке и защите прав разных слоев населения, в обеспечении доступности для них здоровой и безопасной среды, и так как загрязнения (отходы в широком смысле) влияют на качество жизни, энвайронментальное неравенство задает тренд для новых исследований. Для исследования изначальной точки существования социальных групп и единиц в разных условиях окружающей среды можно применить подсчет разнообразных рисков (социальных, экологических) для массового населения, чтобы обозначить ориентиры для корректировки нормативов в установлении безопасности, также теория рисков применима и для сложных инфраструктур, где можно осуществить анализ устойчивости городов и жилых агломераций а также анализ метаболизма жилых территорий.

Литература

1. Global Waste Management Outlook. United Nations Environment Programme, 2015.
2. Managing municipal solid waste — a review of achievements in 32 European countries\\ ЕЕА, Copenhagen, 2013.
3. Marks, K. and Howden, D. 'The world's rubbish dump: a tip that stretches from Hawaii to Japan'. The Independent, 2008. pp 45-77.
4. Marshall, R.E. & K. Farahbakhsh . Systems approaches to integrated solid waste management in developing countries. Waste Management, 33, 988-1003, 2013.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

А.М. Кулик,

кандидат экономических наук, доцент

кафедры экономики и моделирования производственных процессов, НИУ «БелГУ»

Д.И. Королькова,

ассистент кафедры финансов, инвестиций и инноваций, НИУ «БелГУ»

В современных рыночных условиях хозяйствования маркетинг на региональном рынке недвижимости выступает главной и необходимой составляющей в его функционировании. Механизм технологизации маркетинга в своей жизнедеятельности ориентирован на рыночные процессы. Для многих организаций, осуществляющих деятельность на региональном рынке недвижимости, набор таких позиций, как инструменты, приемы и методы маркетинга практически очевиден, но его применение характеризуется индивидуальной рыночной стратегией организации. Отметим, что большинство предприятий на региональном рынке недвижимости для более эффективного применения методов и инструментов маркетинга должны обладать определенным кадровым потенциалом, специалистами-маркетологами. Следует отметить, что во многих регионах, в том числе и Белгородской области, ощущается недостаток кадров, а также опыт применения маркетинга во многих отраслях.

Следует подчеркнуть, что тенденция развития технологий маркетинга и технологизация маркетинга, прослеживаемая в последнее время, должна определенно способствовать облегчению маркетинговой работы в организациях, осуществляющих деятельность на рынке недвижимости и способствовать получению заданного результата. По нашему мнению, разработка шаблонов действий и приемов механизма технологизации маркетинга на региональном рынке недвижимости, должна способствовать экономии вре-

мени и инвестиций на него, и способствовать управленческому персоналу осуществлять конструирование адаптивных маркетинговых технологий для решения проблем фирм, что в итоге будет способствовать увеличению конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики, будет способствовать эффективному планированию бюджета на маркетинг. Использование маркетинговых составляющих предприятиями в разных отраслях характеризуется определенными особенностями. Отметим, что организации рынка жилой недвижимости, также характеризуются своими особенностями [2].

Подчеркнем, что содержание маркетинговых исследований рынка жилой недвижимости состоит из сбора, обработки и анализа показателей рынка, состава субъектов рынка, специфических запросов потребителей. Целевую направленность в области исследований маркетинга в строительстве можно определить по наличию проблем индивидуального характера, которые специфические для каждого участника на региональном рынке недвижимости. Задачей маркетинговых исследований выступает оценка информационных потребностей и обеспечение команды проекта, а также руководство организации точными, надежными, обоснованными, современными и релевантными источниками информации о развитии рынка недвижимости.

Следует отметить, что на прединвестиционной стадии маркетинговые исследования сопровождаются техническим, финансовым, коммерческим, экологическим, организационным и социальным анализом проекта. Степень глубины исследований при этом варьирует в зависимости от требований инвестора, возможностей финансирования и времени, отведенного на их проведение. Общая цель характеризуется минимизацией риска участников проекта и максимизацией их возможностей. Подчеркнем, что основа исследований, которая проводится на прединвестиционной стадии проекта строительства жилой недвижимости - результат анализируемой конъюнктуры рынка, в ходе которого можно выявить потенциальных потребителей жилья и существующих продуцентов.

Подчеркнем, что с точки зрения маркетингового управления, структура коммерческого регионального рынка недвижимости представлена совокупностью потребителей, предъявляющих спрос на жилую недвижимость, и продуцентов жилья, формирующих предложение на рынке. Рассмотрим основные аспекты жилой недвижимости:

- 1) инвестиционный характер объектов жилой недвижимости, которые предназначены на длительный период использования;
- 2) уникальность каждого объекта, которая обусловлена, главным образом, местоположением в плане города;
- 3) высокая капиталоемкость объектов жилой недвижимости;
- 4) ликвидность объектов жилой недвижимости в любой момент инвестиционного или жизненного цикла;
- 5) многофункциональность объекта жилой недвижимости, обуславливающая различия спроса на отдельные его элементы.

Следует отметить, что в целом, применение механизма технологизации активизирует реализацию товаров, что может стимулировать эффективный товарооборот, укреплять рынок и стабилизировать экономику в целом. На сегодняшний день, маркетинговые технологии разнообразны. Основная цель маркетинговых технологий представлена повышением конкурентоспособности в условиях неопределенности и динамики рынков.

Рассматривая теоретические аспекты технологизации маркетинга, приведем пример, Б. М. Голодец [3], считает, что технологизация маркетингового процесса может способствовать наиболее эффективному решению проблем, которые возникают в изучаемой области. Технологизация позволяет создать научную базу, повысить научную обоснованность маркетинговой деятельности, исходя из интересов организаций, покупателей и общества в целом.

По мнению многих исследователей, технологию маркетинга, как впрочем, и любую другую технологию, можно представить совокупностью элементов, таких как: стадии, операции, приемы и действия, которые необходимы для осуществления планов марке-

тинга. Отметим каждый элемент подробнее: стадия – это обособленная часть технологии, позволяющая принять решения нескольких задач, объединяет некоторое количество операций. Операция характеризуется как обособленная часть технологической стадии, обеспечивающая решение задач и состоящая из некоторого числа приемов. Прием представлен как элемент операции, представляет собой определенный метод для выполнения. Действие – это элемент приема: как считают авторы, физические, интеллектуальные, информационные движения.

Отметим, что в ГОСТ Р 52655-2006 представлено следующая трактовка процесса: «Процесс (process): множество взаимосвязанных действий, преобразующих исходные данные в выходной результат в виде продукции. Процесс может быть основным и вспомогательным (дополнительным) и декомпозирован на подпроцессы, операции». Подчеркнем, что специфика технологии формируется областью применения, которая порождает ее специфичный характер, и необходимость учёта финансового, экологического, социального аспектов реализации маркетинговой деятельности [3]. Однако, маркетинговые технологии вряд ли следует так детализировать. По нашему мнению, элементы операций можно было бы трактовать как *паттерны (шаблоны)*, которые подобно «кальке» позволяют копировать маркетинговую технологию (рис. 1).



Рис.1. Элементы маркетинговой технологии [1]

В настоящее время в строительном секторе Белгородского региона используются следующие базовые маркетинговые технологии:

- технологии, которые связаны с маркетинговыми исследованиями и исследованием рынка;
- технологии, которые связаны с изучением конкурентной среды;
- технологии, которые обеспечивают содержание товарной политики организации;
- технологии ценовых исследований и ценообразования;
- коммуникационные технологии;
- сбытовые технологии;
- технологии продаж.

Современная бизнес-среда требует от каждого предпринимателя, руководителя хозяйствующего субъекта постоянно осуществлять совершенствование своего управленческого арсенала, приоритетное место в котором отведено маркетинговым технологиям. Именно инструменты маркетинга позволяют эффективно решать вопросы, которые связаны с тем, чтобы создать, распределить и потребить товары и услуги, в целом, «остаться на плаву» в достаточно турбулентной конкурентной рыночной среде. За счет творческого аспекта и вариативности маркетинг как наука, и как вид деятельности, позволяет управленческому персоналу осуществлять конструирование адаптивных маркетинговых технологий для принятия решений в любой социально-экономической направленности. Внедрение и применение маркетинговых технологий – одно из главных направлений технологизации маркетинговой деятельности [4].

Отметим, что технологизация определяется тем, что любую маркетинговую деятельность наполняют кроме творческой составляющей, бюрократическая или рутинная по своему характеру деятельность. Рутинной является не система управления, не слой специалистов-маркетологов, деятельность которых регламентируется правилами, а определенная группа операций, которую выполняет специалист. К ним относятся следующие задачи:

- выполнить действия, которые имеют четко сформулированные задачи, их можно иерархически выстроить, опираясь на цели организации и цели маркетинга;
- упорядочить планомерность осуществляемых работ;
- разделить рутинные процедуры и дифференцированность проводимых работ.

Следует отметить, что, существуют определенные типичные барьеры, которые тормозят технологизацию на предприятиях, которые осуществляют деятельность на региональном рынке недвижимости. К ним относятся:

1. Социокультурный барьер, который связан с менталитетом россиян, более тяготеющих к творческой деятельности.
2. Корпоративно-бюрократический барьер, характеризуется тем, что рутинная самоорганизация, тяготея к технологическому управлению, осуществляет вымывание творческой составляющей маркетинговой деятельности.
3. Профессионально-образовательный барьер, который определяется недостаточной компетентностью специалистов службы маркетинга [2].

В целом, большинство недостатков реализации и проблемы использования маркетинговых технологий можно объединить в соответствующие группы:

1. Сложные составляющие технологий.
2. Высокая квалификация кадров.
3. Высокие затраты по реализации технологии.
4. Низкая надежность и точность достижения заданного результата [1].

Следует сказать, что при использовании понятия «технологизация» следует соблюдать ряд условий:

- проводить технологизацию можно на примере любой маркетинговой деятельности, даже если мы рассматриваем маркетинг организации, которая не имеет конкурентов, имеет повышенный спрос и т.д. и, казалось бы, вовсе не нуждающаяся в маркетинге. Такого плана фирма может принимать минимум технологий;
- должны быть известны все составляющие процесса, особенности его построения и функционирования, эти составляющие должны быть формализованы и поделены на стадии, операции, действия и приемы;
- каждая составляющая должна быть описана системой конкретных показателей, методов и приемов использования и управления ею.

Подчеркнем, что применение концепции технологизации маркетинга может способствовать повышению эффективности управления хозяйствующим субъектом. Этапы детализации технологического процесса и создание паттернов могут позволить рекомендовать их к применению в зависимости от особенностей продукта, рынка, фирмы, потребителей, а также степени гибкости и возможностей формализации (рис. 2) [2].

В заключение отметим, что маркетинговые исследования рынка жилой недвижимости – это сложная процедура, творческий процесс, которые требуют большой изобретательности и инновационности. Тем не менее, их проведение крайне важно в условиях российского рынка, значительно отличающихся от зарубежного опыта по многим социально-психологическим характеристикам. Строительство жилья на сегодняшний день становится процессом вторичным в отношении рынка; ключевой же фактор – это стратегия маркетинга, которая основана на том, чтобы детально изучить рыночную конъюнктуру, уровень платежеспособности населения на анализе выявленных потребительских предпочтений.

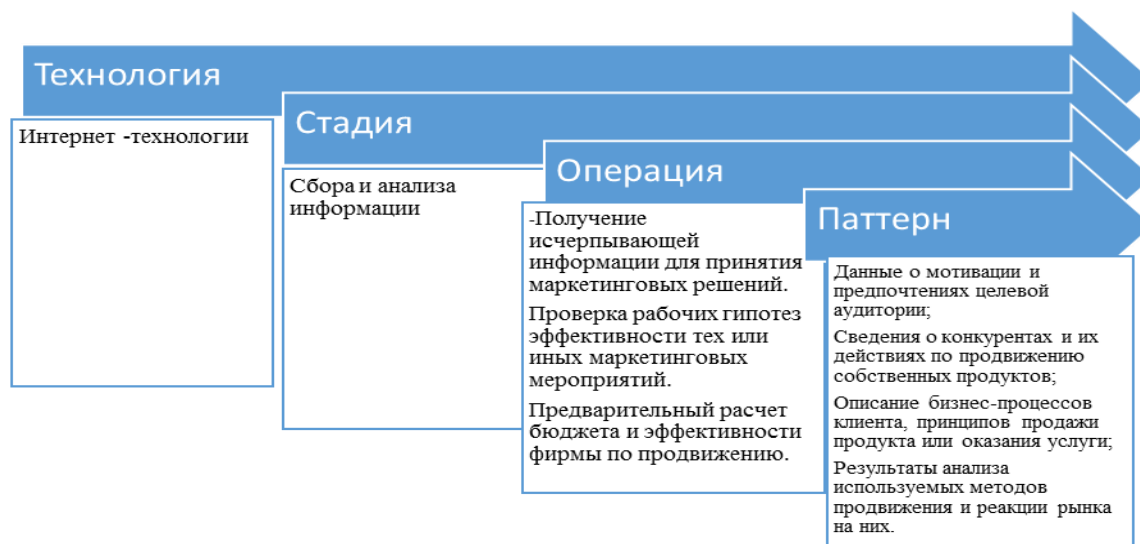


Рис. 2. Этапы детализации технологического процесса и создание паттернов

Литература

1. Кулик А.М. Систематизация предпосылок и барьеров технологизации маркетинга/ Л.В. Усатова, А.М. Кулик, М.А. Амельченко, С.А. Усатов //ФИНАНСЫ. ЭКОНОМИКА.– 2015.- С.27-31
2. Кулик А.М. Формирование механизма технологизации маркетинга строительных компаний [Текст]: автореферат дис. ... кандидата экономических наук 08.00.05 / А.М. Кулик - Москва, 2014.-27с.
3. Голодец Б.М. Технология социального маркетинга. Дисс. ... канд. соц. наук. Санкт-Петербург, 2002. –149с.
4. Технологии маркетинга [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://biznestoday.ru/mark/640-tehnologii-marketinga.html>.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КРАУДСОРСИНГА

О.А. Ломовцева,

доктор экономических наук, профессор,

МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»

Я.А. Пономарева,

научный сотрудник,

МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»

Повышение качества государственных и муниципальных услуг является одной из приоритетных задач Правительства Российской Федерации и региональных органов власти. Качественное государственное (муниципальное) управление должно быть основано на таких принципах, как: оперативность реагирования на запросы и потребности населения, законность и прозрачность, широкое общественное участие, эффективность и результативность. Реализация перечисленных принципов позволяет формировать репутацию органов власти как гаранта качества предоставляемых услуг, снижает коррупцию в сфере оказания услуг, снижает социальную напряженность.

Указом Президента РФ от 7 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» определены основные показатели, которые должны быть достигнуты к 2018 году:

– уровень удовлетворенности населения качеством предоставления услуг к 2018 году – не менее 90%;

– доля граждан, которые используют механизм получения услуг в электронной форме к 2018 году – не менее 7-% [1].

Среди факторов, которые обеспечивают доступность и качество оказываемых государственных и муниципальных услуг населения:

– формирование для каждого учреждения задания на оказание услуг с указанием показателей объема и качества его выполнения;

– обеспечение контроля за выполнением задания;

– установление зависимости между результатами деятельности учреждений и размером субсидии (объемом обеспечения выполнения задания);

– определение перечня оказываемых услуг учреждением, которые финансируются из бюджетов соответствующих уровней;

– определение стоимости платных услуг, оказываемых населению [2].

Для того, чтобы оценить результаты деятельности органов власти и определить уровень качества оказываемых государственных и муниципальных услуг, проводится мониторинг, который является обязательным инструментом, направленным на выявление проблемных зон и сфер оказания услуг, определение степени удовлетворенности потребителей. В результате проведения мониторинга оцениваются следующие основные параметры: соблюдение стандартов качества оказания услуг, основные проблемы, возникающие у потребителей при получении услуг и удовлетворенность получателей услуг (показатели качества и доступности услуги для населения, соответствие ожиданиям) и проч. [3].

Государственная и муниципальная деятельность в современных условиях подразумевает максимально тесное взаимодействие с населением для выработки решений, направленных на совершенствование процесса оказания услуг, для определения более действенных механизмов оценки качества их предоставления. На муниципальном уровне такая взаимосвязь с населением (потребителями услуг) усиливается - все большее количество граждан готово оказывать влияние на решение каких-либо проблемных вопросов на муниципальном уровне, потому реализация действий в отрыве от таких активных групп населения может вызвать рост непонимания между обществом и властью, а также вызвать отторжение любым изменениям «сверху». Мнение граждан и их участие в реализации приоритетных задач муниципалитета может быть использовано для того, чтобы создать действительно эффективную систему управления, которая будет основана на консолидации потребностей и запросов всех заинтересованных сторон. Тезис о том, что государственная и муниципальная политика должна быть основана на принципе «слушающей» власти, неоднократно озвучивался на различных уровнях власти

Многие существующие способы и инструменты мониторинга мнений граждан относительно качества оказываемых услуг имеют ряд недостатков, одним из которых является фрагментарность мнений – частичный сбор информации не позволяет выстроить полноценный процесс взаимодействия органов власти и общества. На сегодняшний день востребованной является технология краудсорсинга, которая не заменяет существующие методы и способы оценки мнения граждан и получения рациональных предложений по улучшению деятельности органов государственной и муниципальной власти, но значительно дополняет их.

Термин «краудсорсинг» (англ. crowdsourcing, crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов») появился в начале 2000-х годов для описания специфичной организации работ по решению проблем бизнеса, государства и общества в целом с привлечением многочисленной группы людей, за счет чего радикально повышается качество результата и сокращается время его достижения [4]. Большое количество участников обсуж-

дения, их разностороннее видение проблемы, множество предлагаемых вариантов позволяет генерировать новые, неожиданные варианты ее решения. Изначально краудсорсинг использовался зарубежными компаниями для решения конкретных проблем и бизнес-задач. Постепенно эта технология стала проникать и распространяться на все страны мира, во все сферы деятельности, не только бизнес. Так, в России первыми компаниями, которые внедрили ее в свою деятельность, были такие крупные игроки, как ПАО «Сбербанк», ПАО «Газпром», ПАО «МТС» и др. Пожалуй, одним из самых известных и успешных примеров применения краудсорсинга является создание энциклопедии «Википедия».

На распространение краудсорсинга значительно повлияло развитие интернет-технологий, которые позволяют генерировать решения практически мгновенно. Развитие интернет-среды и растущее число пользователей глобальной сети позволяют использовать новые инструменты в управлении различными объектами, однако технологии краудсорсинга по-прежнему используются преимущественно бизнес-сообществами для принятия более эффективных управленческих решений. Такой способ сбора мнений и генерации идей для решения проблем городского, регионального, федерального уровня используется на сегодняшний день в недостаточной степени, несмотря на то, что за рубежом есть отдельные практики эффективного вовлечения активных граждан для решения различных проблем городов, регионов, страны в целом. В Финляндии и Исландии такая технология используется для разработки и корректировки законопроектов, в обсуждении которых принимают участие граждане стран.

В Российской Федерации в 2011 году Дмитрием Медведевым был подписан Указ № 167 от 9 февраля 2011 г. «Об общественном обсуждении проектов федеральных конституционных законов и федеральных законов» [5], в рамках которого при подготовке проектов законов возможно вынесение отдельных вопросов на общественное обсуждение с целью совершенствования законотворческой деятельности и обеспечения учета общественного мнения. Для этого на официальном сайте органа власти в сети Интернет размещается текст документа, такими первыми проектами, обсуждение которых было инициировано российской властью, были проекты законов «О полиции» и «О госзакупках», «О любительском и спортивном рыболовстве» (данный проект стал одним из наиболее масштабных в области законотворчества). Участие в краудсорсинговых проектах принимают те граждане, которые равнодушны к общественным проблемам которые активно принимают участие в их решении.

В государственном и муниципальном управлении технология краудсорсинга используется в основном для решения социально значимых проблем, поскольку именно такие вопросы в большей степени волнуют граждан территории. Потому и все краудсорсинговые проекты имеют социальные цели и предполагают решение проблем в области образования, здравоохранения, благоустройства территорий, экологии, спорта, культуры. На муниципальном уровне такая технология может быть наиболее эффективной, поскольку именно здесь существует самый непосредственный контакт администраций, органов местного самоуправления и населения. В данном случае краудсорсинг позволяет объединить знания и опыт горожан и представителей власти для того, чтобы найти способы эффективного совместного управления городом, создания комфортной среды жизнедеятельности. Краудсорсинг является действенным инструментом оценки качества муниципальных услуг, своеобразной обратной связью, которая позволяет увидеть степень удовлетворенности населения, наиболее актуальные для граждан проблемы.

Поскольку технология достаточно нова, она имеет ряд недостатков, к основным из которых можно отнести следующие:

- необходимость вовлечения в обслуживание интернет-платформы для краудсорсингового проекта большого количества ресурсов (трудовых и временных) – требуется постоянное модерирование идей и предложений, комментариев и замечаний, которые поступают круглосуточно;

- в большинстве случаев не органы власти, а общество, активные горожане выступают инициаторами создания такой платформы, потому нарушается принцип централизации в управлении данной платформой, и наблюдается недостаточная вовлеченность бизнес-сообществ в краудсорсинговые проекты;

- отсутствует система показателей оценки работы платформы.

Также одной из основных проблем является обсуждение на платформе не столь значимых и субъективных проблем.

Несмотря на указанные недостатки краудсорсинговые проекты позволяют решить ряд проблем, касающихся взаимодействия органов управления с населением территории:

- повышают уровень вовлеченности потенциально активных граждан в принятие социально значимых решений, генерацию креативных и конструктивных идей с дальнейшей их реализацией;

- формирование независимой системы оценки работы органов исполнительной власти на муниципальном и региональном уровнях;

- построение модели партнерского взаимодействия органов власти, бизнес-сообществ и гражданского общества.

Для муниципальных органов власти реализация подобного рода проектов позволяет:

- повысить общественное доверие к деятельности органов исполнительной власти территории;

- построить эффективную коммуникацию с большим количеством различных субъектов: профессиональным и экспертным сообществом, населением, потенциальными инвесторами, ключевыми общественными группами;

- снизить социальную напряженность и позволить гражданам участвовать в жизни города или региона, предлагать идеи, которые могут быть реализованы общими усилиями;

- ранжировать имеющиеся проблемы по степени актуальности и привлекать инвестиции для реализации наиболее значимых проектов;

- повышать конкурентоспособность территории и улучшать ее социально-экономическое положение.

Литература

5. Указ президента РФ от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70170942/>

6. Аджубей, Р.В. Оценка эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг населению [Текст] / Р.В. Аджубей // Молодой ученый, 2017. - № 1. – С.135-140

7. Постановление Правительства РФ от 6 марта 2015 г. № 197 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 12 декабря 2012 г. № 1284 «Об оценке гражданами эффективности деятельности руководителей территориальных органов федеральных органов исполнительной власти» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/17199/>

8. Хау, Дж. Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса [Текст] / Дж. Хау. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

9. Указ Президента РФ от 9 февраля 2011 г. N 167 «Об общественном обсуждении проектов федеральных конституционных законов и федеральных законов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12182724/>

МЕРЧАНДАЙЗИНГ – НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В.Ю. Лунина,

*кандидат экономических наук
старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики,
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

Т.А. Волгина,

студентка 3 курса, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

В течении всего времени с момента появления товарно-денежных отношений каждый продавец стремится выделить именно свой товар, сделать его привлекательнее, чем товары других продавцов. В наше время это необходимо для того, чтобы товар пользовался спросом. Производитель и реализатор делают всё: разрабатывают торговую марку, производят товар с оптимальным соотношением «цена-качество», создают привлекательную упаковку, разрабатывают методы коммуникации с потребителем и проводят не одно мероприятие по продвижению товара – это всё необходимо для создания устойчивого спроса.

Однако наряду с выше обозначенными, есть метод, о котором часто забывают – и напрасно. Мерчандайзинг – тот последний шанс, который может значительно поднять процент продаж непосредственно в розничном магазине.

Целью данной статьи является изучение системы мерчандайзинга в магазинах, изучение инструментов мерчандайзинга как эффективного средства маркетинговой коммуникации, а также средств оценки эффективности работы мерчандайзера.

Актуальность темы заключается в том, что, наиболее сильные конкурентные преимущества получают компании, не только выделяющиеся своими стандартными качествами, такими как цена, качество, а те которые обращают внимание на такие «мелочи» как упаковка, внешний вид, расположение товаров на торговой площади и др., то есть использующие эффективные решения мерчандайзинга в практике организации своей деятельности.

Мерчандайзинг – одно из направлений в маркетинговой деятельности, которое способствует стимулированию розничных продаж, привлекая внимание потребителя к нужным маркам товаров непосредственно в месте продаж, почти без участия специального персонала. Именно работа мерчандайзера облегчает процесс выбора и покупки потребителю. Правильно организованная выкладка товара, нужное оформление и грамотная реклама способны напомнить или сообщить потребителю о товаре, заинтересовать его и, таким образом, существенно повлиять на процесс принятия решения о покупке. Именно поэтому мерчандайзинг также можно назвать комплексом мер, которые направлены на улучшение продвижения и сбыта товаров в магазине. Существует огромное количество определений мерчандайзинга, но наиболее точно отображающими суть деятельности, являются следующие:

«Мерчандайзинг – это маркетинг в розничной торговле» Ф.Котлер [4, с.132].

«Мерчандайзинг – это комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки, результатом которого всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар» Майкл Т. МакГалли [5, с.91].

Задачи мерчандайзинга:

- проинформировать потребителя о месте нахождения искомого товара;
- предоставить максимально полную информации о сути товара и его цене;
- привлечь максимальное внимание к конкретному месту выкладки товара;
- воздействовать на покупателя с целью убеждения его совершить покупку немедленно;

-коммуникационная политика: разработка программы маркетинговых коммуникаций; поиск наиболее эффективных путей информирования потребителей о товаре/услуге; совершенствование рекламы в местах совершения покупок; создание нужной атмосферы в магазине и т.д.

-управление поведением потребителей: поиски способов увеличения средней суммы покупки [4, с.135].

Как можно судить по опыту западных и европейских стран, мерчандайзинг необходимо развивать не только в розничной торговле, но и в процессе развития остальных участников канала распределения: производителям товаров, дистрибьюторам и потребителям. Однако есть существенная разница в целях мерчандайзинга производителя и розничного торговца. Цель мерчандайзинга производителя – эффективная стимуляция желания потребителей выбрать конкретный товар, или торговую марку. Торговец же заинтересован в увеличении собственной прибыли и формировании лояльного отношения потребителей; ему важно чтобы все товары в магазине смотрелись достойно. Поэтому зачастую между представителями розничной торговли и производителями товаров возникают трения [3, с.205].

Не смотря на то, что мерчандайзинг - сравнительно «молодая» сфера маркетинга, уже сформированы основные подходы к организации мерчандайзинга на торговом предприятии:

1. Ассортиментный аспект. Для любого вида розничного торгового предприятия свойственны конкретные значения характеристик ассортимента (в частности, по минимуму разрешенный набор ассортиментных позиций, которые обязаны находиться у продавца) с учетом определенных начальством компании-изготовителя или продавца, широты и глубины торгового ассортимента.

2. Количественный аспект. В розничном торговом предприятии нужно сохранять определённый уровень товарного запаса, т.е. такой, который гарантирует присутствие необходимого числа продуктов требуемого ассортимента в торговом зале. Помимо этого, продукты, выставленные в витрине, обязаны находиться в продаже.

3. Управленческий аспект. Организация размещения продуктов в торговом зале торгового центра обязана основываться на управлении ходом покупательского потока и брать свое начало с распланировки торгового зала торгового центра.

4. Демонстрационный аспект. Подбор способов представления продуктов в торговом зале, разновидности продукта, упаковки, а кроме того прибыли от продукта, имиджа торгового центра, покупательской аудитории.

5. Коммуникационный аспект. Рекламные материалы в зоне торговли считаются значительной составляющей коммуникационной политики розничного торгового предприятия и разумной частью мерчандайзинга [2, с.98].

Важной частью мерчандайзинга остаётся также и «визуальный мерчандайзинг», который отличается упором именно на оформление торгового зала и товара, а также на визуальную рекламу, как на самый быстродействующий и доступный вид рекламы.

В современном мире потребителям предоставлена огромная свобода: большое количество супермаркетов и ещё большее – магазинчиков поменьше, вынуждают специалистов по маркетингу и мерчандайзингу работать всё больше, и постоянно совершенствоваться. В качестве объекта для исследования в данной статье была выбрана сеть магазинов «Обжора».

Уютно разместившись в центре деловых и торговых коммуникаций Донецкой Народной Республики (далее ДНР), также на территории Украины, крупный холдинг «Обжора» представлен сетью якорных супермаркетов торговых центров с высокими показателями посещаемости. Сеть магазинов «Обжора» насчитывает 18 торговых точек. Из которых 14 расположены в Донецке и по всей территории Республики, помимо Донецка самые крупные магазины открыты в Макеевке, Енакиево и Харцызске. Все магазины представлены в двух форматах: супермаркеты и «магазины у дома». В сегменте рознич-

ной торговли «Обжора» позиционирует свои торговые точки как магазины доступных цен и высокого качества. С его запуском модель ведения розничного бизнеса стала успешно применяться, обеспечивая ориентирование внутренней операционной деятельности компании на высокие стандарты организации всего трудового процесса. Покупатели также оценили преимущества супермаркетов «Обжора», которые включают: широкий ассортимент продукции, собственную пекарню, собственную кулинарию, собственный дистрибуционный центр, собственный кондитерский цех и продуманное расположение товаров.

Сеть магазинов «Обжора» отличается довольно демократичными ценами на основные продукты питания. Ассортимент товаров насчитывает до 19 тысяч наименований свежих продуктов и выпечки, готовых блюд собственного приготовления и товаров для дома, рассчитан как на гурманов, так и на тех людей, которые желают иметь широкий выбор и хотят быть уверенными в качестве покупаемого товара.

Удобный формат супермаркета повлек за собой расширение сети как на территории Донецка (1997-2006), так и в таких городах, как Мариуполь (2007), Макеевка (2007), Харьков (2008) и Енакиеве (2009).

Анализируемый магазин расположен по адресу г. Донецк, бул. Шевченко, 58А. Общая площадь магазина составляет 1100 кв.м. Площадь товарной выкладки 850 кв.м. Магазин был открыт в 2000 году. Очень удобное расположение магазина позволяет покупателям со своими автомобилями подъезжать максимально близко к данному объекту, а также посещать магазин на пути с работы.

Проведем анализ работы мерчандайзера (т.е. размещение и выкладку товаров) на примере магазина «Обжора». Это продовольственный магазин, в котором потребителям представлен широкий ассортимент различных групп товаров.

Размещение товаров в магазине осуществляется с учетом следующих принципов:

- 1) Товары расположены так, чтоб максимально облегчать процесс выбора и покупки товара и продвижение потребительского потока по торговому залу.
- 2) Созданы максимально комфортные для потребителей условия во время нахождения в магазине.
- 3) Обеспечивается сохранность материальных ценностей потребителей и магазина (имеются камеры хранения и ведется постоянное наблюдение).
- 4) Оптимально используются торговые площади, удобно и рационально расположены все отделы с различными товарными группами.

Однако, стоит отметить, что на кассах магазинов данной сети образуются длинные очереди в часы-пик. Несмотря на то, что в магазине девять кассовых аппаратов, чаще всего работают три-четыре кассы, т.е. лишь половина. Также случается несовпадение цены на ценниках и реальной цены товара, или несовпадение наименования товара на полке с его наименованием на ценниках.

Для улучшения работы магазина и повышения комфорта покупателей, персоналу торгового центра следует внимательно относиться к ценникам и товарам на полках, их соответствию друг другу. Также следует своевременно доносить до клиентов все акции и скидки, действующие в данный момент. И, в заключение, для увеличения пропускной способности магазина, пересмотреть график работы кассиров с возможностью привлечения дополнительного персонала в часы-пик.

При размещении товаров в магазине «Обжора» соблюдены правила товарного соседства. Также за каждой группой товаров закреплена постоянная зона размещения. Товары, уже готовые к реализации, размещаются непосредственно в зоне продаж. Для размещения товаров в торговом зале используют стеллажи, полки различной высоты, торговое холодильное оборудование.

Размещение товаров в магазине «Обжора» происходит на основе линейной планировки магазина, с использованием «Решетки» с линейным поперечным размещением оборудования, т.е. стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.

Подобная планировка торгового зала позволяет правильно сформировать потоки движения потребителей, создает наилучшие условия для группировки и размещения товаров, обеспечивает удобный просмотр торгового зала. В условиях линейной планировки покупатель наиболее эффективно воспринимает информацию о товарах. Также линейная планировка обеспечивает более эффективное использование площади торгового зала.

При расположении товаров в торговом зале учтено оптимальное использование пространства торгового зала, т.е. приблизительно 60% площади магазина оставлено для движения покупателей, а именно обеспечено свободное движение покупателей по магазину, чтобы они чувствовали себя комфортно.

Товарные группы товаров расположены так, что наиболее востребованные и необходимые товары расположены в начале движения потока покупателей и в зоне касс.

Товары повседневного спроса – мясо, овощи, молочная продукция, хлебобулочные изделия, находятся в различных местах периметра торгового зала, между ними располагаются остальные товары. Это позволяет покупателям осмотреть весь торговый зал и приобрести больше товаров, чем они планировали.

Правильная выкладка - это способ увеличения продаж за счет такого расположения товара на полках и прилавках магазина, при котором:

- все товары хорошо видны на прилавке;
- представляют собой единую систему, цветовую гамму;
- каждый товар выложен в самом выгодном и привлекательном для покупателя виде;
- рекламные материалы и аксессуары дополнительно привлекают внимание и создают положительный эмоциональный настрой;
- покупателю легко осуществить покупки.

Важность этих факторов тем более очевидна, что 80% решений о покупке конкретной торговой марки делается непосредственно у прилавка: человек решает, что ему купить, только когда видит товар.

При выкладке товаров в магазине мерчендайзеры придерживаются принципов размещения, а именно:

- однородные товары выкладывают по вертикали, благодаря этому покупатели легко находят нужную им продукцию;

- применяют простейшие приемы выкладки – прямую выкладку и в некоторых случаях навалом;

- полки для выкладки товаров не переполнены;

- выкладка товаром достаточно насыщенная;

- товары находятся на расстоянии вытянутой руки (самое доступное и удобное место);

- самые востребованные товары находятся на уровне глаз, так как покупатели чаще всего обращают внимание именно на эти полки;

- теперь рассмотрим выкладку некоторых видов товаров;

- колбасные изделия выкладываются в несколько рядов, при этом самый верхний батон разрезан и положен срезом к покупателю.

В таблице 1 представлены принципы выкладки на примере некоторых ассортиментных групп товаров.

В целом, можно отметить, что мерчендайзеры магазина «Обжора» стараются придерживаться правил и принципов выкладки товаров. Выкладка товаров достаточно насыщенная, можно найти практически все, и поиск необходимых товаров максимально облегчен. А это является основополагающим принципом размещения товаров.

В качестве вывода хотелось бы отметить, что самым интересным, пусть и не самым научным будет следующее определение: мерчендайзинг – «безмолвный продавец». Пожалуй, это наиболее точно отображает всю суть мерчендайзинга – каким образом расположить товар, для достижения максимального количества продаж при минимальном участии персонала.

Применение мерчандайзинга имеет такое же значение для успешной продажи разработанной продукции, как создание бренда, проведение рекламных акций различного рода и т.д. Данная маркетинговая коммуникация позволяет эффективно продвигать тот или иной товар, марку, упаковку именно в торговом зале, где непосредственно принимается решение о покупке.

Таблица 1

Принципы выкладки определенных ассортиментных групп товаров
торговой сети «Обжора»

Ассортиментная группа товаров	Принцип выкладки
Соки	По ценовым диапазонам: на нижних полках выставляются дешевые марки соков, на уровне груди и глаз – среднего ценового сегмента, наверху – дорогие, например, натуральные соки в стеклянных бутылках. По объему упаковки: крупные упаковки (1,5 – 2 л) ставятся на нижние полки, от уровня бедра до уровня глаз выставляются упаковки 1 л. Упаковки соков 0,2 л (детские) ставятся на уровне глаз ребенка. Соки одной марки выставляются вертикальными блоками на 2-4 полки, так, чтобы крупные упаковки одной марки находились под литровыми.
Хлеб и хлебобулочные изделия	Хлеб и свежую выпечку выкладывают рядами на пристенных полках. Скоропортящиеся кондитерские изделия выкладывают в охлажденном оборудовании.
Макаронные изделия	Используют паллетную выкладку товара, т.е. товар располагается в том виде, в котором был доставлен в магазин, на паллете.

Однако необходимыми условиями успешного достижения запланированных результатов является: во-первых, активное взаимодействие производителя, дистрибьютора и продавца; во-вторых, создание и внедрение комплексной программы мерчандайзинга, включающей разработку инструментов мерчандайзинга и его организацию в компании и; в-третьих, ориентация на потребности покупателя; в-четвертых, профессионализм торговых представителей и мерчандайзеров. В результате применение данной технологии в процессе реализации продукции, с одной стороны, делает более простым ориентацию покупателя в предлагаемом ассортименте товаров, улучшает узнаваемость торговых марок, а с другой, - экономит бюджет компании по продвижению товара, увеличивает объемы продаж и прибыли [1, с.232].

На примере магазина «Обжора», были рассмотрены приёмы визуального мерчандайзинга (P.O.S. материалы, выкладка, планировка магазина, торговое оборудование.). «Обжора» является магазином самообслуживания, что позволяет покупателям самостоятельно выбирать товары столько времени, сколько им потребуется. Размещение и выкладка товаров в данном магазине рациональна, что говорит об эффективности работы магазина. В нем правильно спланированы покупательские потоки, но невысокая пропускная способность, также имеются проблемы с соответствием ценников товарам. На основании проведенного исследования были разработаны рекомендации.

Литература

1. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич. – Учебник. - Мн.: Выш. Шу., 2000. - 447с.
2. Бланк, И.А. Управление торговым предприятием / И.А. Бланк. - М.: Ассоциация авторов и издателей. ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 2008. - 416с.
3. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков, В.К. Пахбухчианц. – М: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. - 448 с.
4. Котлер, Ф., Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. Ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – Новосибирск: Наука, 2002. – 736с.

5. МакГалли, М., Основы эффективных продаж. Мастерство личных продаж для предпринимателей, продавцов и людей некоммерческой сферы деятельности / М. МакГалли. - К.: «София», Ltd., 1997. - 288с.

К ВОПРОСУ ОБ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Е. Н. Парфенова,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

В условиях ориентации российской экономики на рынок, расширением содержательности задач, которые необходимо решить, а, следовательно, принимаемых управленческих решений, большая роль принадлежит регионам, от продуктивности которых зависит развитие их территории. Федеральные власти передали право в регионы распоряжаться своими ресурсами, но при этом повысилась их ответственность за конечные результаты управления.

В связи с ограниченными ресурсами на местах, руководители регионов должны больше уделять внимание инвестиционной деятельности, о которой зависит создание экономической базы для решения социально-экономических проблем.

В связи с этим появляется необходимость обоснованно управлять инвестиционной привлекательностью региона, которая позволит сконцентрировать на своей территории достаточные инвестиции.

В этой связи вопросы принятия управленческих решений по созданию инвестиционной привлекательности и обоснованных инвестиционных решений в субъектах Российской Федерации приобретают особую ценность и актуальность.

По этой причине важнейшим фактором повышения конкурентоспособности региона, создания высоких и стабильных темпов социально-экономического роста является хорошая инвестиционная привлекательность территории. Шаги по увеличению инвестиционной привлекательности относятся к основным мероприятиям при воплощении в жизнь стратегий и программ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации.

Между тем практика управления в России на современной этапе в условиях самостоятельности осуществления хозяйственной деятельности в регионе при острой нехватке ресурсов характеризуется необходимостью объективно оценивать региональными властями инвестиционную привлекательность, вовремя принимать управленческие инвестиционные решения для развития региона и повышения его инвестиционной привлекательности с целью получения конкретного эффекта от принятых региональных инвестиционных решений.

Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года определила, что целью региональной политики по социально-экономическому развитию области на долгосрочный период будет повышение конкурентоспособности региона в условиях вхождения в мировой рынок и повышение благосостояния жителей региона в этих условиях [1].

Достичь этой цели нельзя без оживления инвестиционных процессов. По этой причине первостепенной задачей для властей региона является привлечение инвестиций. Для этого надо для потенциальных инвесторов увеличить инвестиционную привлекательность области.

Под инвестиционной привлекательностью региона понимается вся совокупность договоренностей и ограничений, которые будут определять движение инвестиций на территорию области и оценивается инвестиционной активностью.

С одной стороны инвестиционная привлекательность определяется инвестиционным потенциалом, а с другой стороны – вероятными рисками. При этом как инвестиционный потенциал, так и возможные риски – это обобщенное понятие целого комплекса факторов [5].

Анализ инвестиционной деятельности в Белгородской области показал, что политика, которая проводится в настоящее время, имеет положительную динамику движения инвестиционных ресурсов, реализуются перспективные инвестиционные проекты.

Инвестиционный рейтинг Белгородской области имеет достаточно высокие значения. Сам рейтинг оценивается двумя параметрами: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск.

Инвестиционный потенциал указывает на долю региона, которую он занимает на российском рынке, а инвестиционный риск показывает на проблемы, которые могут возникнуть для инвестора в этом регионе.

На протяжении последних лет власти Белгородской области целенаправленно создают благоприятный инвестиционный климат, для того, чтобы обезопасить возврат средств и обеспечить результативность этих вложений. Созданию соответствующих условий способствует принятая законодательная база, где ясно указаны права инвесторов, их льготы, гарантии и другие важные ситуации.

Правительство области достаточно приняло решений по привлечению инвесторов в экономику региона, для этого была создана система прав и обязанностей инвестора.

По этой причине необходимо отметить, что на территории действует единая система государственной поддержки инвестиционной деятельности, правовой, организационный и экономический базис осуществления инвестиционной деятельности в регионе закреплён в нормативно-правовых актах, помимо этого определены формы и методы поддержки и защиты прав участников инвестиционной деятельности со стороны властей региона.

На территории Белгородской области с 2002 года осуществляет свою деятельность Инвестиционный совет при губернаторе области, который рассматривает и одобряет инвестиционные проекты с государственным региональным участием по приоритетным направлениям в сфере экономики и социума.

Реализация усилий властей каждого региона в Российской Федерации по созданию благоприятного инвестиционного климата ежегодно оценивается рейтинговым агентством «Эксперт РА».

По итогам рейтинга за 2016 год Белгородская область находится в группе **2А. Это означает, что регион имеет средний потенциал – минимальный риск.**

В рейтинге России среди регионов Белгородская область находится на 8-м месте по инвестиционному риску и 24-м - по инвестиционному потенциалу. Минимальный инвестиционный риск – управленческий, максимальный инвестиционный потенциал – ресурсный.

За 2016 год было привлечено 143,8 млрд. рублей инвестиций в основной капитал за счёт всех источников финансирования, что на 0,9% ниже, чем год назад [8].

Анализ осуществления инвестиционной деятельности Белгородской области, нормативно-правовой базы в области инвестиционного регулирования позволил выделить факторы, которые препятствуют повышению инвестиционной привлекательности региона. К ним можно отнести следующие:

- неразвитая инфраструктура инвестиционной деятельности;
- отсутствие результативной системы поощрения инноваций;
- низкий уровень культуры предпринимательства и инициативы;
- отраслевой принцип инвестирования;

- большое количество обязательств у компаний, как правовых, так и налоговых;
- административные (бюрократические) барьеры.

Для увеличения инвестиционной привлекательности и привлечения большего количества инвесторов на территорию Белгородской области необходимо осуществить следующие мероприятия.

1. Развитие государственно-частного партнерства.

Для создания высококачественного планомерного развития необходимо взаимодействие с очень большим количеством участников, начиная с государственных властей и заканчивая представителями бизнеса и гражданами области.

Взаимодействие представителей бизнеса и властей региона должно быть нацелено на формирование инструмента для целесообразного использования объектов экономики и гарантированного его функционирования, кроме того, долгосрочное планирование комплексного регионального продукта.

Взаимодействие государственных властей и бизнеса является очень результативным инструментом взаимодействия между этими структурами, что достаточно подтверждено практикой, как экономической, так и международной [4].

Привлечение капитала бизнеса, в том числе зарубежного, даст возможность реализовать государственным региональным властям Белгородской области приоритетные социально-экономические задачи без дополнительных бюджетных расходов, кроме того, будет способствовать увеличению конкурентоспособности области за счет развития инфраструктуры, в том числе транспортной.

Важными условиями привлечения капитала бизнеса к реализации инфраструктурных проектов является предоставление гарантий от государственных властей, а также создание благоприятного делового климата.

Возможное направление инвестиционных средств при государственно-частном партнерстве в Белгородской области представлены в таблице 1.

Таблица 1

Распределение инвестиций при государственно-частной партнерстве в Белгородской области

Государственные инвестиции	Частные инвестиции
- Строительство или реконструкция транспортных объектов	- Строительство аквапарков, ботанических садов.
- Строительство объектов энерго- и газоснабжения.	- Строительство полей тенниса, футбола и т.п.
- Создание инженерно-технических объектов	- Строительство объектов транспортной инфраструктуры.
- Благоустройство территории.	- Строительство гостиничных комплексов, отелей, коттеджей.
	- Строительство ресторанов и кафе

Государственно-частное партнерство, позволит осуществить очень дорогие проекты с привлечением частных инвестиций без ощутимой нагрузки на региональный бюджет. Власти региона в этом союзе выступают инициатором и гарантом выполнения обязательств в реализации инвестиционных проектов.

Привлечение инвестиционных средств в региональную экономику с помощью партнерства между государственными властями региона и представителями бизнеса позволит создать инфраструктуру, что даст возможность повысить конкурентоспособность экономики.

2. Создание результативной системы мер влияния на инвестиционную привлекательность региона с учетом возможностей в развитии отдельных территорий: муниципальных образований.

Меры, которые должны повлиять на инвестиционную привлекательность должны быть адресными. На сегодняшний день такие меры носят универсальный характер, т.е. органы государственной власти применяют общепринятый набор мер для увеличения инвестиционной привлекательности в своем регионе в целом для всех муниципальных образований.

Между тем, меры влияния должны быть индивидуальными для каждого муниципального образования региона.

Муниципальные образования Белгородской области характеризуются социально-экономической неоднородностью, что определяет рациональность применения в каждом конкретном случае специфицированного набора экономических рычагов и стимулов.

В случае условного разделения развивающихся (привлекательных для инвестиций) и слаборазвитых муниципалитетов (непривлекательных для инвесторов), набор рычагов и экономических стимулов можно дифференцировать для повышения инвестиционной привлекательности территорий (табл.2).

Таблица 2

Экономические рычаги и стимулы для повышения инвестиционной привлекательности территорий

Муниципальные образования	Набор экономических рычагов и стимулов для повышения инвестиционной привлекательности	Направления социально-экономического развития
Слаборазвитые	Создание общих экономических и других предпосылок и условий для эффективного функционирования рыночных механизмов управления в муниципальных образованиях с уделением особого внимания региональным целям и задачам. Необходимость принятия мер государственного регулирования, таких как: - субсидии; - гранты; - налоговые льготы и льготы; - финансовая помощь через создание специальных фондов.	Развитие природно-ресурсного, производственного, потребительского, институционального потенциалов
Развитые	Либерализация экономической жизни муниципалитетов, сокращение прямого государственного вмешательства в деятельность отдельных компаний и отраслей, а также использование рычагов и инструментов косвенного действия, в том числе: - сокращение административных барьеров при реализации инвестиционных проектов; - оптимизация процедур доступа к инфраструктуре; - совершенствование таможенного администрирования; - меры фискальной политики для стимулирования инвестиций в модернизацию и инновационное развитие экономики; - Координация инвестиционной помощи и защита прав инвесторов.	Развитие новаторов, работа, инфраструктура, интеллектуальный потенциал муниципалитетов, поддержание достигнутого уровня развития. Дифференциация

В Белгородской области лидерами являются Ракитянский, Белгородский районы, город Белгород, Корочанский район, еще можно включить район Шебекинский и Старый Оскол, которые близки к стандарту (стандарт составляет 100 тыс. рублей на душу населения). Эти районы фактически выполнили норматив привлечения инвестиций.

Аутсайдеры: Валуйский, Борисовский, Волоконовский, Грайворонский, Вейделевский, Новоискольский, Красненский, Ровенский, Краснояружский районы, которые фактически не занимаются привлечением инвестиций и, следовательно, подрывают экономическое развитие будущих периодов.

Для развитых муниципалитетов Белгородской области, привлекательных для инвестиций, рекомендуется развивать инфраструктурный потенциал и поддерживать достигнутый уровень развития, однако муниципальные образования, принадлежащие к этой категории, не нуждаются в прямой государственной поддержке.

В целях повышения инвестиционной активности в муниципалитетах можно предложить оплату инвестиционных облигаций для строительства объектов, гарантий по кредитам, помощи в приобретении земли для работ, предоставлении льготных кредитов для инвестиций, создании территориальных и межотраслевых консорциумов, корпорации для завершения строительства объектов, в которых заинтересованы территории.

Метод стимулирования экономики отсталых регионов, способствующий реактивации темпов роста производства, а также структурной перестройки предполагает использовать инвестиционный налоговый кредит для поощрения инвестиций в слабые районы и прогрессивные отрасли промышленности, которые требуют новые инвестиции.

Кроме того, эти регионы нуждаются в прямой государственной поддержке в виде дотаций, субсидий, регулирования процентных ставок и налоговых льгот.

Не нужно ожидать появления и развития новых форм государственной региональной структурной политики в ближайшем будущем; однако дифференциация форм, методов и инструментов этой политики позволяет более эффективно использовать бюджетные средства, направленные на развитие деловой среды и качество инвестиционного климата, который является основным аспектом экономической и политической роли региональных властей.

В результате реализации предлагаемых мероприятий можно рассчитывать на достижение задач ускоренного роста ВРП и обеспечение определенного уровня бюджетной эффективности.

3. Реализация инвестиционных мегапроектов на территории Белгородской области.

Мегапроекты - это целенаправленные инвестиционные программы, которые содержат много проектов, связанных между собой конечным продуктом. Такие программы могут быть международными, государственными и региональными [6].

Региональные мегапроекты - это крупные проекты, которые оказывают значительное и долгосрочное влияние на регион. Например, на территории Белгородской области можно реализовать инвестиционные мегапроекты для строительства транспортно-логистических, агропромышленных комплексов, торгово-развлекательных и т.п. комплексов.

Кроме того, следует отметить, что Белгородская область имеет значительный туристско-рекреационный потенциал.

Принимая во внимание высокие темпы роста спроса на отдых со стороны жителей мегаполисов и рост мобильности населения, мегапроекты должны быть реализованы для развития туристического потенциала, который может стать одним из важных направлений экономического развития региона.

Перспективной деятельностью по развитию рекреационного туризма в Белгородской области может стать развитие туристических продуктов в Белогорском заповеднике (200 памятников археологии, истории и архитектуры, около 30 видов рыб в речных водах

и озер, более 60 видов животных, 208 видов птиц, 269 видов фауны и 482 вида растений приведены в Красной книге) [8].

Программы посещения заповедника запрашиваются среди всех существующих категорий туристов и могут инициировать новые туристические потоки людей, которые заинтересованы именно в этих продуктах.

Территориями, подходящими для развития рекреационного и природного экологического туризма, могут быть:

- район урочища «Сосновка»;
- территория «Шопинские степи»;
- дубравный комплекс «Соломинская дубрава»;
- район урочища «Яружка»;
- район урочища «Шеленково».

Эти проекты могут иметь большое значение для улучшения качества жизни жителей региона. Эти крупные компании окажут положительное влияние на развитие региона в целом.

Потенциальный вклад инвестиционных мегапроектов в экономику Белгородского региона отражен в таблице 3.

Таблица 3

Мегапроекты Белгородской области: макроэкономический вклад

Создание производственных мощностей	Создание новых рабочих мест	Привлечение Инвестиций	Рост покупательной способности населения
<ul style="list-style-type: none"> - рост ВРП и создание потребностей; - потребность в персонале; - необходимость инвестиций; - потребность в образовании. 	<ul style="list-style-type: none"> - повышение уровня занятости; - рост населения; - сокращение безработицы; - создание образовательных программ; - обеспечение увеличения социальной защиты 	<ul style="list-style-type: none"> - рост инвестиций; - развитие сопутствующих отраслей и производств. 	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение потребления; - рост номинального и реального дохода на душу населения; - предоставление медицинских услуг, образование и т. д.
ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА			

4. Выделение специальных зон опережающего развития. Регион характеризуется выгодным географическим положением, которое способствует эффективному развитию межрегиональных и иностранных экономических, коммерческих и культурных предприятий. На его территории есть важные железные дороги и магистрали межгосударственного значения, которые соединяют Москву с регионами юга России, Украины и Закавказья.

Белгородская область обладает значительным инновационным потенциалом, который должен развиваться с конкурентными преимуществами, создавая приоритетные области развития, такие как:

- зона опережающего развития «Горно-металлургический кластер»;
- зона опережающего развития «Кластер по развитию свиноводства»;
- зона опережающего развития «Строительный кластер»;
- зона опережающего развития «Инновационная зона» [8].

Организация выделенных зон в регионе неизбежно приведет к повышению производительности труда, позволит обеспечить поступательное развитие региональной экономики. Они, как механизмы селективной либерализации инвестиционного климата, позволят сконцентрировать экспортно-ориентированное и импортозамещающее производство,

представляя собой своего рода «ловушку» для инвестиций, стимулируя межрегиональные и внешнеэкономические связи. Они будут способствовать концентрации технических и технологических инноваций, развитию современного механизма управления рынком. В конечном итоге они будут выступать в качестве инструмента для увеличения потока внутренних и иностранных инвестиций в регионе и интеграции экономики региона в мировую экономику.

Таким образом, реализация мер, предложенных в этой статье, повысит привлекательность инвестиций в регионе; обеспечит стабильное развитие, гарантируя выполнение ключевых показателей надежности и безопасности; сформируют высокоэффективную систему управления для муниципалитетов, которые являются частью ответственности региональных властей в структуре инвестиционной политики; для обеспечения доступа региона к принципиально новому уровню развития.

Литература

1. Постановление правительства Белгородской обл. от 25.01.2010 N 27-пп (ред. от 18.09.2010) «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. URL : <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW404&n=17304#0> (дата обращения: 07.10.2017).

2. Бочаров, В.В. Финансово-кредитные методы регулирования рынка инвестиций / В.В. Бочаров. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 244с.

3. Внешнеэкономические проблемы перехода России на инновационный путь развития / Рос. акад. наук, Центр внешнеэкон. исслед. ; под ред. С. А. Ситаряна. – М.: Наука, 2003. – 251 с.

4. Власов, И. П. Частно-государственное финансирование в Российской Федерации / И.П. Власов // Финансы и кредит, 2008. – № 43. – С. 49–55.

5. Голайдо, И. М. Инвестиционный потенциал региона / И. М. Голайдо // Инновации и инвестиции. – 2008. – № 17. – С. 59-68.

6. Пчелинцев, О. С. Региональная экономика в системе устойчивого развития / О. С. Пчелинцев. – М.: Наука, 2004. – 250 с.

7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области [Электронный ресурс] – URL : http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/ru/ (дата обращения 30.09.1017).

8. Официальный сайт «Губернатор и Правительство Белгородской области» [Электронный ресурс] – URL : <https://belregion.ru/> (дата обращения 05.10.1017).

МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВУЗОВ И БИЗНЕСА В ПРОЦЕССЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

С.Н. Прядко,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга НИУ «БелГУ»*

В современных условиях развития национальной и региональных инновационных систем максимально востребованной становится инновационная деятельность вузов, научно исследовательских лабораторий и других объектов инновационной инфраструктуры. Приоритетным направлением развития российских вузов на современном этапе является генерирование научных разработок и внедрение их в деятельность высокотехнологичного бизнеса. Одной из приоритетных задач, стоящих перед современ-

ными научно-образовательными организациями, является активное участие в формировании региональной инновационной экосистемы, направленной на создание необходимых условия для коммерциализации научных идей ученых, в виде выполнения рыночно ориентированных НИОКР, создания малых инновационных предприятий и развития системы лицензирования. Выделение факторов и условий формирования данной системы, разработка методических подходов в оценке необходимых составных элементов является, на наш взгляд, актуальной и практически значимой проблемой исследования.

За почти трехсотлетнюю историю развития российские вузы претерпели значительные изменения (рис. 1) [1].

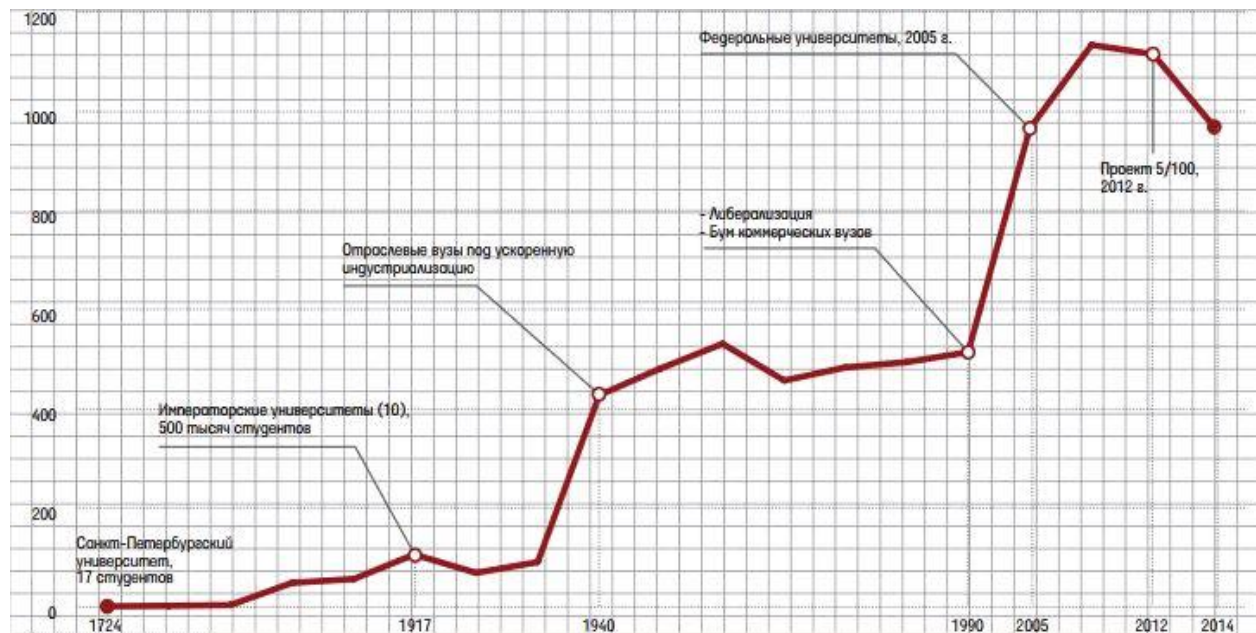


Рис. 1. Эволюция развития российских университетов

Но сегодня, в начале XXI века, по мнению экспертов Центра образовательных разработок Московской школы управления СКОЛКОВО (SEDeC), мир стоит на пороге новой волны инноваций, которая может серьезно изменить сложившийся «образовательный ландшафт» во всем мире [2, с. 3]. Эксперты отмечают, что в формировании нового «образовательного ландшафта» можно выделить несколько ключевых трендов:

- доступность и массовость высшего образования;
- интернационализация, глобальная конкуренция и «война за таланты»;
- турбулентность мировой экономики и формирование нового технологического уклада в промышленности;
- «цифровая революция», массовое распространение образовательных он-лайн в виде «лавины инноваций» [2, с. 4-9]

Реализация разнонаправленных задач, стоящих перед высшей школой, требует разработки и развития новых компетенций, формирования стратегического не только академического, но и бизнес мышления и у руководителей вузов, и у ученых, занимающихся научными исследованиями.

Анализ эффективности системы коммерциализации инновационных разработок вузов в условиях Белгородской области показал, что на конец 2015 года в регионе 22 организации занимались научными исследованиями и разработками (рис. 2) [3].

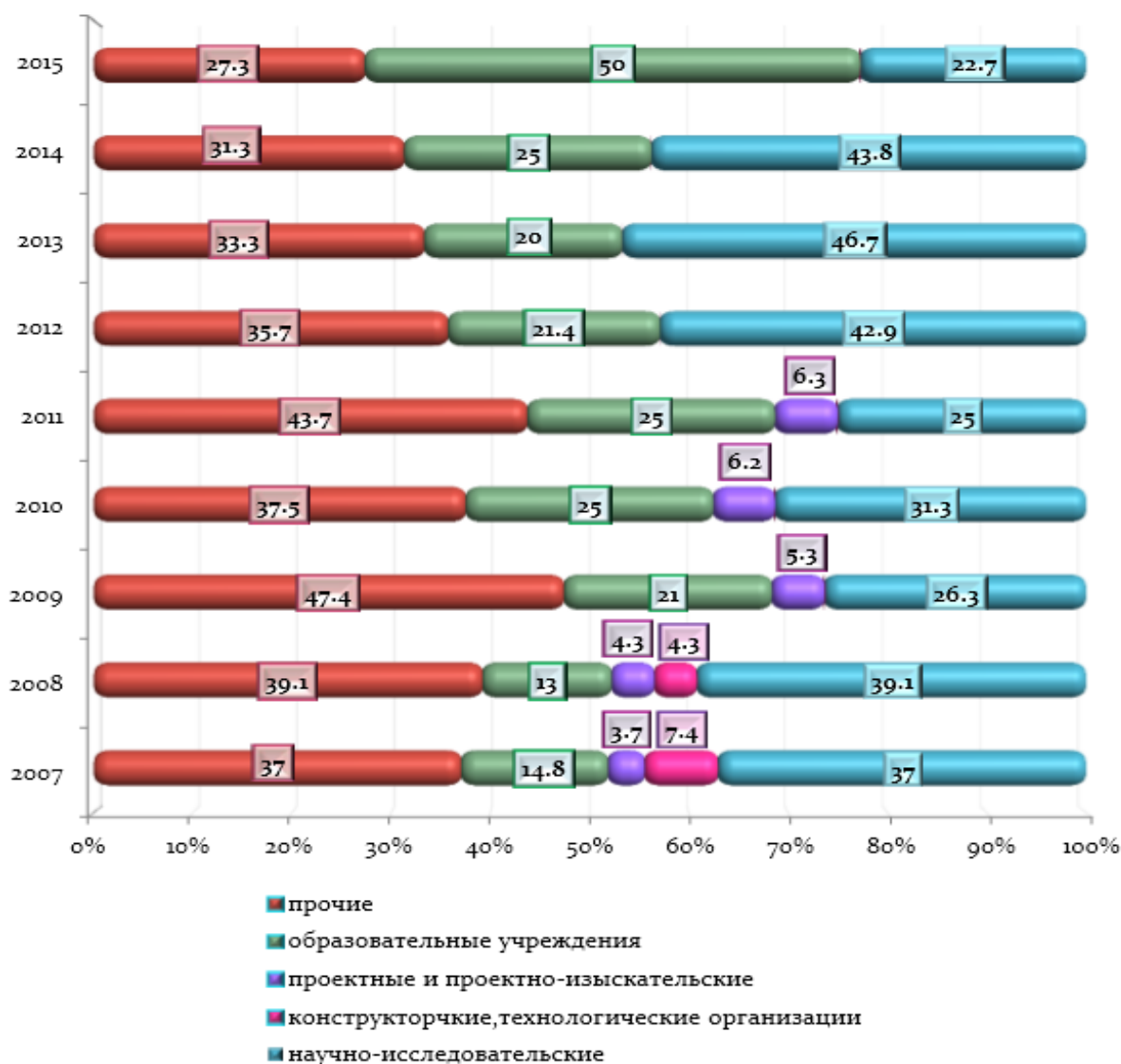


Рис. 2. Структура организаций, выполняющих исследования и разработки в Белгородской области

Данные показывают, что основная доля, проводимых научных исследований приходится на региональные вузы. Причем, за последние девять лет, доля участия вузов в проведении научных исследований в регионе возросла с 14,8% до 50%. До 2011 года на территории Белгородской области функционировала одна проектная и проектно-изыскательская организация, и до 2008 года - одна конструкторская и технологическая организация.

В настоящее время исследования и разработки в регионе ведется в вузах (50%), научно-исследовательских организациях, чаще всего при вузах (22,7%) и 27,3% приходится на прочие организации. Согласно статистической отчетности, к прочим организациям относятся одно опытное экспериментальное предприятие и одна организация промышленного производства.

Результатом инновационных разработок вузов чаще всего выступают передовые производственные технологии, внедренные в бизнес практику региональных предприятий (табл. 1).

Число разработанных передовых производственных технологий

	единиц 2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Передовые производственные технологии – всего	14	12	10	10	13	19	11	10	33
Проектирование и инжиниринг	2	3	3	5	2	5	3	4	9
Производство, обработка и сборка	3	2	1	1	3	4	2	1	5
Автоматизированная транспортировка материалов и деталей, погрузочно-разгрузочные операции	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Аппаратура автоматизированного наблюдения (контроля)	1	-	2	1	1	1	1	-	-
Связь и управление	1	-	-	-	2	4	-	3	8
Производственная информационная система	1	1	2	-	2	2	1	-	5
Интегрированное управление и контроль	6	6	2	3	3	3	4	2	6

Согласно представленным данным видно, что разработанных передовых производственных технологий, имеет положительную динамику. По мере убывания, разработанные технологии связаны с проектированием и инжинирингом (9), связью и управлением (8), интегрированное управление и контроль (6) и пр.

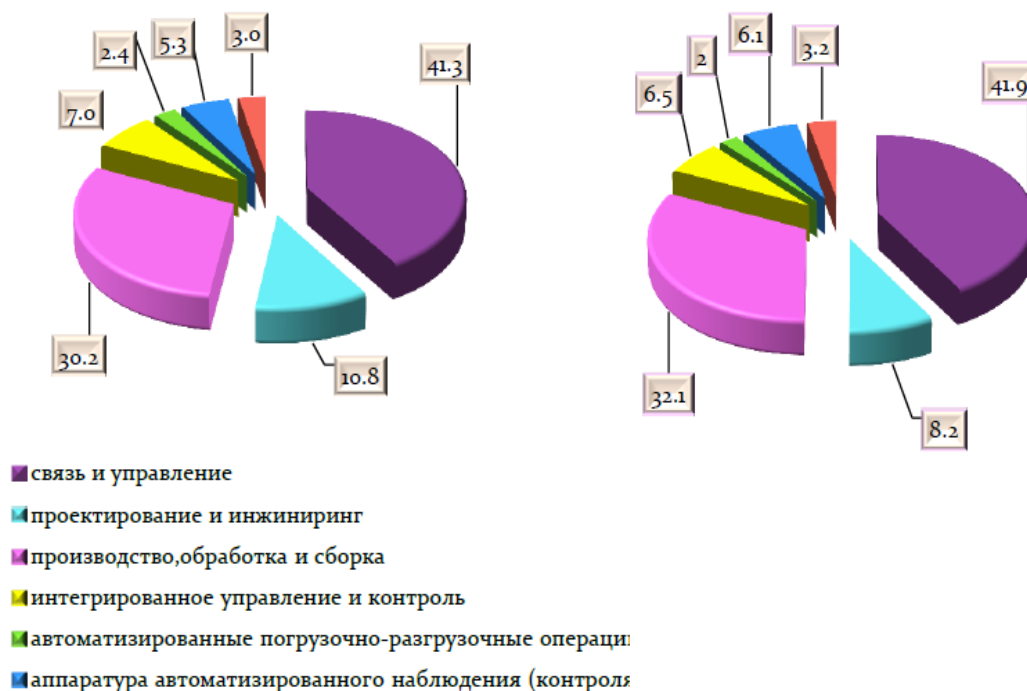


Рис. 3. Структура используемых передовых технологий по видам

Сравнительный анализ статистических данных по проблеме исследования показывает, что структура используемых разработанных передовых технологий практически остается неизменной. Наибольшее значение количество разработанных передовых технологий внедрено в следующие направления регионального бизнеса: в связь и управление (41,9 %) в 2015 году и 41,3% - в 2014 году; производство, обработку и сборку (32,1 % и 30,2 % - соответственно); а также проектирование и инжиниринг (8,2% 10,8% - соответственно).

Таким образом, данные показывают, что региональные вузы обладают необходимым инновационным потенциалом, увеличивается число разрабатываемых инновационных разработок. Основной проблемной зоной остается внедрение инновационных разработок вузов в деятельность регионального бизнеса. Возможная модель взаимодействия региональных вузов и бизнеса представлена на рисунке 4.



Рис. 4. Предлагаемая модель взаимодействия региональных вузов и бизнеса

Таким образом, проведенное краткое исследование показывает, что для повышения эффективности внедрение инновационных разработок вузов необходимо увеличивать степень взаимодействия между основными участниками инновационного регионального рынка. Несмотря на наличие объективного противоречия, связанного с тем, что в своей работе большинство ученых руководствуются интересами общественной пользы и научного поиска (что позволяет добиваться более значимых результатов, то есть более крупных открытий), а региональный бизнес нацелен на получение максимально быстрой фи-

нансовой отдачи от изобретения, именно совместная работа науки и бизнеса, как показывает зарубежный опыт, дает более эффективную коммерциализацию изобретения.

Литература

1. Ливанов Д., Волков А. Зачем России сотня сильных региональных университетов / Д. Ливанов, А. Волков // Ведомости. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2015/03/23/zachem-rossii-sotnya-silnih-regionalnih-universitetov>
2. Конанчук Д., Волков А. Эпоха «Гринфилда» в образовании // Д. Кананчук, А. Волков // Центр образовательных разработок Московской школы управления СКОЛКОВО (SEDeC), 2013. – 47 с.
3. Научно-инновационное развитие Белгородской области в 2015 году: Аналитический материал / Белгородстат – 2016 г. – 68 стр.

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Н.В. Разбейко,

преподаватель кафедры хозяйственного права, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Сервисная экономика ориентирована прежде всего на удовлетворение интересов клиента. Для понимания сущности сервисной экономики следует выделить несколько точек зрения.

По мнению Стоуньер Т. постиндустриальная экономика – это экономика, в которой промышленность по показателям занятости и своей доли в национальном продукте уступает первое место сфере услуг, а сфера услуг есть преимущественно обработка информации. Сдвиг к сервисному сектору в постиндустриальной экономике вывел на первое место услуги, связанные со знанием, – деловые и профессиональные услуги. Теоретически важно отличать этот постиндустриальный сервисный сектор от доиндустриального, состоявшего в основном из домашней прислуги и некоторых категорий мелких торговцев [1].

Рубцова Н. В. под эффективной деятельностью в сфере сервисной экономики предлагает понимать обеспечение удовлетворенности ее участников и других членов общества, достижение прежде всего качественных, социально ориентированных целей, а не преимущественно экономических (количественных), доминирующих в индустриальной экономике. Сервисная экономика – такой тип хозяйства, где в отличие от индустриальной экономики в сфере услуг занята основная часть экономически активного населения, а доля этого сектора в объеме национального производства существенно превышает долю других секторов [2, с. 5, 8].

Для расширения понятия сервисной экономики автором предлагается ее рассмотрение более детально – это часть экономики, часть хозяйственной деятельности участвующая в реализации общественных потребностей, которая укрепляет социальную безопасность, вносит заметный вклад в обеспечение современного развития производственных коллективов, по средством организации труда, быта и отдыха каждого человека, и ориентированная на потребление и прямо связана с уровнем экономического развития государства и личными доходами граждан [3, с. 194].

При этом О.В. Заруба предложил формирование «ядра» сервиса из субъектов, способных инициировать других участников сервисной деятельности, у которых для этого имеются реальные возможности (наличие качественных ресурсов, стратегическая совместимость корневых компетенций компаний и ключевых компетенций рынка сервисных услуг и др.). Им предложено формирование сервисной экономики ориентировано на максимальное удовлетворение потребностей клиентов путем изменения структуры регио-

нального хозяйства за счет перехода отдельных видов сервиса в точки роста на условиях равноправного функционирования с ключевыми производствами [4, с. 16].

О.В. Заруба предлагается разделить сервисные зоны на три типа в зависимости от потенциала их развития и клиентоориентированности:

- сервисные виды деятельности, «встроенные» в цепочку создания стоимости продукции в составе особых экономических зон промышленно-производственного типа;
- территориально связанные сервисные зоны - группы географически локализованных и взаимосвязанных субъектов сервиса в рамках определенного профиля специализации;
- интегрированные сервисные зоны - вертикально и горизонтально интегрированные виды сервисной деятельности, сконцентрированные в одном субъекте РФ (географически не всегда локально), взаимодействие которых имеет ярко выраженный синергетический эффект. [4, с. 14-15].

Наиболее важными учеными при изучении формирования сервисной экономики являются Х. Иннис, Кобб-Дуглас, В. Леонтьев, А. Лёш, В. Кристаллер, Т. Манн, А. Маршалл, Г. Мюрдаль, Ф. Перру, М. Портер, П. Потье, Р. Солоу и др. Основа теории секторов и формирования сервисной экономики была заложена в работах Д. Белла, Дж. Гэлбрейта, К. Кларка, Дж. Э. Стиглица, А. Фишера, Дж. Фурастье, Л.И. Донсковой, В.С. Занадворова, А.В. Занадворовой и др.

Вопросам стратегического управления посвящены труды таких известных зарубежных ученых, как И. Ансоффа, П. Друкера, Р.С. Каплана, Ф. Котлера, Д.П. Нортон, А. Дж. Стрикленда, А. Томпсона, а также отечественных исследователей: А.А. Арбатова, А.С. Астахова, О.С. Виханского, Г. Б. Клейнера, В.Д. Марковой и др.

Теоретико-методические основы регионального управления освещены в работах И.В. Андроновой, А.Г. Гранберга, А.А. Зубарева, В.Н. Лексина, Д.С. Львова, В.В. Пленкиной, О.А. Романовой, Н.М. Сурниной, А.И. Татаркина, Л.Л. Тонышевой, А.Н. Швецова и др. Совершенствование управления сервисной деятельностью рассматривалось в работах отечественных ученых-экономистов Е.В. Егорова, О.Д. Проценко, В.А. Черненко, Б.Н. Чернышева, В.В. Щербакова и др.

Различные аспекты функционирования сферы услуг затрагивали в своих работах такие ученые и специалисты как: Т.Н. Арасланов, В.Э. Гордин, Е.В. Демченко, В.Н. Калышенко, В.Д. Маркова, Р. Мердик, Н.В. Миронова, В.Б. Николайчук, Э.В. Новаторов, СВ. Носков, Е.В. Песоцкая, Л.А. Сосунова, А.М. Ракова, Н.П. Резникова, А. Челенков, К. Хаксевер, Р.В. Шеховцов. Различные аспекты управления предприятиями сферы услуг и их конкурентоспособностью рассматривали в своих работах такие авторы, как Е.П. Голубков, А. Нещадин, Е. Попов, Г. Хэмел, К.К. Прахалад.

Анализ последних публикаций показал, что правовому обеспечению сервисной деятельности внимания уделено недостаточно.

Несмотря на проведенные научные исследования по проблемам развития сервисной экономики, недостаточно разработанными остаются правовые основы управления предприятием в условиях сервисной экономики.

Так, стратегическое управление развитием региона в условиях формирования сервисной экономики изучал О.В. Заруба. Им в рамках реализации стратегических инициатив по созданию сервисных зон предусматривались конкретные тактические действия в разрезе нормативно-правового, организационного, информационного, производственно-технологического и финансового обеспечения [4, с. 16].

Однако конкретные предложения по внесению изменений в законодательство не были предложены.

В связи с вышеизложенным, для обеспечения эффективного развития сервисной экономики предлагается обсудить возможность принятия в России Хозяйственного кодекса (далее в тексте – ХК). В разных странах Хозяйственные кодексы уже существуют и называются коммерческими, торговыми, экономическими кодексами.

Коммерческие (торговые) кодексы имеются, например, в Австрии, Аргентине, Бельгии, Болгарии, Венесуэле, Германии, Греции, Египте, Испании, Корее (Южной), Кувейте, Люксембурге, Мексике, Польше, Румынии, Словакии, США, Уругвае, Франции, Чехии (1961), Чили, Швеции, Эстонии (1995) и Японии.

Поставлен вопрос о разработке коммерческого кодекса в парламенте Великобритании.

В странах, где торговое право выделяется как отдельная отрасль, часто одновременно принимаются и гражданский, и торговый кодексы, причём общая часть гражданского кодекса содержит нормы, которые действуют и для торгового права. Так, в Германии в 1900 году вступили в силу Германское гражданское уложение и Германское торговое уложение [5]. Гражданский кодекс Германии в торговом праве служит лишь дополнительным источником торгового права, **то есть его положения применяются в том случае, когда отсутствуют специальные нормы торгового права.** Таким образом, **Торговый кодекс Германии** (сокр. ТК, также **Коммерческий кодекс, Германское торговое уложение**) – основной источник хозяйственного права Германии, регулирующий отношения между коммерсантами, зарегистрированными в государственных реестрах. Торговый кодекс Германии также содержит положения об открытом торговом обществе (*Offene Handelsgesellschaft, OHG*), командитном обществе (*Kommanditgesellschaft, KG*) и негласном обществе (*stille Gesellschaft*).

С 1938 года Торговый кодекс Германии действовал и в Австрии. В январе 2007 года в Торговый кодекс Австрии внесены обширные изменения согласно Закону о внесении изменений в Торговый кодекс Австрии, и он был переименован в Предпринимательский кодекс Австрии (*Unternehmensgesetzbuch, UGB*).

Кроме этого, во Франции вместе с Гражданским кодексом Наполеона (1804) был принят **Торговый кодекс Франции** (1807), который был заново **кодифицирован в 1999 г.** со следующей структурой: 1) общие положения о торговле; 2) о торговых товариществах и группах, объединенных экономическим интересом; 3) о некоторых формах продажи с исключительными условиями; 4) о свободе цен и конкуренции; 5) Об оборотных документах и гарантиях; 6) о трудном положении предприятий; 7) об организации торговли; 8) о некоторых профессиях, подлежащих регламентации; 9) положения, относящиеся к заморским территориям [6, с. 21].

В Японии также наряду с Гражданским кодексом и самостоятельным Торговым кодексом имеется также Хозяйственный кодекс, который является скорее инкорпорацией, чем кодификацией. Тем не менее, его существование свидетельствует о том, что ни Торговый, ни тем более Гражданский кодексы не в состоянии охватить все правовые институты, посредством которых осуществляется регламентация современного хозяйствования, в частности государственного регулирования хозяйственной деятельности.

В Соединенных Штатах Америки действует **Единообразный Торговый (коммерческий) кодекс (далее - ЕТК)** [7]. Кодекс был внедрен по всей территории США. При этом процесс утверждения ЕТК в отдельных штатах имел до некоторой степени принудительный характер, т.к. в случае «провала» Кодекса предполагалось вмешательство федеральной власти в процесс регулирования торговых отношений и узурпации таким образом традиционных полномочий штатов в торговой сфере. При этом наличие в ЕТК норм не только материального, но и процессуального характера показывает, что Кодекс воплощает в себе специфику кодифицированных правовых актов как европейского образца, так и собственно американского права, принадлежащего к семье общего права. Что касается *сохранения*, то ЕТК США регулирует весьма широкий круг вопросов, связанных не только с внутренней и внешней торговлей, но и с правоотношениями иного характера (аренды, обращения ценных бумаг, защите прав потребителей и др.), которые не являются предметом регулирования торгового права [8].

Основными причинами создания Кодекса можно назвать: рост мобильности населения; активизация торговых контактов; моральное устаревание многих законов в коммерческой сфере, вызванное непрерывным развитием деловой практики и технологий; наличие в действующем законодательстве множества недостатков, которые при неблагоприятном стечении обстоятельств или умышленно могли быть использованы для злоупотреблений или вести к произволу; сложность и противоречивость действующих правил осуществления торговой деятельности, снижавшие эффективность взаимодействия предпринимателей, банков и корпораций. Кроме того, пробелы и недостатки торгового законодательства штатов активно использовались в ходе различных злоупотреблений. По словам одного из основных разработчиков ЕТК первой и наиболее важной причиной создания Кодекса явилось то, что «право, которое регулирует нашу торговлю и коммерческие финансы, плохо знакомо большинству юристов... и почти полностью неизвестно большей части бизнесменов» [8].

ХК может системно регулировать общественные отношения в таких институциональных подсистемах, как рыночная, индустриальная, гражданская, экологическая. Роль ХК будет основополагающей при создании актуальных новых значимых школ институционализма с учетом новых вызовов современности.

ХК поможет регламентировать процесс сочетания частноправовых и публично-правовых начал помогает развивать разнопланово и устойчиво экономику страны.

Хозяйственный кодекс имеет целью обеспечить рост деловой активности субъектов хозяйствования, развитие предпринимательства и на этой основе повышения эффективности общественного производства, его социальную направленность в соответствии с требованиями Конституции РФ, утвердить общественный хозяйственный порядок в экономической системе.

Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» не может и не должен объединять в себе все нормы о регулировании сервисной экономики [9].

Хозяйственный кодекс призван регулировать не чисто экономические проблемы, а экономические проблемы во взаимосвязи с социальными, политическими, этическими и правовыми проблемами. Принятие Хозяйственного кодекса поможет институционализму выработать современную актуальную общую методологию, создать современную единую научную школу, разработать и взять на вооружение общую, логически стройную теорию.

Кроме вышеуказанного, можно утверждать, что принятие в России ХК позволяет устранить из существующего законодательства остатков «рыночного романтизма» и идеологии рыночного фундаментализма (идеологии о том, что любые ограничения свободы конкуренции снижают эффективность рыночного механизма, поэтому им следует противиться).

ХК может включать положения, позволяющие

- определить основные направления стратегической и текущей экономической политики государства (структурно-отраслевой, инвестиционной, амортизационной, ценовой, бюджетной, денежно-кредитной политики и политики институциональных преобразований);

- обеспечить ответственность государства перед человеком за свою деятельность;

- защитить национального товаропроизводителя; запретить незаконное вмешательство органов государственной власти и органов местного самоуправления, их должностных лиц в хозяйственные отношения;

- зафиксировать средства государственного регулирования хозяйственной деятельности.

Большой массив законодательства будет интегрирован в одном акте (Хозяйственном кодексе РФ), что позволит работать комфортно не только юристам, но и руководителям предприятий, частным предпринимателям, поскольку четко определены «правила игры». Концентрация норм в одном кодексе не сузит гибкость государственных

органов в процессе принятия политических решений по вопросам экономики, а сузит произвол государственных органов и повысит их ответственность перед обществом. Ложны доводы о том, что в одном случае государство заинтересовано в получении как можно больше доходов в бюджет и повышает налоги, а в другом случае государство заинтересовано в развитии сельского хозяйства и предоставляет работникам сельского хозяйства субсидии, и, соответственно этому, часто меняется экономическая политика государства, а в связи с этим, якобы, принятие ХК теряет свою целесообразность. Но, именно для того, чтобы сочетать частноправовые и публично-правовые начала, помочь предпринимателям при изменении «правил игры», и необходим Хозяйственный кодекс.

На мой взгляд, это позволит:

1. Преодолеть спады и содействовать подъемам в экономике, смягчить негативные проявления конкуренции.
2. Обеспечить долговременное функционирование многоукладной экономики.
3. Повысит самозанятость населения, пополнение налоговых отчислений и как результат повышение покупательской способности населения, что даст новый толчок к производству.
4. Позволит более эффективно использовать общий рынок товаров, капиталов, рабочей силы и услуг.

Выводы. В сервисной экономике для обеспечения ее эффективной деятельности и обеспечения удовлетворенности ее участников и других членов общества, достижения качественных целей, – необходимо разработать правовое обеспечение.

Боле того при определении эффективности деятельностью в сфере сервисной экономики необходимо учитывать характеристики правового обеспечения:

- степень разработанности правового обеспечения в каждом секторе (кластере) сервисной экономики;
- степень доступности и удобстве поиска правового обеспечения для субъектов хозяйствования;
- степень разработанности правового обеспечения сочетания частноправовых и публично-правовых начал.

В этих условиях важно установить «правила игры» сервисной экономики как клиентоориентированной по своему характеру. Для этого необходимо принять один глобальный нормативный акт (Хозяйственный кодекс), для того чтобы хозяйствующим субъектам было легко и удобно понимать, где искать эти «правила игры».

Литература

1. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 392-409.
2. Рубцова, Н. В. Оценка эффективности сервисной деятельности : автореферат дис. ... кандидата экономических наук / Н. В. Рубцова. – Иркутск : 2006. – 23 с.
3. Рочева О. А. Экономическое исследование понятия сервисного сектора экономики / О. А. Рочева // Вестник Казанского технологического университета. – 2011.– №22.– С.189-194 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-issledovanie-ponyatiya-servisnogo-sektora-ekonomiki> (дата обращения: 20.10.2017).
4. Заруба, О. В. Стратегическое управление развитием региона в условиях формирования сервисной экономики : автореферат дис. ... кандидата экономических наук / О.В. Заруба. – Тюмень: 2012. – 24 с.
5. Handelsgesetzbuch in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 4100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das durch Artikel 1 des Gesetzes vom 10. Mai 2016 (BGBl. I S. 1142) geändert worden ist [Электронный ресурс]. URL : <http://www.gesetze-im-internet.de/hgb/index.htm>

6. Коммерческое (торговое) право зарубежных стран : учеб-ник для магистров / отв. ред. В. Ф. Попондопуло, О. А. Макарова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 575 с. – Серия : Магистр. ISBN 978-5-9916-2868-6

7. Единообразный торговый кодекс США (извлечение) 1952 г. Международное частное право: Иностранное законодательство / Предисл. А.Л. Маковского; сост. и научн. ред. А.Н. Жильцов, А.И. Муранов. М.: "Статут", 2000. 892 с. С. 528-551. // <https://pravo.hse.ru/intprilaw/doc/0201>

8. Литаврина С. А. Единообразный торговый кодекс США: история создания и роль в правовой системе США: диссертация ... кандидат. юрид. наук / С.А. Литаврина. - Москва, 2009. - 195 с.

9. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [Электронный ресурс]. URL : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=221678&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.8524081943067452#0> (дата обращения: 19.10.2017).

СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ: НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА

М.В. Семибратский,

кандидат экономических наук,

Начальник центра проектного управления

Высшей школы управления НИУ «БелГУ»

Проектный менеджмент в настоящее время становится все более популярным и распространенным инструментом управленческой деятельности. Международная бизнес-практика давно доказала его эффективность в различных строительных, производственных и инфраструктурных проектах. Опыт управления Великобритании демонстрирует эффективность применения данного подхода в сфере государственного менеджмента. В российской практике, проектный менеджмент на уровне государственного управления на некоторых территориях (Ленинградская область, Белгородская область, Архангельская область, Приморский край и др.) зарекомендовал себя как эффективный инструмент достижения целей социально-экономического развития регионов. Кроме того, федеральная практика государственного управления также признает эффективность проектного подхода к управлению и предполагает его внедрение и равномерное развитие на территории всех субъектов Российской Федерации. Теория и практика показывают, что элементы проектного управления в том или ином виде часто встречаются в деятельности любого менеджера, несмотря на область применения и цель прилагаемых управленческих воздействий, а также уровень ответственности за принимаемые решения. Элементы инициации, планирования, исполнения, контроля и завершения в применении к различным элементам встречаются повсеместно. Стандарты проектного управления, в свою очередь, структурно и методологически описывают прикладное использование управленческих функций к различным областям реализации проектов (планирование и исполнение сроков, времени, человеческих ресурсов, коммуникаций, рисков т.п.). Стандарты представляют собой официальные документы, описывающие установленные нормы и правила, процессы, методы, инструменты и практики проектного управления.

Настоящий этап развития проектного управления свидетельствует о широкой географии стандартов и методологий в области проектного менеджмента. Общепринятые методы и подходы к управлению проектами описываются в международных, национальных и корпоративных стандартах, число которых весьма велико. Однако практика управления

в государственном и коммерческом секторе, зачастую, исходит из принципов, методов и подходов, представленных в следующих стандартах:

- PMBOK (Project Management Body Of Knowledge). Страна разработчик – США;
- PRINCE2 (Projects In Controlled Environments). Страна разработчик – Великобритания;
- ICB (International Competence Baseline). Страна разработчик – Швейцария;
- P2M (Project and Program Management for Enterprise Innovation). Страна разработчик – Япония;
- Стандарты ISO (International Standardization Organization)
- ГОСТ. Страна разработчик – Россия.

Стандартизации в проектном управлении подвергаются люди и их компетенции (НТК, ICB и др.), организации, которые внедряют в своей системе менеджмента проектный подход (IPMA Delta, ISOPM и др.), а также процессы управления (PMBOK, PRINCE2, P2M, ГОСТ Р ISO 21500 и др.). Большинство стандартов описывает именно то, как управлять проектом, т.е. процессы. Некоторые стандарты носят жесткий характер и, условно, говорят, что проектом нужно управлять «так и только так». Другие стандарты носят рекомендательный характер и предполагают, что в компании имеется достаточный уровень проектной культуры для выбора исключительно необходимых процессов управления проектом.

Одной из наиболее распространенных методологий проектного управления является PRINCE2. PRINCE2 – это процессно-ориентированная проектная методология, которая фокусируется на процессах верхнего уровня (управление, организация, контроль), а не на низших задачах (декомпозиция работ, разработка графиков). Методология PRINCE2 базируется на семи принципах, семи темах и семи процессах. Принципы являются центральным элементом методологии: если хотя бы один из них не выполняется, то нельзя говорить о том, что проект выполняется в рамках PRINCE2 [1]. В общем виде их можно представить в формате таблицы.

Таблица 1

Основные компоненты методологии PRINCE2

Принципы методологии	Управленческие аспекты	Процессы управления
Постоянная оценка экономической целесообразности	Обоснование проекта	Запуск проекта
Обучение на опыте реализованных работ	Организация	Руководство проектом
Определение четкой ролевой модели	Качество	Инициация проекта
Управление по этапам	Планы	Контроль реализации
Управление по отклонениям	Риски	Управление созданием продукта
Фокус на продукте	Изменения	Управление границами этапов проекта
Адаптация к проектной среде	Прогресс	Закрытие проекта

В целом, методология позволяет стандартизировать процедуры управления, а также повысить координацию и управляемость проектом.

Квазимеждународной методологией управления проектами некоторые авторы считают американскую модель управления проектами, отраженную в стандарте PMBOK. Данная модель предполагает осуществление реализацией проекта через взаимодействие 5 ключевых групп управленческих процессов и совокупности 10 областей знаний. Согласно данному стандарту, в проекте можно управлять интеграцией, ресурсами, сроками

ми, содержанием, стоимостью, качеством, заинтересованными сторонами, поставками, коммуникациями, рисками. Данный стандарт не только описывает основные подходы к управлению проектами, но и предоставляет практический инструментарий, позволяющий осуществлять управления любым проектом. Несмотря на всю значимость, эффективность и методологическую монументальность данного стандарта, следует отметить его громоздкость, которая, по нашему мнению, трудно поддается адаптации под небольшие краткосрочные проекты, сопряженные с высоким количеством изменений (IT-разработки и т.п.).

Узким местом национальных стандартов, которые были рассмотрены выше, является их ориентация на специфику осуществления управленческих действия в конъюнктуре национальной экономики и социальной среды (США, Великобритания), что может значительным образом отличаться от российской практики. Российское проектное управление в настоящее время основывается не только на зарубежных стандартах и методологиях. В 2015-2016 гг. активное развитие получила национальная система сертификации проектных специалистов ПМ СТАНДАРТ, основывающаяся на стандартах ГОСТ в области проектного управления. Методологической основой данной системы на первичном уровне являются 4 основных документа:

- ГОСТ Р 54869-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом;
- ГОСТ Р 54870-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов;
- ГОСТ Р 54871-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению программой;
- ГОСТ Р ИСО 21500-2014 Руководство по проектному менеджменту.

Стандарты, описанные выше, устанавливают требования к управлению проектом от его старта до завершения, при этом предметом стандартизации являются обязательные выходы процессов управления проектом. Стандарт не содержит требований, которые могут считаться обязательными лишь для определенного вида проектов, требований к методам реализации процессов управления проектами, а также требований к предпроектной и послепроектной деятельности [2]. Первые три стандарта в основном своем содержании описывают области управления и последовательность процессов управления проектом, программой или портфелем проектов. Однако методологическая основательность этих документов носит спорный характер ввиду их небольшого объема (около 10 страниц). В свою очередь, стандарт РМВОК включает в себя около 600 страниц. Руководство по проектному менеджменту ГОСТ Р ИСО 21500-2014 является уже более емким документом состоящим из 52 страниц. В целом, структура документа похожа на американский стандарт управления проектом. Он содержит в себе основополагающее руководство по проектному менеджменту и может применяться организациями любого типа, включая государственные, частные или общественные организации, в отношении проектов любых видов, независимо от их сложности, масштаба или продолжительности [3]. ГОСТ Р ИСО 21500 рассматривает проекты в контексте программ и портфелей проектов. Он не содержит детальных указаний относительно управления программами и портфелями проектов. Практическая и методологическая значимость данного стандарта заключается в его адаптации под процессы управления проектами в российской практике. Структурно, стандарт состоит из основных понятий проектного управления, описывает состав и применение управленческих и предметных групп проектного управления и отражает их взаимосвязь. Особую ценность, на наш взгляд, представляет классификация и описание процессов проектного менеджмента в привязке к управленческим и предметным группам (10 предметных групп и 5 управленческих групп или процессов управления проектом). Соответствие стандарта международной практике, подтвержденное наличием приставки ISO, подтверждается тем, что по структуре данный стандарт, отчасти, напоминает американский свод знаний по управлению проектами. Однако, в силу наличия международной специфики, он

содержит в себе некоторые спорные моменты. Так, к примеру, при определении заинтересованных сторон проекта, прописанная роль спонсора проекта интерпретирована в российской практике как роль куратора, что является, по нашему мнению, весьма спорным решением.

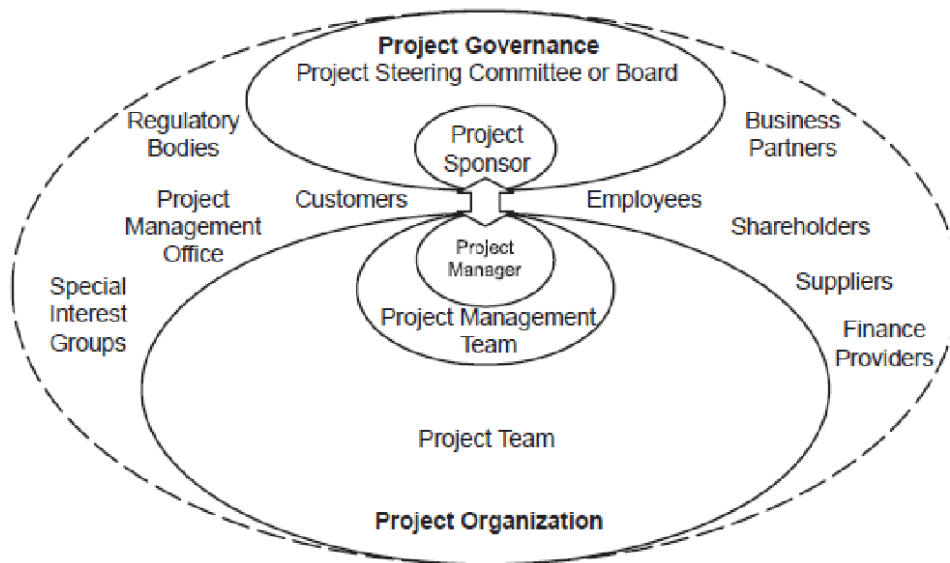


Рис.1. Заинтересованные стороны проекта по ГОСТ Р ИСО 21500-2014

Несмотря на указанные выше факты, национальные стандарты по управлению проектами практически применимы и заслуживают внимания в процессе управления проектом или при разработке корпоративной системы управления проектами. Среди основных положительных аспектов национально стандартизации, можно особенно выделить соответствие российской практике, структурную и содержательную схожесть с мировой культурой управления проектами, четкость описательных процессов управления, наличие единого понятийного аппарата.

Литература

1. ТОП-4 методологии управления проектами / Проектные сервисы. – Электронный ресурс. – Режим доступа <http://www.pmservices.ru/project-management-news/top-4-metodologii-upravleniya-proektami/>
2. ГОСТ Р 54869-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом. - Стандартиформ, 2011.
3. ГОСТ Р ИСО 21500-2014 Руководство по проектному менеджменту. - Стандартиформ, 2015.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАРАДИГМ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭПОХУ ТУРБУЛЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ

А.М. Слинков,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

Темп экономического развития, присущий современности, можно охарактеризовать как центростремительный. При этом центр – отражает локацию экономических

интересов, а стремительность – физическую характеристику процесса, измеряемую временем.

Вопросам локации экономических интересов посвящено большое количество трудов ученых и практиков этого и прошлого веков. Автору импонирует подход, взятый за основу Организацией Объединенных Наций, согласно которому «устойчивое развитие — развитие, которое способствует процветанию и расширению экономических возможностей, повышению уровня благосостояния и защите окружающей среды — предлагает наиболее оптимальный путь улучшения жизни людей во всем мире» [1].

Устойчивое развитие в контексте данного подхода предполагает такое экономическое поведение, благодаря которому следующие поколения не будут испытывать дефицита природных ресурсов как следствия расточительности текущего поколения. Этот подход призывает к разумности, к экономии. Именно экономия в настоящее время выступает как приоритетное направление (локационный центр) развития экономики.

Реализация такой парадигмы на практике выражается в создании безотходных технологий, оптимизации потребления энергии и т.д.

Не меньшее значение, чем направление изменений, имеет и скорость их протекания. Динамизм современности, обусловленный информационными технологиями, запускает механизм «ускоренного устаревания» технологий и компетенций. То, что еще вчера было передовым, сегодня – забытое прошлое. Еще вчера знание было ограничено в пространстве, сегодня – оно в сети. Мир изменяется стремительно. Новые товары потребления и услуги, новые направления и формы бизнеса, и, при этом - старые, традиционные подходы к управлению предприятиями, формированию условий труда, вознаграждению за труд. Диссонанс парадигм.

До сих пор управленческий аппарат организаций использует метод «кнута и пряника», пытаясь с помощью устоявшихся подходов решить новые задачи. Это иррационально. Нельзя, пользуясь устаревшей технологией творить новь. Нельзя, с помощью гужевой повозки пересекать материки. Нельзя, с помощью управления, основанного на применении армейских приемов и команд, достичь сегодня и в будущем устойчивого развития. Именно устойчивого, а не варварского, ориентированного на потребление природных богатств, как происходит сейчас повсеместно в большинстве стран мира. Скорость изменений очень высока и смена управленческой парадигмы должна произойти в соответствующем темпе.

Чему будет способствовать смена парадигм в менеджменте, какие эффекты может принести? Это сложный вопрос. С одной стороны, человек - участник социально-трудового процесса, с другой –производительный ресурс организации. С одной стороны, человек – биологический организм с присущими ему органическими потребностями, с другой – это социальное существо с развитыми духовными устремлениями. И выбор приходится делать в ситуации неопределенности.

Как свидетельствуют факты, прошлые десятилетия не были такими центристскими в экономике. Планы исполнялись. Бизнес-планы предпринимателей воплощались в жизнь. Все изменилось. Сейчас на уровне государства не исполняется бюджет. За последние восемь лет россияне стали участниками двух сильнейших экономических кризисов.

Конечно, кризис, как явление имеет не только отрицательную окраску, вот только положительные моменты положительны не для всех элементов системы.

К примеру, в этом (и прошлом) году Россию накрыла «волна сокращений» и оптимизаций персонала.

С одной стороны, это позволяет организациям оптимизировать собственную деятельность, что положительно сказывается на экономическом результате их деятельности.

С другой, на рынке труда появляются новые соискатели и вероятность их трудоустройства мала. По крайней мере, если абстрагироваться от фактического трудоустрой-

ства, то можно уверенно утверждать, что время экспозиции на рынке труда вакансий существенно увеличивается. Это отрицательно сказывается на уровне доходов населения и, как следствие, не создает условий для выхода экономики на новый виток развития за счет использования эффектов расширенного воспроизводства.

В целях подтверждения умозаключений автора, приведем некоторые данные, представленные Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) на тему «индексы социального самочувствия россиян в августе» [2]. «Индекс удовлетворенности жизнью в августе «просел» до минимальной отметки ... Показатель, фиксирующий самооценки материального положения, также сдает позиции... Уровень социального оптимизма снижается четвертый месяц подряд... Отрицательную динамику демонстрирует и индекс оценок экономического положения страны... Оценки политической обстановки в стране также ухудшились... Индекс общего вектора развития страны с июля по август снизился ...».

Данные, полученные Всероссийским центром изучения общественного мнения, отражают ситуацию глубокого социально-экономического кризиса. Особо настораживает снижение индекса удовлетворенности жизнью.

По сути, такая динамика отражает ситуацию, в которой все больше россиян с течением времени становятся не удовлетворенными жизнью.

Неудовлетворённость жизнью – системный фактор. Это и неудовлетворенность условиям труда, и неудовлетворённость системой правосудия, и неудовлетворенность образовательной системой. Некоторые факторы могут, напротив, повышать удовлетворённость. Вместе с тем это говорит еще о большем сравнительном снижении иных.

Комментируя результаты исследования, Степан Львов, руководитель Управления социально-политических исследований ВЦИОМ отметил: «По показателю удовлетворенности жизнью мы возвращаемся к ситуации 2013 года. Волна оптимизма, вызванная политическими событиями прошлого года, постепенно спадает. Следует обратить внимание на определение «постепенно» - в 2014 году мы стояли перед развилкой – либо резкий и болезненный обвал, либо плавное возвращение к плановым значениям. Реализовался второй сценарий. Очевидно, что на самочувствие сегодня влияют, прежде всего, экономическое положение страны и материальное положение граждан – они серьезно «просели». В этой сфере мы вернулись к состоянию 2012 года. Но более всего настораживает снижение индекса социального оптимизма – здесь уже чувствуется холодное дыхание кризиса – оценки сильно напоминают ситуацию 2009-2010 годов. Поводом для оптимизма можно считать политическую сферу - по мнению большинства общества и государство продолжают двигаться в том направлении, в котором они должны это делать» [3].

Исходные экономические данные описаны. Проблематика прояснена. Требуется идеологическая платформа активизации человека в труде на конкретном предприятии для развития национальной экономики или, по крайней мере, не допущения продолжения имеющейся тенденции к спаду.

Что может побудить человека к труду в отсутствии экономических стимулов, что может заинтересовать и пробудить деловую активность? Исследований и на эту тематику достаточно. Так, и автором этой статьи проводилось исследование мотивации к труду работников банков [4]. Давались рекомендации. Некоторые стали более актуальны, иные потеряли свою актуальность, большинство – так и не были воплощены в жизнь. Действительно, связь науки и бизнеса в некоторых вопросах отсутствует.

Одним из действенных направлений активизации трудового потенциала работника является мотивация его трудом, самой работой. Работа, действительно, самоценна. Она позволяет удовлетворить массу потребностей.

Так, достигая результата, удовлетворяется потребность в реализации потенциала и самоактуализации, потребность в признании и принадлежности.

Участие в трудовом процессе позволяет индивиду быть в группе. Позволяет ощущать собственную ценность (значимость, необходимость).

Это важные мотивы, они могут быть использованы в процессе управления посредством формирования соответствующей им системы стимулов. Но все это может быть, только если человек на рабочем месте удовлетворен трудом, если он ощущает его важность, законченность, если комфорт рабочего места является достаточным, если условия труда не входят в диссонанс с требованиями психофизиологической системы человека.

Литература

1. Официальный сайт Организации Объединенных Наций (ООН) <http://www.un.org/ru/index.html>
2. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <http://wciom.ru/>
3. Официальный сайт Международной информационной группы «Интерфакс» <http://www.interfax.ru>
4. Слинков А.М. Развитие трудовой мотивации работников банков // Известия Байкальского государственного университета. 2009. № 3. С. 104-107.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЧЕРЕЗ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНУЮ ИНТЕГРАЦИЮ МОЛОДЕЖИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕДИНЕНИЙ

Т.П. Стрельцова,

*канд. техн. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
НИУ «БелГУ»*

Современный мир вступил в новую реальность, стал не просто миром VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity), а быстроменяющимся миром VUCA. Это время кайроса, время для креативных решений и креативного лидерства.

Согласно «Атласа новых профессий» до 2030 года исчезнут 57 профессий, но появятся 186 новых профессий [2].

Автоматизация, новые медиа-пространства, изменения форматов образования и коммуникаций, рост сложности систем управления, технологий и сильные социальные сдвиги вызвали трансформацию компетенций специалистов. Запрос времени состоит в том, что в связи с ростом инновационного многообразия социальных процессов, ускорением темпов их развития, от специалистов требуют не только общенаучную и профессиональную подготовку, но и наличие надпрофессиональных компетенций.

Возникнет потребность в специалистах с взаимосвязанными компетенциями, позволяющими проектировать и адаптировать новые продукты, проводить маркетинг и организовывать процессы ее производства и т.д.

Для эффективного управления нужны менеджеры с активной жизненной позицией, созидательной активностью, быстро адаптирующиеся в происходящих изменениях и не стоящие в стороне от происходящих процессов, готовые к саморазвитию и самообразованию, а также способные видеть новый образ будущего, находить и предлагать решения, принимать вызов современности, выступать в роли аттрактора новой реальности.

Проблема трудоустройства выпускников носит острый социальный характер. По статистике не более 40 % выпускников профессиональных образовательных организаций реализуют свои профессиональные возможности по полученной специальности.

Молодые специалисты, выходящие на рынок труда после окончания учебных заведений, неизбежно сталкиваются с различными сложностями, так как от них требуют не только общенаучную и профессиональную подготовку, но и наличие надпрофессиональных компетенций:

- ориентироваться в смежных отраслях знания,
- применять нетрадиционные подходы к решению различных проблем,
- владеть современными средствами коммуникации,
- владеть методами экономического анализа и организации маркетинговой деятельности,
- находить конкурентоспособные решения проблем,
- продвигать результаты своей профессиональной деятельности на соответствующих рынках.

«Атлас новых профессий» демонстрирует компетенции, которые имеют уже надпрофессиональные или междисциплинарные свойства, среди них:

- системное мышление,
- программирование/искусственный интеллект,
- межотраслевая коммуникация,
- мультиязычность, мультикультурность,
- клиентоориентированность,
- работа с людьми,
- управление проектами,
- экологическое мышление,
- навыки художественного творчества,
- бережливое производство и др. [2].

О ключевых надпрофессиональных компетенциях специалистов будущего говорилось на ежегодной встрече Всемирного экономического форума в Давосе. Согласно прогнозам экспертов и аналитиков к 2020 году изменится перечень навыков, требуемых как в новых, так и старых профессиях. Эксперты выделили востребованные специальные компетенции будущего: комплексное решение проблем, критическое мышление, креативность, управление людьми, координация действий с другими, эмоциональный интеллект, формирование собственных суждений и принятие на их основе решений, сервис-ориентация, взаимодействие на основе переговоров, когнитивная гибкость [3].

Ведущие руководители бизнеса, политические лидеры и аналитики Всемирного Экономического Форума «Давос – 2016» утверждают, что именно эти навыки, а не просто профессиональные шаблоны, будут играть особую роль в вопросе влияния на все сферы экономики.

В рамках развития проекта «Образование 2030», его участниками были сформулированы и описаны базовые компетенции XIX века, которые представлены в итоговом документе «Глобальное образование-2035» [2]. В числе таковых компетенций отмечаются следующие: управление концентрацией и вниманием, системное проблемно-ориентированное мышление, способность работать в междисциплинарной сфере, способность учиться и переучиваться всю жизнь.

Из вышесказанного видно, что новые реалии требуют от выпускников более ярких личностных качеств и специальных компетенций. Получение надпрофессиональных компетенций возможно благодаря участию в деятельности молодежных общественных объединений и организаций, в том числе входящих в социокультурную среду образовательных организаций.

Молодежные общественные объединения и организации дают возможность для профессионального роста, играют значительную роль в формировании трудовой активности молодого поколения. Вовлечение молодых людей в молодежные общественные объединения и организации, позволяет не только развивать созидательную активность

молодых людей и формировать у них активную гражданскую позицию, но и помогает будущим выпускникам получить дополнительный «багаж» знаний и умений.

Выдающийся отечественный философ, писатель, публицист А.А. Зиновьев в одном из своих выступлений сказал, что именно молодежные организации, молодежные движения являются или могут стать основой для возрождения России как самостоятельного великого государства.

Впервые вопросом изучения молодежи как отдельной социальной группой занялись с 1920-х г.г. XX века. Советские ученые в период 1920-1930 г.г. провели массовые социологические исследования, издали более 300 научных трудов. В период Второй мировой войны и до 1955 г. проблемы молодежи как отдельной демографической группы не рассматривались. Только после 1960-х г.г. в Советском союзе сложилась специальная отрасль социологических знаний «социология молодежи», в рамках которой изучалось роль и место молодежи в современном мире, анализировались интересы и потребности, ценностные ориентации и социальные ожидания различных категорий молодого поколения в сферах труда, учебы и досуга.

В настоящее время общие принципы, содержание и меры государственной поддержки молодежных и детских общественных объединений Российской Федерации определяет Федеральный закон от 28.06.1995 № 98-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» [1].

На данный момент поддержка молодежных общественных объединений – одно из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Общественные объединения являются механизмом взаимного общения между государством, обществом и подрастающим поколением, работа в них способствует формированию активной гражданской позиции молодежи.

Работа в подобных структурах помогает молодежи в дальнейшем самоопределиваться, начиная с выбора профессии и заканчивая выбором личных стратегических перспективных целей. Эффективная молодежная организация дает участникам возможность самостоятельно принимать решения, ставить цели и задачи, обсуждать и выбирать формы работы, контролировать процессы – и через это способствует их саморазвитию [4].

С одной стороны молодежные общественные объединения и организации – это уникальный общественный институт, в котором могут и должны появляться новые лидеры, способные вести молодежь в будущее, конструктивно решая проблемы данной социальной группы. С другой стороны – это своеобразный «кадровый лифт» для наиболее талантливой и активной молодежи, позволяющий пройти управленческую школу.

Участвуя в мероприятиях различного уровня, студенты приобретают опыт организаторской и воспитательной работы, усваивают ролевые формы поведения, навыки публичных выступлений, раскрывают свои лидерские качества, учатся работать в команде и брать на себя ответственность, а также могут получить поддержку для развития собственных идей, общественно полезных инициатив, проектов, найти единомышленников и сформировать свою команду. Тем самым активное участие молодых людей в деятельности общественных структур, в дальнейшем способствует их более эффективному трудоустройству.

Молодые специалисты в организации должны выступать движущей силой и опорой в достижении намеченных целей и рассматриваться как стратегический ресурс компании.

Поэтому актуальным остается вопрос разработки механизма взаимодействия и сотрудничества между вузовскими центрами карьеры, студенческими организациями, работающими в сфере профориентации и трудоустройства студентов с молодежными организациями и объединениями.

Например, через участие в образовательных программах и мероприятиях центров развития предпринимательства, созданных в регионах РФ в рамках федеральной программы Федерального агентства по делам молодёжи «Ты-предприниматель», возможно развитие не только бизнес-компетенций молодежи, но и вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность с дальнейшим открытием субъектов малого и среднего предпринимательства.

В сегодняшних реалиях для того чтобы реализовать себя в послевузовской жизни, нынешним студентам уже на первых курсах необходимо строить свою карьеру, учиться самопрезентовать себя и добавлять в свой арсенал помимо профессиональных навыков и умений еще и надпрофессиональные компетенции. В дальнейшем это позволит молодому специалисту интегрироваться в кадровую и социальную структуру организации в короткие сроки, а компании привлечь и закрепить в кадровом составе профессионально подготовленных молодых специалистов.

Однако, как показывают социологические исследования последних лет, менее 30% молодого населения Белгородской области являются членами молодежных организаций и объединений. Практическое участие в деятельности молодежных структур принимает в среднем чуть более 16 % молодежи области. Это, конечно же, совершенно недостаточно для того, чтобы говорить о том, что процесс социализации молодежи уже успешно осуществляется.

Закрепление молодых работников в кадровом составе сегодня можно рассматривать как одну из стратегических задач управления персоналом. Исследование и выявление основных закономерностей и тенденций влияния деятельности молодежных общественных организаций и объединений на развитие человеческого капитала, в частности на формирование и развитие надпрофессиональных компетенций молодежи, а также на повышение конкурентоспособности предприятий в современных условиях, позволит определить направления оптимизации и перспективы совершенствования интеграционных и адаптационных процессов для молодых специалистов, обусловленные возросшим интересом к созидательным способностям человека, их активизации, интеллектуальной деятельности.

Литература

1. Федеральный закон от 28.06.1995 № 98-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» / [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7041/.
2. Атлас новых профессий [Электронный ресурс] / Агентство стратегических инициатив // Режим доступа: <http://asi.ru/reports/16344/>.
3. Всемирный экономический форум «Давос-2016» [Электронный ресурс]/ офиц. сайт //Режим доступа: <http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/shareable-infographics/>.
4. Стрельцова, Т.П. Технологии взаимодействия выпускников вузов с молодежными общественными организациями в сфере трудоустройства через призму мультидисциплинарных компетенций / Т.П. Стрельцова // В сборнике: «Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук» материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т.. 2017. С. 853-855.

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПРИНЦИПЫ ПОДГОТОВКИ, СТРУКТУРА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ, СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА

Б.А. Тхориков,

*кандидат социологических наук, доцент
заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

В индикативном подходе к управлению программой развития можно назвать инструментом, обеспечивающий поддержание баланса ожиданий и интересов стейкхолдеров организаций, представленных в виде целей и параметров ее деятельности, которые достигаются за счет операционных процессов предоставления услуг, выраженных значениями индикаторов, проверяемых мониторингом и корректируемых методами-регуляторами (например, проектное управление, реинжиниринг бизнес-процессов, контроллинг, управление имиджем) [1,2].

Подготовка программы развития деятельности организаций осуществляется исходя из следующих принципов:

1) взаимосвязь целей программы развития, выделяемых на ее реализацию ресурсов и долгосрочных целей социально-экономического развития соответствующей сферы общественного сектора экономики;

2) выбор измеримых результатов реализации программы (конечных и промежуточных);

3) согласованность программных мероприятий с финансовыми (налоговые, кредитные, валютные, таможенные и пр.) и правовыми инструментами менеджмента;

4) непрерывность мониторинга результативности и эффективности реализации программы;

5) определенность субъектов реализации программы – заказчика, руководителя, разработчика ответственного исполнителя, стейкхолдеров – и зон их ответственности.

Структура программы предполагает модульный принцип, означающий не последовательное выполнение этапов работ и иерархическую архитектуру разделов, а непрерывный процесс поддержания соответствия плановых и фактических параметров организации [3].

Аналитический модуль предназначен для определения круга проблем, подлежащих решению в ходе реализации программы развития, анализа текущего состояния объекта управления и предшествующих периодов развития организации. В рамках характеристики текущего состояния и прогноза развития ОСС предусматривается проведение анализа ее действительного состояния, включая выявление основных проблем, прогноз развития соответствующей отрасли социальной сферы, а также анализ социальных, финансово-экономических и прочих рисков реализации программы, в том числе полученных с помощью SWOT-анализа.

Организационный модуль включает формулирование цели, выбор методов-регуляторов, программных мероприятий, обоснование приоритетности их реализации и требуемых ресурсов.

Контрольный модуль – определение процедур разработки, обсуждения и корректировки программы развития, а также мониторинга выполнения планов и индикаторов.

Для оценки эффективности программы целесообразно использовать показатели, представленные в таблице 1.

Оценка эффективности программы развития

Категория показателей	Примерные формулы для расчета
1) Степень достижения планового значения показателя (индикатора)	<p>– для показателей (индикаторов), желаемой тенденцией развития которых является увеличение значений: $СД_{п/ппз} = ЗП_{п/пф} / ЗП_{п/пп}$</p> <p>– для показателей (индикаторов), желаемой тенденцией развития которых является снижение значений: $СД_{п/ппз} = ЗП_{п/пп} / ЗП_{п/пф}$, где</p> <p>$СД_{п/ппз}$ – степень достижения планового значения показателя (индикатора, характеризующего цели и задачи); $ЗП_{п/пф}$ – значение показателя (индикатора), характеризующего цели, фактически достигнутое на конец отчетного периода; $ЗП_{п/пп}$ – плановое значение показателя (индикатора), характеризующего цели программы</p>
2) Степень реализации мероприятий (оценивается как доля мероприятий, выполненных в полном объеме)	$СР_{м} = М_{ф} / М_{п}$, где $СР_{м}$ – степень реализации мероприятий; $М_{ф}$ – количество мероприятий, выполненных в полном объеме, из числа мероприятий, запланированных к реализации в отчетном году; $М_{п}$ – общее количество мероприятий, запланированных к реализации в отчетном году <p>Программное мероприятие может считаться выполненным в полном объеме при достижении следующих результатов: если фактически достигнутое значение показателя (индикатора) составляет не менее 95 % от запланированного. В том случае, когда для описания результатов реализации мероприятия используется несколько показателей (индикаторов), для оценки степени реализации мероприятия используется среднее арифметическое значение отношений фактических значений показателей к запланированным значениям, выраженное в процентах.</p> <p>По иным мероприятиям результаты реализации могут оцениваться как наступление или не наступление контрольного события (событий).</p>
3) Степень соответствия запланированному уровню затрат (оценивается как отношение фактически произведенных в отчетном периоде расходов на реализацию программы к их плановым значениям)	$СС_{уз} = З_{ф} / З_{п}$, где $СС_{уз}$ – степень соответствия запланированному уровню расходов; $З_{ф}$ – фактические расходы на реализацию программы в отчетном периоде; $З_{п}$ – плановые расходы на реализацию программы в отчетном периоде

Источник: составлено автором

В связи с тем, что в современных условиях даже государственные организации наделены высокой степенью свободы действий по достижению установленных целевых индикаторов, общая ответственность за эффективность исполнения программы развития возлагается на ее руководителя и персонал, при этом и неблагоприятные последствия за невыполнение программы отражаются на всей организации. Однако далеко не всегда результаты выполнения программы развития зависят от качества управленческих решений самой организации по причинам, связанным с действием «провалов» рынка в общественном секторе экономики.

В этой связи организация должна иметь в своем распоряжении арсенал средств, нехарактерных для традиционного линейно-функционального менеджмента, ограничивающий негативное влияние «провалов» рынка и институциональных рисков, например, использовать методы сетевого анализа, которые являются совместимыми с методологией мониторинга в системе индикативного управления [4]. Такой подход возможен при установлении между элементами программы развития матричной взаимосвязи (таблица 2).

Таблица 2

Матрица сетевого анализа элементов программы развития

Модули программы / виды работ	Аналитический	Организационный	Контрольный
Ориентация на ведущее звено	Интересы стейкхолдеров	Риски программы	Плановые ресурсы на реализацию программных мероприятий
Совершаемые действия – реакция на ведущее звено	Цель по TASKED	Методы-регуляторы	Мониторинг, корректировка
Результат - состояние ведущего звена модуля	Параметры деятельности организации	Программные мероприятия (степень выполнения)	Индикаторы оценки параметров деятельности, эффективность

Источник: составлено автором

Сетевой анализ обеспечивает непрерывное наблюдение за ходом выполнения сложных программ развития и управление ими по принципу ведущего звена. Матрица в графическом виде представляет последовательное и параллельное выполнение модулей программы и ее элементов, показывающее логическую, временную, технологическую последовательность и взаимосвязь анализируемых элементов. Например, можно определить возможные сценарии развития, в том числе на основании опыта прошлых лет, критический путь выполняемых работ, требуемые для этого ресурсы, возможное влияние на них институциональных рисков, связь с параметрами деятельности организации, стейкхолдерами и прочее. При этом центральным звеном может выступить любой элемент из таблицы 2. Для удобства использования предложенного сетевого анализа используются различные автоматизированные решения, что повышает наглядность, скорость решений и упрощает управление программой. Такой подход уже начинает применяться при анализе государственных программ, однако для программ микроуровня (организаций) еще не используется.

Предложенные методологические элементы программы развития нуждаются в дополнительной апробации и возможном уточнении, однако, уже сейчас область для их практического приложения отчетливо прослеживается, так как эффективность реализации государственных программ на основе принятого подхода нельзя назвать высокой (таблица 3).

Реализация государственных программ в 2015-2016 годах

№ п/п	Направление / число государственных программ	Выполнение целевых показателей, 2015 г.	Выполнение целевых показателей, 2016 г.
1	2	3	4
1	«Новое качество жизни» / 12	<p>Всего 700 целевых показателей (индикаторов), из них 421 показатель – достигнуто плановое значение (60,1% от общего количества); 147 показателей – не достигнуто плановое значение (21,0%); 132 показателя (18,9%) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей превысили плановые.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 42%</p>	<p>Всего 720 целевых показателей (индикаторов), из них 407 показателей – достигнуто плановое значение (56,5 % от общего количества); 50 показателей – не достигнуто плановое значение (20,8 %); 163 показателя (22,6 %) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей не соответствовало плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 58%</p>
2	«Инновационное развитие и модернизация экономики» / 2015 – 13; 2016 – 17	<p>Всего 937 целевых показателей (индикаторов), из них 434 показателя – достигнуто плановое значение (46,3%); 328 показателей – не достигнуто плановое значение (35,0%); 175 показателя (18,7%) – сведения об уровне выполнения не представлены. Фактические значения большого числа показателей не соответствовало плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 70%</p>	<p>Всего 1122 целевых показателя (индикатора), из них 600 показателя – достигнуто плановое значение (53,5%); 420 показателей – не достигнуто плановое значение (37,4%); 102 показателя (9,1%) – сведения об уровне выполнения не представлены. Фактические значения большого числа показателей не соответствовало плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 59%</p>

1	2	3	4
3	«Сбалансированное региональное развитие» / 4	<p>Всего 161 целевой показатель (индикаторов), из них 70 показателей – достигнуто плановое значение (43,5%); 56 показателей – не достигнуто плановое значение (34,8%); 35 показателей (21,7%) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей не соответствовало плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 75%</p>	<p>Всего 287 целевых показателей (индикаторов), из них 148 показателей – достигнуто плановое значение (51,6%); 103 показателя – не достигнуто плановое значение (35,9%); 36 показателей (12,5%) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей не соответствовало плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 25%</p>
4	«Эффективное государство» / 2015 – 3; 2016 – 4	<p>Всего 110 целевых показателей (индикаторов), из них 84 показателя – достигнуто плановое значение (76,4%); 25 показателей – не достигнуто плановое значение (22,7%); 1 показатель (0,9%) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей соответствовали плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 0%</p>	<p>Всего 164 целевых показателя (индикатора), из них 120 показателей – достигнуто плановое значение (73,2%); 38 показателей – не достигнуто плановое значение (23,2%); 6 показателей (3,7%) – сведения об уровне выполнения не представлены.</p> <p>Фактические значения большого числа показателей соответствовали плановым.</p> <p>Доля государственных программ в общем количестве, получивших низкую оценку достижения плановых значений показателей, составила 0%</p>

Источник: составлено автором на основе данных портала programs.gov.ru/

Литература

1. Герасименко О.А., Авилова Ж.Н. Реализация государственно-частного партнерства в создании сети региональных ресурсных центров Белгородской области // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – № 8. – С. 245-257
2. Семибратский М.В. Бюджетная стратегия региона в новых экономических условиях России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика – 2014. – № 1-1. – С. 41-45.
3. Тхориков Б.А. Методологические основы подготовки программы развития в системе индикативного управления организациями социальной сферы // Развитие методологии современной экономической науки и менеджмента: Материалы I Междисциплинарной Всероссийской научно-практической конференции, г. Севастополь, 4-5 мая 2017 г. [Электронный ресурс] – Севастополь: СевГУ, 2017 г. – С. 678-684.
4. Тхориков Б.А., Ломовцева О.А. Методические аспекты реализации мониторинга в системе индикативного управления организациями социальной сферы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. – 2017. – № 2. – С. 76-87.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

О.А. Удалых,
*кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики,
ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»*

В современных экономических условиях важным направлением формирования предпосылок устойчивого развития предприятий агропромышленного комплекса региона является активизация инвестиционных процессов и стимулирование инвестиционных вложений предприятий из различных источников финансирования. В этой связи повышение инвестиционной привлекательности представляет собой неотъемлемый компонент системы стратегического развития отрасли, что обуславливает необходимость разработки региональной и отраслевой инвестиционной политики, в том числе формирования направлений повышения инвестиционной активности с целью притока инвестиций в развитие агропромышленного комплекса.

Целью исследования является формирование системы факторов инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса региона.

Инвестиционная привлекательность представляет собой емкую экономическую категорию, применимую для экономических систем различных уровней. В научных исследованиях отечественных и зарубежных ученых данная категория рассматривается на уровне предприятия, отрасли, региона, государства. В целом инвестиционная привлекательность – это совокупность условий осуществления инвестиционной деятельности в рамках экономической системы и, исходя из принципа открытости системы, условий внешнего воздействия на формирование инвестиционных потоков.

Рейтинги привлекательности стран для инвестирования формируются международными агентствами, например, Глобальный инновационный индекс (The Global Innovation Index, GII) [1], который рассчитывается по 127 странам мира и отражает привлекательность для инновационного инвестирования в разрезе формирования инновационных затрат и инновационных результатов инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования с использованием 81 показателя оценки. Большой интерес в данной связи представляет собой Индекс экономической свободы в мире (Economic freedom in the

World, EFW) [2], который отражает стабильность, открытость, свободу доступа на рынки 178 стран мира формированием рейтинга, основанного на изучении 42 показателей.

При этом инвестиционный климат государства – это категория, в большей степени интересующая внешнего инвестора при выборе максимально эффективной сферы вложения капитала в международном аспекте. При выборе направлений и сфер инвестиционных вложений в пределах территориальных границ государства большую значимость приобретает анализ и оценка инвестиционной привлекательности в региональном и отраслевом аспекте. В научной литературе раскрыты вопросы формирования инвестиционной привлекательности регионов с их ранжированием по уровню перспективности инвестиционных вложений [3]. Национальное рейтинговое агентство (НРА) ежегодно проводит оценку инвестиционной привлекательности регионов, выделяя регионы достаточно высокой, средней и умеренной инвестиционной привлекательности на основании оценки таких укрупненных показателей как обеспеченность региона природными ресурсами и качество окружающей среды в регионе; трудовые ресурсы региона; региональная инфраструктура; внутренний рынок региона (потенциал регионального спроса); производственный потенциал региональной экономики; институциональная среда и социально-политическая стабильность; финансовая устойчивость регионального бюджета и предприятий региона [4].

При этом если региональные показатели можно сравнивать, формируя рейтинги регионов по уровню инвестиционной привлекательности, то отраслевые характеристики требуют системного изучения в разрезе каждой отрасли экономики с учетом специфики отраслевого развития.

Инвестиционную привлекательность отрасли можно рассматривать как оценку эффективности использования собственного и заемного капитала, анализ платежеспособности и ликвидности предприятий отрасли [5]. Некоторые авторы рассматривают инвестиционную привлекательность отрасли как совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции [6].

Согласно методике И.Бланка, факторами инвестиционной привлекательности в отраслевом разрезе выступают следующие: роль отрасли в экономике страны; перспективность и эффективность развития отрасли; уровень государственной поддержки отрасли; определение специфики рынка [3].

Тарелкин А.А. в своих исследованиях инвестиционной привлекательности отраслей экономики России использует понятие «потенциал возврата инвестиционных средств» как синоним инвестиционной привлекательности [7, с. 34]. При этом автор предлагает для оценки инвестиционной привлекательности отраслей использовать метод SWOT-анализа [7], в качестве сильных сторон отраслевого развития указывая: высокий потенциал в научно-производственной сфере; научно-инженерный авторитет; выгодное географическое расположение; относительно низкая стоимость трудовых ресурсов; отлаженная система подготовки профессиональных специалистов; высокий потенциал развития потребительского комплекса; эффективная система работы с инвесторами; крупные реализованные инвестиционные проекты; существующая база данных инвестиционных проектов; культурно-историческое и природное наследие и прочие факторы.

В исследованиях Л.В. Минько [9] инвестиционная привлекательность отраслей промышленности оценивается путем анализа факторов динамики развития отраслей, эффективности отраслей, финансового состояния, деловой активности и технико-экономического состояния. Состояния институциональной среды [8, с. 1179-1180].

С точки зрения Г.О. Пухтаевич, инвестиционная привлекательность отрасли формируется как совокупность факторов прибыльности отрасли, перспективности развития отрасли, а также факторов инвестиционного риска [9]. В целом, предложенная система отражает совокупность факторов методики И.Бланка, но дополнена необходимостью учета отрицательного воздействия факторов инвестиционного риска.

Кроме того, методика И. Бланка получила развитие в научных трудах других ученых, которые дополнили ее следующими факторами: производственный потенциал отрасли, финансовый результат деятельности предприятий отрасли, инвестиционную активность предприятий отрасли, трудовой потенциал предприятий отрасли и другими.

Таким образом, в существующих методиках оценки инвестиционной привлекательности в качестве укрупненных групп показателей выступают: экономический потенциал отрасли (в разрезе видовых форм потенциала), инвестиционная активность в отрасли, инвестиционные риски, присутствие отрасли.

Представленные методики ориентированы на формирование рейтингов инвестиционной привлекательности отраслей с выделением позиций отдельных отраслей в общей структуре экономической системы.

На наш взгляд, инвестиционная привлекательность как экономическая категория – это не оценка, а результат эффективности инвестиционных процессов в отрасли. С этой точки зрения, инвестиционная привлекательность приобретает характеристики инвестиционного потенциала с позиций ретроспективного анализа. В этой связи важная задача – не только оценка текущего состояния инвестиционного потенциала, но и формирование прогнозных тенденций развития отрасли на основе полученных данных. Таким образом, инвестиционная привлекательность отрасли представляет собой совокупность финансовых и нефинансовых характеристик целесообразности инвестирования предприятий отрасли, а также перспективность инвестирования отрасли на основе прогнозных оценок тенденций ее развития. Кроме того в анализе и оценке инвестиционной привлекательности отрасли существенное значение имеет анализ специфических факторов отраслевого развития с выделением групп факторов позитивного и негативного влияния на формирование позитивного отношения инвестора.

Инвестиционная привлекательность комплекса отраслей – это сложное многогранное понятие, отражающее целесообразность инвестирования как в отдельные объекты комплекса, так и в комплексные инвестиционные проекты развития.

Дать полное представление об уровне инвестиционной привлекательности комплекса отраслей может анализ с использованием многофакторной системы оценки, основанной на анализе количественных и качественных показателей различных групп.

На наш взгляд, в современных экономических условиях целесообразным является анализ и оценка инвестиционной привлекательности не только отдельных отраслей экономики, но и межотраслевых комплексов, что обусловлено необходимостью формирования привлекательных условий инвестирования на уровне межотраслевых структур.

Агропромышленный комплекс региона представляет собой межотраслевой комплекс, объединяющий несколько отраслей экономики, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получения из него продукции, доводимой до конечного потребителя. В организационно-хозяйственной структуре агропромышленного комплекса традиционно выделяют несколько звеньев:

1. Отрасли, обслуживающие сельское хозяйство (сельскохозяйственное машиностроение, производство минеральных удобрений, комбикормовая и микробиологическая промышленность, мелиоративные работы).
2. Сельское хозяйство (растениеводство и животноводство).
3. Отрасли, перерабатывающие продукцию сельского хозяйства (пищевая промышленность, легкая промышленность, отрасли, обеспечивающие логистическое обслуживание, научное обслуживание и подготовка кадров).

Агропромышленный комплекс является системообразующей сферой развития экономики, формирующей экономическую и продовольственную безопасность региона и государства. Этим обусловлена необходимость привлечения масштабных инвестиций в развитие предприятий комплекса и формирование условий гарантий возврата инвестиционных вложений. Инвестиционную привлекательность агропромышленного комплекса ввиду наличия специфических особенностей отраслевого развития необходимо рассмат-

ривать в связи с региональным аспектом, то есть в регионально-отраслевом аспекте. Сложность структуры комплекса обуславливает необходимость формирования комплексной системы факторов влияния на формирование инвестиционной привлекательности.

На наш взгляд, факторы инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса региона можно систематизировать следующим образом:

1. Факторы экономического развития АПК:

1.1. Социально-экономические факторы:

- динамика и структура производства сельскохозяйственной продукции,
- динамика рыночных цен на продукцию,
- доходность отраслей комплекса,
- формирование затрат производства в динамике,
- инновационные возможности предприятий комплекса,
- производительность труда и возможности ее роста.

1.2. Производственно-экономические факторы:

- площадь сельскохозяйственных угодий,
- посевные площади сельскохозяйственных структур,
- уровень технической оснащенности,
- доля отечественной продукции в структуре производственных ресурсов АПК,
- возможности формирования резервов, связанные с сезонностью производства,
- объем и темпы прироста инвестиционных вложений в основной капитал предприятий комплекса.

2. Природно-климатические региональные факторы:

- особенности географического расположения региона,
- климатические и погодные особенности региона,
- обеспеченность региона земельными ресурсами.

3. Инфраструктурные и рыночные факторы:

3.1. Уровень развития инфраструктуры:

- развитие инфраструктуры рынка сельскохозяйственной продукции,
- доступность товаров, работ, услуг для субъектов АПК в регионе.

3.2. Рыночные факторы:

- количество субъектов АПК в регионе,
- уровень конкуренции на рынке,
- емкость рынка и степень насыщенности рынка,
- динамика спроса на сельскохозяйственную продукцию,
- наличие равных условий конкуренции всех участников рынка,
- динамика и структура товарооборота сельскохозяйственной продукции.
- возможности внешней торговли.

4. Демографические факторы:

- плотность населения и его структура,
- темпы прироста населения,
- потребительские вкусы и предпочтения,
- обеспеченность кадровыми ресурсами предприятий комплекса.

5. Факторы государственной поддержки АПК:

- уровень правовой защищенности субъектов комплекса,

- особенности системы государственного регулирования АПК,
- наличие государственной финансовой поддержки субъектов АПК,
- наличие механизма поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей органами местного самоуправления.

Представленная система факторов оценки инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса делает необходимым усиление регионального аспекта при оценке отраслевых характерных особенностей развития. В связи с пролонгированностью инвестиционных процессов во времени, анализ представленных факторов необходимо проводить в динамике с целью выявления тенденций развития комплекса и формирования прогнозных оценок привлекательности инвестирования.

Таким образом, анализ инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса региона представляет собой важный этап оценивания условий инвестирования предприятий комплекса, создания инвестиционного и инновационного потенциала комплекса, а также формирования дальнейшей стратегии его развития. Перспективы дальнейших научных исследований в представленном направлении связаны с детализацией факторов инвестиционной привлекательности агропромышленного комплекса, выбором основным и дополнительных показателей, характеризующих факторы каждой группы, а также выбором методов анализа, в наибольшей степени позволяющих учесть влияние факторов на формирование условий инвестирования в предприятия и отрасли агропромышленного комплекса региона.

Литература

1. Глобальный инновационный индекс 2016 года [Электронный ресурс]. URL : <https://www.globalinnovationindex.org/> (дата обращения: 15.09.2017).
2. Economic Freedom Basics [Электронный ресурс]. URL : <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/> (дата обращения: 17.09.2017).
3. Бланк, И. А. Основы инвестиционного менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр. Эльга, 2001. – 511 с.
4. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России: тенденции по итогам 2016 года / Национальное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. URL : http://www.ranational.ru/ru/sites/default/files/analytic_article/ (дата обращения: 03.10.2017).
5. Крылов, С. И. Совершенствование методологии анализа в системе управления финансовым состоянием коммерческой организации : монография / С. И. Крылов ; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО "Уральский гос. технический ун-т – УПИ". – Екатеринбург: Уральский гос. технический ун-т – УПИ, 2007. – 357 с.
6. Валинурова, Л. С. Организация инвестиционной деятельности в отраслях промышленности: монография / Л. С. Валинурова, Э. А. Кулешов. – М. : Палеотип, 2008. – 80 с.
7. Тарелкин, А. А. Инвестиционная привлекательность отраслей российской экономики / А. А. Тарелкин // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. – 2016. – № 7. – С. 28-36.
8. Минько, Л. В. Оценка инвестиционной привлекательности отраслей промышленности региона / Л. В. Минько // Вестник ТГТУ. – 2004. – Т. 10. – № 4Б. Transactions TSTU. – С. 1176-1183.
9. Пухтаевич, Г. О. Аналіз національної економіки / Г. О. Пухтаевич. – К. : КНЕУ, 2003. – 148 с.
10. Седых, Ю. А. Основные направления и инструменты стратегического развития агропромышленного комплекса Ростовской области / Ю. А. Седых, К. Н. Мищенко // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 35 (362). – С. 24-31.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНИВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РАЗРАБОТОК

О.С. Чемерис,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»; начальник отдела мониторинга МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий»,

Задачи оценивания качества и полезности научно-технических разработок, а также эффектов от их реализации, являются актуальными, и вместе с тем, сложными и многоаспектными. Необходимость постоянного оценивания потенциала научно-технических разработок на каждом этапе жизненного цикла продиктована, в первую очередь, тем, что по мере перехода от фундаментальных исследований к опытно-конструкторским разработкам и в дальнейшем – к освоению производства новой продукции, происходит резкое увеличение затрат [1]. Следовательно, требуется разработка модельного инструментария, позволяющего работать с экспертными суждениями, включающими в себя элементы такой проверки, удовлетворяющей важнейшим требованиям. Современные экономисты [1,3-7] отмечают недостаточную разработанность методов анализа деятельности по генерации и трансформации новых знаний, что также обуславливает низкую активность при организации в вузах таких научных исследований, на результаты которых будет реальный спрос на рынке.

По мере перехода разработки от одной стадии к другой научно-техническая разработка развивается и становится научно обоснованной. Начальное финансирование, как правило, соответствует ранней стадии развития технологии, которая предполагает доказательство коммерческого потенциала предлагаемой идеи при её внедрении. В процедурах принятия решений о поддержке научно-технических разработок вузов необходимо учитывать их междисциплинарный характер и оценивать их по критериям, относящимся к явным и неявным знаниям [2]. Аккумуляция таких знаний возможна посредством анкетирования авторов-разработчиков по вопросам, ответы на которые позволят по сформированным критериям формализовать знания о научно-технических разработках для последующей обработки. Исследования доказали, что аппарат алгебры конечных предикатов позволяет единым образом формализовать как процедурные, так и декларативные знания о научном результате [3]. Процессное представление знаний дает возможность совместить процедурные и декларативные знания в одной модели. Поэтому данный математический аппарат обеспечивает возможность формализации процессных знаний в виде иерархии предикатов для последующего учета при проведении экспертиз коммерческого потенциала научно-технических разработок.

Предикатный подход к формализации каждой составляющей неявных знаний включает в себя следующие шаги:

- 1) формирование предикатного представления базового набора понятий текущего уровня неявных знаний (в прямом виде, либо в косвенном виде, через описание свойств);
- 2) формирование набора предикатов, отражающих связи между понятиями;
- 3) уточнение набора понятий, при необходимости формирования новых связей;
- 4) формирование набора предикатов, отражающих объекты и процессы в заданной области;
- 5) формирование шаблонов представления знаний на основе предикатного представления понятий и связей.

Следует отметить, что на каждой стадии ЖЦ разработки имеет место различное соотношение качественных и количественных критериев оценки. Ввиду этого, актуальной проблемой является совершенствование математического инструментария процедур оце-

нивания коммерческого потенциала вузовских разработок. Для эффективной аккумуляции вузовских знаний с целью проведения эффективной экспертизы научно-технических разработок вузов уместно использовать элементы теории распознавания образов. При постановке задач распознавания используют математический язык, стремясь заменить эксперимент логическими рассуждениями и математическими доказательствами. Низкий уровень валидности традиционных моделей (обусловлен их несогласованностью с исходными данными об объекте) и результативности (выражается в неспособности достигать поставленные цели) значительно затрудняет решение управленческих задач, что приводит к низкой социально-экономической эффективности инвестиций и отказу хозяйствующих субъектов от экономико-математического моделирования. Для распознавания на конкретной стадии ЖЦ тех идей, которые обладают необходимыми и достаточными конструкторско-технологическими признаками (КТП) для перехода на следующий этап ЖЦ, а, следовательно, и экспертизы – предлагается ввести «эталон оценки» - Эт, соответствие которому для рассматриваемых разработок (P) будет являться обязательным условием. Как показывает зарубежный опыт компаний «Ксерокс», «Кадиллак», «Ниссан», «Вестерн электрик», использование метода эталонной оценки способствует сокращению расходов, времени разработки и уровня ошибок в принятии решения до 60% [4]. Эталон ($P_{эм}$) представляет собой набор КТП, оцененных экспертами по всем критериям, оценки которых $Q^{эм}$ являются допустимыми оценками необходимости и достаточности знания для трансформации в инновацию. Выбор эталонного варианта по тем же критериям можно описать следующей иерархией, представленной на рис. 1.

Каждый эксперт (Э) оценивает предлагаемые варианты эталонов от Эт-1 до Эт- m , после чего проводится анализ и устанавливаются диапазоны допустимых значений $Q_{ABC}^{P_{эм}}$ каждого из КТП для рассматриваемой предметной области предстоящей экспертизы научно-технических разработок, с которым будут сравниваться остальные разработки. При этом, парное сравнение критериев позволит определить, какой именно КТП из рассматриваемой пары имеет наибольшее значение для достижения заявленной цели. Значения количественных КТП также предполагается сравнивать с заданными допустимыми характеристиками.

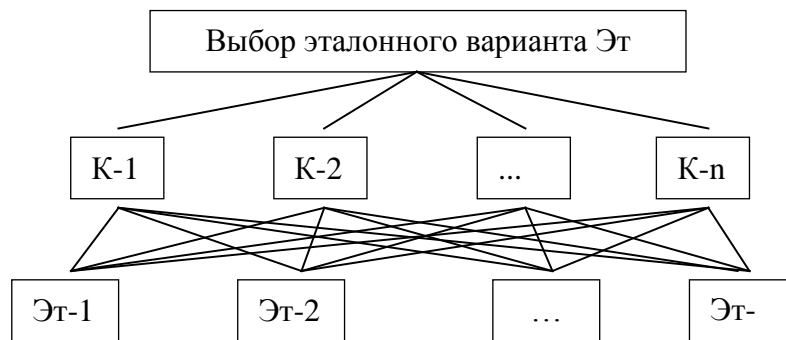


Рис. 1. Иерархия выбора эталонного варианта

Для перехода на следующий второй этап ЖЦ результат экспертизы научно-технической разработки (по анкете инициатора проекта) должен удовлетворять условию необходимости и достаточности знаний для возможности адекватной оценки требуемых критериев на этапе. Лингвистическая шкала с количественными градациями позволит оценить каждый КТП (в том числе – формализовать и оценить неявные знания). По мере перехода на новый этап ЖЦ разработки происходит наращивание знаний и увеличивается количество количественных КТП. Как показывает зарубежный опыт, использование метода эталонной оценки способствует сокращению расходов, времени разработки и уровня ошибок в принятии решения. Поэтому соответствие эталону для рассматриваемых научно-технических разработок по каждому КТП будет являться обязательным условием до-

пустимой оценки необходимости и достаточности знания для проведения экспертизы. В этом случае в качестве требования задается более одной формулы логики предикатов по количеству КТП на конкретном этапе ЖЦ, так будут образованы узлы нижнего уровня. В процессе синтеза эта структура получит дальнейшее развитие.

На рисунке 2 представлена многоэтапная процедура оценивания коммерческого потенциала вузовских разработок и ее математический инструментарий на основе формализации оценок по систематизированным критериям, предполагающая использование средств алгебры конечных предикатов. Полученные значения играют важную роль при формализации неявных знаний и последующем использовании их в системах искусственного интеллекта. Таким образом, проблема трансформации неявных знаний в явную форму связана со структуризацией шаблонов их представления.

Веса критериев устанавливаются ЛПР в ходе обсуждения с экспертами методом парных сравнений, при котором экспертам необходимо определить важность критериев оценки научно-технических разработок. К каждому критерию подобран ряд утверждений, уточняющих состояние научно-технических разработок, характеризующих состояние разработки по сформулированному КТП.

Для определения «весов» всех утверждений по критерию каждому эксперту предлагаются всевозможные пары, составленные из рассматриваемых утверждений. Он должен относительно каждой пары ответить, какое утверждение из этой пары он считает более важным («1»), чем второе в паре («0»). Полученные таким образом данные сводятся в квадратную матрицу, состоящую из 0 и 1, число строк и столбцов которой равно числу рассматриваемых утверждений к конкретному критерию [3]. В рамках исследования вместо выражения типа «утверждение V_i более важно в оценке коммерческого потенциала научно-технических разработок, чем утверждение V_j » используется выражение « $V_i > V_j$ ». Сами с собой утверждения не сравниваются.

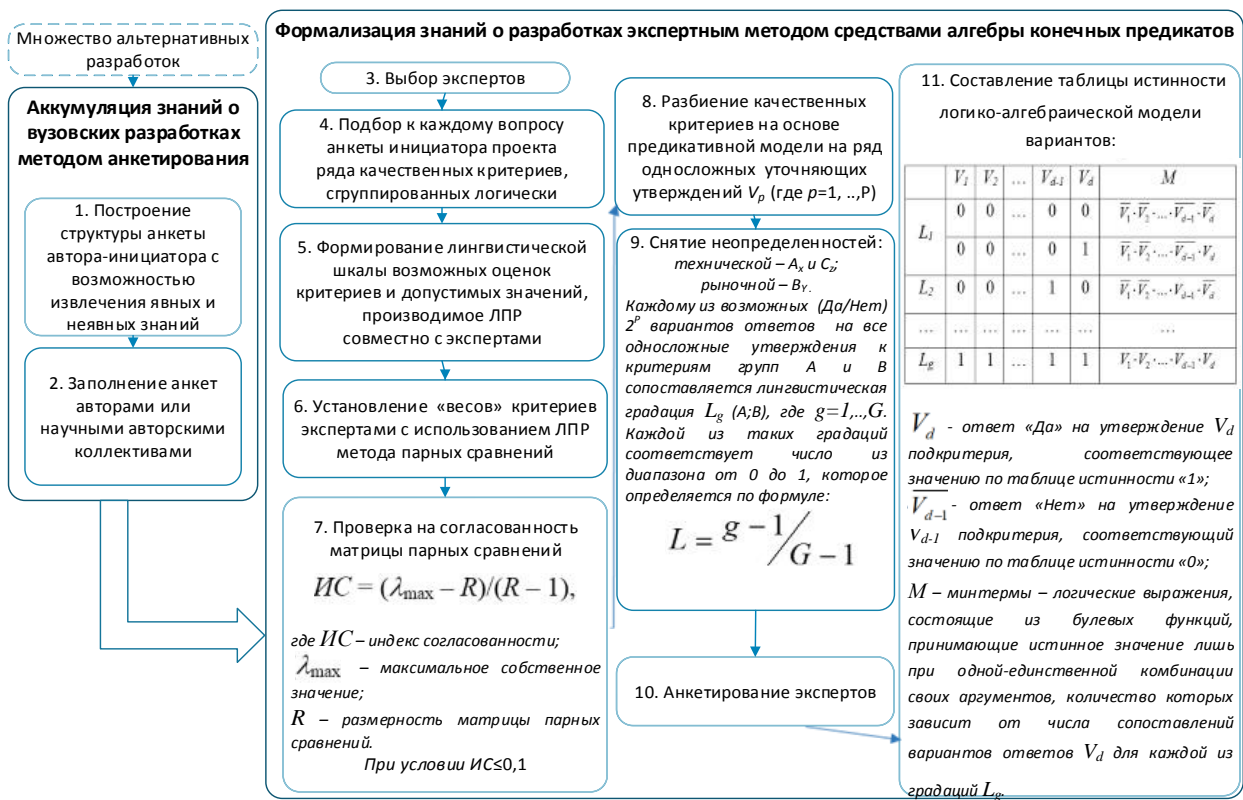


Рис. 2. Многоэтапная процедура оценивания коммерческого потенциала вузовских разработок и ее комплексный инструментарий (составлено автором)

Суть отраженной с помощью этой матрицы информации обуславливает некоторые формальные свойства матрицы. Во-первых, она должна быть асимметричной: если на пересечении i -й строки j -го столбца стоит 1 (0), то на пересечении j -й строки и i -го столбца должен стоять 0 (1). Мы видим, что это свойство выполняется для данной матрицы.

Во-вторых, матрица должна удовлетворять условию транзитивности: если некое утверждение V_i кажется респонденту более важным для оценивания коммерческого потенциала научно-технической разработки, чем V_j , а V_i больше, чем V_k то естественно ожидать, что утверждение V_i будет на его взгляд более значимым, чем V_k . Так, в таблице можно видеть, что первое утверждение по мнению эксперта более значимо, чем второе (на пересечении первой строки и второго столбца стоит 1), а второе — значимо больше последнего (на пересечении второй строки с последним столбцом стоит 1). Естественно ожидать, что первое утверждение будет по мнению эксперта более важным, чем последнее, что и отражает матрица, поскольку в ней на пересечении первой строки и последнего столбца стоит 1. Подсчитываются «1» в каждой строке, что позволяет определить «важность» каждого утверждения, уточняющего критерий. Затем принимается, что в сумме все утверждения одного критерия составляют 1, и в соответствии с приоритетами (подсчитанным по строкам), каждому утверждению ЛПР назначает «вес».

При традиционном способе реализации математической модели и заложенных в ней знаний, строится моделирующий алгоритм, что позволяет сделать вывод о том, что знания процедурно зависят от метода (алгоритма) обработки. В системах искусственного интеллекта знания о предметной области, как правило, представлены в виде декларативной модели формирования базы знаний и соответствующих правил вывода из нее и явно не зависят от процедуры их обработки. Для этого используются специальные модели представления знаний (продукционные, фреймовые, сетевые и логические) [5]. При обработке модели знаний используются процедуры логического вывода, а в базе знаний обычно фиксируются общие закономерности, правила, описывающие предметную область.

Разбив соответствующие этапы проведения экспертизы на процедуры, можно получить частные этапы проведения экспертизы. По результатам такой формализации каждая научно-техническая разработка получает оценку от 0 до 1, которая демонстрирует его технологическую (не-)зрелость и уровень коммерческой значимости. В случае, если оценка уровня технологической зрелости научно-технической разработки $\leq 0,5$ (допустимого значения), то к следующему этапу экспертизы для определения уровня коммерческой значимости она не допускается и возвращается на доработку и корректировку, т.к. считается технологически незрелой. В случае, если оценка на этом этапе соответствует значению из эталонного диапазона от 0,5 до 1, то научно-техническая разработка допускается к этапу оценивания ее коммерческого потенциала. Далее посредством иерархических методов парных сравнений предполагается ранжирование всех научно-технических разработок, прошедших оба этапа экспертизы, затем определяются наиболее коммерчески значимые разработки для принятия грамотного обоснованного управленческого решения в отношении всех альтернатив. Результат анализируется ЛПР и формируется обоснованное экспертное заключение.

Предложенная многоэтапная процедура оценивания коммерческого потенциала вузовских разработок и ее инструментарий на основе формализации оценок по систематизированным критериям, предполагает использование средств алгебры конечных предикатов. Ее реализация позволит снизить уровень технической и рыночной неопределенности получения экономической выгоды от внедрения научно-технических разработок, а, следовательно, — обеспечить получение надежной интегральной оценки коммерческого потенциала альтернативных научно-технических разработок.

Заключение. Таким образом, обоснован комплексный инструментарий оценивания коммерческого потенциала вузовских разработок, основанный на использовании эталонных значений минимально допустимых оценок. Его отличительной особенностью является поэтапное проведение процедуры оценки по критериям, характеризующим уровень

технологической зрелости и коммерческого потенциала разработок, что обеспечивает достоверное отсеивание технологически незрелых и (или) коммерчески непривлекательных идей. А реализация предложенной многоэтапной процедуры позволит снизить уровень технической и рыночной неопределенности получения экономической выгоды от внедрения вузовских разработок, и, следовательно, обеспечить получение надежной интегральной оценки коммерческого потенциала научно-технических разработок.

Литература

1. Branscomb, Lewis M. and Philip E. Auerswald, *Between Invention and Innovation, an Analysis of Funding for Early-Stage Technology Development. The Advanced Technology Program, National Institute of Standards and Technology, 2002.* – pp. 138-141.
2. Нонака, И. Компания-создатель знания: монография (пер. с англ. А. Трактинского) / И. Нонака, Х. Такеучи. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2011. – 366 с.
3. Тинякова, В.И. Комплексная методика оценки коммерческой значимости результатов научно-технической деятельности вузов на ранних стадиях: методические основы и инструментарий реализации / В. И. Тинякова, О. С. Погарская // *Экономика и предпринимательство*, 2015. – № 10, ч. 2. – С.463-468.
4. Погарская, О.С. Университетский трансфер технологий как ключевой фактор развития российской экономики знаний / О.С. Погарская // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права.* – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2013. – Вып. 4 (48). – С. 504-512.
5. Терелянский П. В. Математические и инструментальные средства поддержки принятия решений в экономике // *Аудит и финансовый анализ.* – 2008. – №. 6. – С. 461-471.
6. Vaganova, O.V. Management of innovative process in the economy at the regional level / Vaganova O.V., M.V. Vladyka, V. Balabanova, S.A. Kucheryavenko, A.V. Galtsev // *International Business Management*, 2016. – № 10. – P. 3443.
7. Kalashnikova, I. V. E-Commerce Project Evaluation / I. V. Kalashnikova, Iu I. Zor'kina // *Bulletin of PNU*, 2015. – Т. 36. – №. 1.

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЕМ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ПРОЕКТАМИ

Ю.В. Астахов,

*кандидат социологических наук, доцент,
докторант кафедры социальных технологий Института управления НИУ «БелГУ»,
Член-корреспондент Академии наук социальных технологий и местного самоуправления*

В.А. Турьянский,

аспирант кафедры социологии и управления БГТУ им. В.Г. Шухова

В современных условиях XXI в. проблемы, связанные с качеством жизни населения, весьма актуальны, так как к государственным и муниципальным кадрам, руководителям государственных и муниципальных учреждений, топ-менеджерам предприятий промышленности, транспорта, связи, АПК, бизнес-структур приходит понимание того, что участие в проектном управлении является важным атрибутом управления.

Также мы полагаем, что актуальной проблемой в современных условиях является подготовка на базе высшей школы высококвалифицированных кадров (бакалавров, специалистов, магистров и аспирантов), которые имеют соответствующую научную и профессиональную подготовку, в том числе и по предмету нашего исследования «Управления проектами».

Этому в полной мере способствует работа выпускников вузов и молодых специалистов в системе муниципального управления, где они под руководством опытных специалистов-наставников получают необходимый опыт в практике управления муниципальными проектами. В этой связи необходимо отметить, что только сочетание опытных муниципальных служащих (наставников) и вновь принятых на муниципальную службу молодых специалистов даст в конечном итоге синергетический эффект и станет эффективным средством кадрового обеспечения устойчивого развития муниципальных образований.

Рассмотрим некоторые аспекты данной проблемы. Так, понятие «проект» долгое время монопольно использовалось исключительно в инженерной деятельности и являлось, по сути, технологией, связанной с подготовкой и реализацией на практике какого-нибудь социального проекта, связанного, к примеру, со строительством школы, спортивного зала, плавательного бассейна, дошкольного учреждения, объекта здравоохранения, культуры, спорта и т.д.

По мнению профессора В.И. Патрушева, «...социальное проектирование стало возникать в связи с появлением новых социально-экономических, социально-культурных и социально-экологических проблем, которые не имели прототипов своего решения и требовали проектной разработки и последующей реализации еще не существовавших крупномасштабных социальных объектов [1]. В этой области знания появилось немало серьезных научных исследований [2; 3, 62-63; 4; 5; 6; 7; 8].

В нашем понимании социальный проект в системе муниципального управления представляет, во-первых, предполагаемую своего рода некую модель (проект), сконструированную в соответствии с принятой в органе местного самоуправления Стратегией устойчивого социально-экономического развития территории муниципального образования до 2025 года и, во-вторых, социальный проект, как мы полагаем, это один из видов проектной деятельности, связанный с преобразованием окружающей социальной реальности в соответствии с некоторым идеалом, посредством создания выраженной в знаковой форме и ориентированной на реализацию смысловой общности реального и идеального, которая называется социальным проектом [9, 91-92].

В начале XXI века эту технологию начали активно применять специалисты, занятые в органах власти и муниципального управления. И сегодня данная технология прочно вошла в жизни и в муниципальную практику, наполняясь новым содержанием, новыми инновационными формами и методами, направленными фактически на перспективную, предстоящую плановую деятельность по реализации будущих социальных объектов и процессов. Примером здесь могут служить следующие проекты, осуществляемые органами муниципального уровня в Белгородской области. Среди них: «Белгород – зеленая столица», «Новая жизнь», «Управление здоровьем», и инициированный в 2017 году Губернатором Белгородской области проект 500/10 тысяч, где 500 означает число предприятий, а 10 тысяч – численность работников, занятых в них. Что характерно, данный уникальный своего рода проект рассчитан, прежде всего, на создание в муниципальных районах, сельских и городских поселениях Белгородской области благоприятных социально-экономических условий для жизнедеятельности населения, проживающих на данных территориях.

Удачный муниципальный проект, запущенный в первом десятилетии XXI века, и современный подход к оценке устойчивости развития территории муниципального образования накоплен в городском округе «Город Белгород». Здесь специалистами администрации города, членами фракции «Единая Россия», депутатами Белгородского городского Совета, совместно с представителями науки, высшей школы и учеными муниципального автономного учреждения «Институт муниципального развития и социальных технологий» был подготовлен актуализированный проект «Стратегия развития города Белгорода до 2025 года», состоящий из трех основополагающих стратегических направлений.

Мы считаем, что в целом данный муниципальный проект обладает принципом научности, профессионализма, способствует наращиванию усилий социального и муниципально-частного партнерства, общественного участия и позволяют представительному и исполнительно-распорядительному органам муниципальной власти города Белгорода планомерно идти к достижению поставленных стратегических целей.

Стратегия развития города Белгорода до 2025 года – это, с одной стороны, итог поступательного устойчивого развития города в направлении повышения качества жизни населения, а с другой – реальная перспектива, позволяющая обеспечить точки роста, сохранить и приумножить накопленный экономический и кадровый потенциал развития города.

В этой связи мы полагаем, что в социологии управления как науке важнейшей задачей в настоящее время является осмысление предполагаемых вызовов к системным стратегическим изменениям как в муниципальной экономике, так и социальной политике, вызванных объективными российскими социально-экономическими процессами, кризисом финансовых институтов, дефицитом местных бюджетов, внешними причинами: падением мировых цен на нефть, введенными США и Евросоюзом антироссийских санкций – вынуждают органы местного самоуправления, бизнес-структуры, предприятия и организации использовать внутренние резервы муниципального образования, в том числе импортозамещающие технологии, инновационные проекты, направленные на количественный и качественный рост муниципальной экономики.

Итак, можно утверждать, что проект представляет собой разновидность развернутой цели в организационной системе, их связь с ее структурой и функциями.

Так, «цель может быть ориентирована, во-первых, на проблему, которую предстоит решить, во-вторых, на потребность, которую предполагается удовлетворить, а в-третьих, на перспективу. При этом ориентация на потребность предотвращает возникновение проблем в будущем, а ориентация на перспективу формирует потребности, которые еще не возникли, но проявятся в будущем» [10, 133].

Наиболее значимыми и актуальными проблемами проектного управления в органах муниципального самоуправления являются «ресурсная необеспеченность организационных целей» и «недостаточная мотивация муниципальных служащих». На втором плане

находится нереалистичность проектных целей из-за отсутствия финансового обеспечения, слабого контроля за выполнением проектных заданий, «многочаелия».

Отметим, что особенности проектного управления в муниципальных органах власти раскрываются через признаки релевантности, жизнеобеспечивающей направленности управленческой деятельности. В этой связи актуальным являются предложенные проекты и муниципальные программы жителями городского сообщества. Примером здесь может служить создание по инициативе общественности в городе Белгороде 27 Советов территорий в городских одномандатных округах и более 550 органов территориального общественного самоуправления, охватывающих более 197,0 тысяч взрослого населения городского округа «Город Белгород».

Представляют интерес для понимания управления проектами результаты проведенного нами социологического опроса муниципальных служащих в регионе по проблемам развития проектного управления, что свидетельствует о широком распространении за последние пять лет проектного управления в муниципальных органах Белгородской области. Наиболее распространенной формой проектной деятельности в муниципальных образованиях является разработка стратегий устойчивого социально-экономического развития территорий до 2025 года, муниципальных программ и планов мероприятий по их реализации. Вместе с тем, несмотря на наличие проектных офисов и довольно высокую долю муниципальных служащих, прошедших соответствующие программы повышения квалификации на базе Института управления НИУ «БелГУ», в БГТУ им. В.Г. Шухова, в большинстве случаев в должностных инструкциях муниципальных служащих городских и районных администраций отсутствует даже упоминание о проектной деятельности. В этих целях для оценки эффективности проектной деятельности на муниципальном уровне нами предложены критерии самореализации, служебного продвижения и удовлетворенности трудом. Так, по результатам исследования выявлено, что две трети муниципальных служащих считают, что выполняемая ими работа в рамках проектной деятельности соответствует их способностям, и они в полной мере на муниципальной практике реализуют эти способности. Вместе с тем, значительное число респондентов – муниципальных служащих ответили, что их способности не реализуются в полном объеме. И это связано, прежде всего, в данном аспекте с отсутствием должной мотивации труда, малосодержательной работой, недостаточным уровнем исполнения функциональных обязанностей. Половина участников проектной деятельности не видят взаимосвязи между успешным выполнением проектных заданий и продвижением по муниципальной службе.

Безусловно, использование проектного механизма на муниципальной практике дает органам власти не только количественный, но и качественный эффект. Проектная деятельность как технология – это мощный кадровый инструмент профессионального и личностного совершенствования и развития служащих. Участие в проектах побуждает муниципальных служащих работать в постоянном режиме развития, обогащать свой профессионализм, интеллектуальный, творческий и личностный потенциал, достигать новых стратегических рубежей. Более того, проектный менеджмент это эффективный механизм движения кадров по служебной лестнице, замечательный «социальный лифт». А в связи с тем, что в формате проектов участвуют совместно государственные и муниципальные служащие, представители бизнес-структур, работники социально-культурной сферы, молодые ученые и специалисты, магистры и аспиранты вузов, проектный менеджмент становится экспериментальной площадкой для апробации профессиональных знаний, умений, опыта для поиска талантливых и креативных менеджеров, как правило, состоящих в управленческом кадровом резерве для последующего их выдвижения на ключевые муниципальные должности в органах муниципальной власти и управления.

Опыт и муниципальная практика свидетельствуют о том, что дальнейшее развитие проектной деятельности невозможно без профессионально подготовленного и адаптированного к этой деятельности кадрового потенциала, который осуществляет весь технологический процесс от его начала до логического завершения.

Рассматривая в этом контексте проблемы, связанные с управлением муниципальными проектами, полагаем необходимым рассмотреть систему управления кадровым потенциалом в органах местного самоуправления. Считаем, что подготовленный и сформированный высокопрофессиональный кадровый потенциал в органах местного самоуправления обеспечивает его возобновляемость и устойчивость в потоке социальной жизни и деятельности.

В этой связи полагаем необходимым рассмотреть некоторые аспекты кадрового потенциала. Так, понятие «потенциал» неоднозначно трактуется в научной литературе и чаще всего отождествляется с ресурсами. Эти понятия близки, их различие имеет несубстратный (в предметном содержании понятия «потенциал» нет того, что имеется в содержании «ресурсов» или наоборот), а функциональный, контекстный характер. В понятии «потенциал» фиксируется все то, что значимо для его субъекта («личностный потенциал», «кадровый потенциал», «человеческий потенциал» и т.п.), в понятии «ресурсы» фиксируется, в свою очередь, то, что значимо для использования в тех или иных целях. Целевая направленность присуща и «потенциалу», но в нем цели заданы изнутри и не всегда эксплицированы. Применительно к ресурсам можно говорить о ресурсах только применительно же к «потенциалу» такое соотнесение некорректно. Реализация потенциала в муниципальной деятельности (теоретической, практической, организационной, нравственной и т.д.) опосредована ресурсами, точнее сказать, трансформацией «потенциала» в «ресурсы», его выражением в «ресурсной» форме.

Так, по мнению Боженова С.А. и Ильичева И.Е., управление кадровым потенциалом должно включать в себя освоение прогрессивных форм работы с информацией, развитие навыков синтеза и анализа [11]. Астахов Ю.В. и Патрушев В.И. считают, что в современных условиях на муниципальной практике следует активно использовать и продвигать кадровые технологии и технологии проектной деятельности [12]. Есть и другие предположения по актуализации системы управления кадровым потенциалом в органах местного самоуправления. Между тем отметим, что позиции авторов в основном сходятся в определении подходов и технологий, связанных с управлением кадровым потенциалом органов местного самоуправления, которые, способствуют:

- во-первых, обеспечению возобновляемого кадрового потенциала в городском обществе;
- во-вторых, внедрению в муниципальную практику современных кадровых технологий и технологий проектного управления;
- в-третьих, управлению знаниями и организацией системы профессионального обучения и переобучения, опережающего образования муниципальных служащих.

Как мы видим, главными, основополагающими инструментами достижения устойчивого социально-экономического развития муниципальных образований, регионов (субъектов РФ), в частности, являются улучшение качества жизни населения, стратегическое и проектное управление, муниципальные программы, эффективная муниципальная кадровая политика и программно-целевое планирование.

Следовательно, исходя из вышеизложенного, логично сделать некоторые выводы.

Во-первых, управление муниципальными проектами в современных условиях XXI в. является доминирующей парадигмой качества жизни и дальнейшего устойчивого социально-экономического развития территории. По своей сути проектное управление многопланово и становится эффективной технологией обеспечения органов местного самоуправления человеческими ресурсами.

Во-вторых, целевое видение проектного управления в органах исполнительной власти Белгородской области – система управления проектами – является неотъемлемой частью общей системы управления, позволяющей достигать планируемые результаты в условиях ограниченных временных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, которые ориентированы на достижение стратегии устойчивого социально-экономического развития Белгородчины на период до 2025 года.

В-третьих, белгородский проектный опыт практики управления проектами вызывает интерес в профессиональных кругах и получает достойное признание, в том числе на федеральном уровне. Так, к примеру, в 2014 и 2015 годах Правительство области было признано победителем всероссийского конкурса «Проектный Олимп», который проводится ежегодно Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации.

В 2014 году регион занял первое место в номинации «Системы управления проектами с совокупным бюджетом более 500 миллионов рублей в органах власти регионального и муниципального уровня и подведомственных организациях», а в 2015 году областному проектному офису присвоено первое место в номинации «Организация и деятельность проектных офисов в органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

Итак, мы полагаем, что белгородское качество жизни и дальнейшее развитие управления муниципальными проектами, опирающееся на профессиональные знания, опыт, становится доминирующей парадигмой социально-экономического развития территории.

Литература

1. Патрушев В.И. Основы общей теории социальных технологий. М.: Изд-во ИКАР, 2008. 196 с.
2. Гаспарский В. Введение в методологию проектирования / Проблемы деятельности ученого и научного коллективов. Вып. I. Л., 1978.
3. Лапин Н.И. Социальные проблемы проектирования новых производств // Социологические исследования. 1977. № 1. С. 62-63.
4. Антонюк Г.А. Социальное проектирование. Минск, 1978.
5. Тощенко Ж.Т., Аитов Н.А., Лапин Н.И. Социальное проектирование. М.: Мысль, 1982.
6. Прогнозное социальное проектирование (методологические и методические проблемы). М.: Наука, 1989.
7. Котляров И.В. Теоретические основы социального проектирования / под ред. Е.М. Бабосова. Минск: Наука и техника, 1989.
8. Крючков К.А. Теория и методы социального проектирования. М., 1992.
9. Крючков К.А. Указ. соч. С. 91-92.
10. Харченко К.В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к практике. Белгород: Обл. типография, 2009.
11. Боженков С.А., Ильичев И.Е. О системе непрерывной подготовки управленческих кадров // Государственное и муниципальное управление: теория и практика. 2011. № 1. С. 49.
12. Астахов Ю.В., Патрушев В.И. Муниципальная кадровая политика: теория, методология, технология. Белгород, М.: Белг. обл. типография, 2014. 340 с.

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ГУМАНИТАРНЫХ УСЛОВИЙ КОММУНИКАЦИЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В.П. Бабинцев,

*доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Современная конфигурация коммуникаций власти и гражданского общества в российских регионах характеризуется рядом особенностей, определяющих

проблематичность достижения его главной цели – улучшения качества жизни граждан. К ним относятся:

- отсутствие системности; коммуникации активизируются в зависимости от ситуации и, как правило, ориентированы на решение преимущественно утилитарных проблем;

- высокий уровень взаимного недоверия; с одной стороны, население не верит представителям власти; с другой стороны, чиновники крайне низко оценивают потенциал гражданских институтов;

- широкое распространение имитационных практик;

- низкая гражданская активность, сочетающаяся с массовым применением административного ресурса государственными и муниципальными органами управления.

Многие из этих проблем определяется спецификой диспозиций участников, в силу различных причин не мотивированных к сотрудничеству и консолидации. Именно поэтому совершенствование механизма взаимодействия власти и общества требует не только (и не столько) технологических решений, но формирования гуманитарных предпосылок, связанных с изменением установок участников посредством принятия системы правил выстраивания взаимоотношений между контрагентами.

Часть из этих правил очевидна и продекларирована ранее, но далеко не всегда они принимаются в качестве руководства к действию.

Реалистический сценарий формирования системы конструктивных коммуникаций между властью и обществом предполагает не только организационно-технологические изменения, но прежде всего модификацию гуманитарного пространства управления. Гуманитарное пространство управления представляет собой комплекс представлений его участников относительно принципов организации управленческой деятельности и складывающихся в ее рамках субъектно-объектных отношений.

Его изменение требует утверждения ряда принципов, часть из которых формально продекларированы ранее, но далеко не всегда принимаются в качестве руководства к действию.

1. Реализм. В современных условиях реализм, прежде всего, заключается в объективной оценке ситуации и отказе от иллюзорных (фантомных) образований, распространившихся в сознании как представителей власти, так и гражданского общества. При этом наиболее типичными иллюзиями чиновничьего (бюрократического) сознания являются: а) «иллюзия собственного статуса» (преувеличение собственной значимости и возможностей влияния; убеждение в изначальном благородстве служебной миссии); б) «иллюзия объекта» (заниженные оценки социального потенциала «массы»); в) «иллюзия универсальности технологий», в основе которой лежит убеждение, что технологии управления, которыми в настоящее время владеет (или может овладеть) чиновник, потенциально способны разрешать любые проблемы при условии минимальных затрат ресурсов; г) «иллюзии корпорации» (деформированные представления о взаимоотношениях внутри чиновничьей корпорации, о причинах и механизмах служебной карьеры, о мотивах действий руководства). Иллюзии (фантомы) массового сознания включают в себя: а) «иллюзию обреченности» (выражается в представлениях о предрешенности в развитии событий и процессов и невозможности что либо изменить); б) «иллюзию тотальной порочности представителей власти» (наиболее типично утверждение о всеобщей коррумпированности государственных и муниципальных служащих); в) «иллюзию героя», связанную с надеждой на появление «правильного» руководителя (вождя), который способен разрешить социальные проблемы; г) «иллюзию обманутого царя» (представление о том, что «первое лицо» в структурах власти введено в заблуждение относительно реального положения дел в обществе).

Проблема заключается в том, что любая из иллюзий, любой фантом массового и элитарного сознания имеет под собой реальные основания, что делает его чрезвычайно живучим. А отказ от иллюзий немыслим без устранения причин, их породивших.

Практическая значимость принципа заключается в выводе о том, что в отношениях между властью и обществом любая попытка целенаправленно создавать фантомы и иллюзии, возможно привлекательная в тактическом отношении, в стратегическом обернется значительными издержками. В условиях информационного общества опора на них будет все более неперспективной. Это, казалось бы, очевидное правило психологически крайне трудно выполнить в рамках системы, базирующейся на имитациях. Продемонстрировать его обязательность должны «первые лица» региона и муниципальных образований, с одной стороны, руководители общественных объединений, с другой, в рамках проекта под условным названием «Разговариваем откровенно». Цель проекта – организация (включает в себя обучение, предоставление каналов, ресурсную поддержку) регулярной публичной дискуссии формальных и неформальных лидеров общественного мнения по наиболее острым социальным проблемам в СМИ и в социальных сетях, реализующейся в форме доверительного диалога.

2. Взаимное уважение и ответственность. Суть данного принципа заключается в том, что участники коммуникаций не должны рассматривать себя и свои интересы как единственно правильные, не должны стремиться извлечь односторонние преимущества и выгоду из своего статуса. Реализация принципа представляется едва ли не наиболее сложной задачей в ряду задач, связанных с налаживанием коммуникаций между властью и гражданским обществом, поскольку одной из ведущих тенденций развития массового сознания является гипертрофированная индивидуализация. С одной стороны, индивидуализацию сознания и поведения следует рассматривать как вполне естественный процесс, в значительной степени определяющийся реакцией на длительное и во многих случаях неоправданное манипулирование людьми с помощью коллективистских и квазиколективистских ценностей. Но в тех случаях, когда индивидуалистические ценности становятся единственно значимыми, а их носители не считают возможным согласовывать свои интересы с окружающими, поведение людей утрачивает качество социальности, одним из необходимых атрибутов которого является, согласно М. Веберу, учет реакции других [1, с. 626].

Крайне негативные следствия гипертрофированная индивидуализация имеет для государственных и муниципальных служащих, поскольку деформирует сущностную идею их профессиональной деятельности – идею служения обществу, подменяя ее идеей служения руководству, чиновничьей корпорации, самому себе. Показательны в данной связи результаты исследования аспирантки кафедры социальных технологий Белгородского государственного национального исследовательского университета А.В. Роговой «Социологическая диагностика краудсорсингового потенциала регионального управления» (2015 год, n = 500 государственных и муниципальных служащих Белгородской области). В ходе опроса только 37% респондентов отметили, что представляют «интересы населения». Вместе с тем, 23% служащих – «интересы руководства», 18% – «интересы государства», 5% – «собственные интересы» [2].

Доминирование установки на служение не обществу, а руководителю, или аппарату (а именно он обычно понимается под государством) с неизбежностью ведут к преувеличению значимости собственных (или корпоративных) интересов и к принижению интересов контрагентов. Следствием этого является несбалансированность коммуникационных потоков.

Практическая значимость данного принципа заключается в требовании обеспечения коммуникационного баланса, исключении попыток извлечь из процесса взаимодействия односторонние преимущества. В этой связи целесообразна реализация на базе Общественной палаты области и общественных палат муниципалитетов

проекта под условным названием «Диалог». Цель – в ходе открытой дискуссии выявить интересы институтов власти и гражданского общества.

3. Системность – коммуникации между властью и гражданским обществом не могут осуществляться в расчете только на ситуацию, не должны сводиться к отдельным эпизодам, но предполагают постоянные взаимодействия с расчетом на перспективу. Коммуникативным практикам должен быть придан атрибут целостности, которая обеспечивается:

- наличием системообразующего фактора, в качестве которого должна выступить идея консолидации регионального сообщества как условия его социального воспроизводства и конкурентоспособности в нестабильной среде;

- прочными связями между всеми элементами коммуникативной системы, которая должна выстраиваться не на основе субъективных представлений руководителей или отдельных работников, но на базе научной теории коммуникаций;

- разработкой и внедрением критериев оценки результативности коммуникативных взаимодействий. Крайне важно, чтобы критерии позволяли оценить реальное состояние дел, а не формальную сторону коммуникаций.

Адхократическое (от *ad hoc* – по случаю) отношение к реальности присуще представителям различных социальных и профессиональных групп и используется ими в конкретных ситуациях, но только в бюрократической среде оно становится нормой и легитимируется, а попытка думать о будущем – отклонением, или – в лучшем случае – пустой тратой времени и сил. В свою очередь, для основной массы населения, не менее чем для государственных и муниципальных служащих, становится все более типичным ситуативное мышление, особенностями которого являются: относительность норм, ориентация не на правила, а на обстоятельства, стремление получить выгоду «здесь и сейчас».

Системный подход к коммуникациям с неизбежностью предопределяет комплексность коммуникативных практик, требующую реализации их одновременно в различных сферах и использования многообразных каналов. При этом среди них все более значимую роль играют социальные сети.

Практическим следствием реализации принципа системности является утверждение понимания взаимосвязи и взаимозависимости между всеми элементами коммуникаций власти и общества. Эти взаимосвязи должны быть реально выявлены, проанализированы и использованы. Условием решения данной задачи представляется реализация проекта создания информационной (в перспективе – интерактивной) карты коммуникаций власти и гражданского общества. Цель проекта – представить коммуникационное взаимодействие в единстве времени и пространства (кто участвует, где, когда, каковы цели, риски).

4. Стратегическое видение, заключающееся в том, что не следует ориентироваться на незамедлительный результат, нужно ставить и достигать долгосрочные цели. Стратегическое видение логически вытекает из идеи системного подхода и предполагает организацию коммуникативного процесса как форсайт-проекта, то есть проекта, моделирующего образ будущих коммуникаций в сравнительно отдаленной перспективе. Этот образ должен быть понятен как для руководителей, государственных и муниципальных служащих, с одной стороны, так и для гражданского общества, с другой. В этом случае он способен сыграть роль фактора **мобилизации людей к гражданскому участию**.

В практическом плане это означает реализацию регионального форсайт-проекта «Государственно-гражданские коммуникации в XXI веке».

5. Консенсусный язык общения. Одним из барьеров, затрудняющих процесс коммуникации между институтами государственной и муниципальной власти и гражданским обществом, является семантический барьер, связанный с использованием неадекватных терминов и лексических конструкций, которые:

а) непонятны другим участникам; чаще всего это иностранные термины (аутсорсинг, краудсорсинг, стартап, тайм-менеджмент и др.), «бюрократизмы» («осуществить разработку», но не «разработать»);

б) имеют изначальную негативную эмоциональную окраску, вплоть до навешивания унижительных для другой стороны взаимодействия ярлыков («работяги», «журналюги», «чинодралы» и др.);

в) характеризуются неоднозначным истолкованием с учетом субкультурных традиций различных групп («господин», «товарищ»).

Конструктивная коммуникация должна учитывать семантические нюансы и строиться на использовании понятий и формулировок, ориентированных на достижение общих смыслов. Следовательно, всегда должен учитываться не только текст сообщений, которыми обмениваются коммуниканты, но контекст и подтекст. Однако адекватно учесть и правильно использовать эти аспекты могут лишь эксперты-профессионалы, к которым не следует бояться обращаться.

В практическом плане речь идет о реализации проекта под условным названием «Экспертная оценка коммуникационного контента власти и гражданского общества». Цель проекта – дать профессиональную оценку содержания языка общения, выявить проблемные поля и предложить рекомендации по решению проблем.

6. Изменение концепции ресурсного обеспечения коммуникаций. Выстраивание системы коммуникаций между властью и региональным сообществом не может осуществляться лишь за счет энтузиазма участников. Оно требует значительных ресурсных затрат. При этом ошибочным следует считать представление, согласно которому, налаживание коммуникаций между властью и гражданским обществом требует лишь материальных (прежде всего, финансовых ресурсов). Во-первых, качество коммуникаций далеко не всегда зависит от объема вложенных в них средств; во-вторых, в современной ситуации, характеризующейся нарастанием социальных проблем, трудно ожидать существенного увеличения финансирования проектов в коммуникативной сфере. Решение многих вопросов связано с тем, чтобы актуализировать иные виды ресурсов, в какой-то мере компенсируя дефицит материальных вложений. В первую очередь это:

- организационные. Настоящая концепция исходит из того, что органам государственного и муниципального управления необходима реорганизация служб по связям с общественностью, заключающаяся в переносе акцентов в их деятельности с распространения информации на формирование разнообразных каналов для выражения мнения многочисленных групп интересов, а в ряде случаев – содействие институционализации этих групп;

- кадровые. Организационная перестройка может быть успешной лишь при наличии специалистов, профессионально компетентных в сфере коммуникологии и коммуникативного инжиниринга;

- информационные. Обеспечение эффективной коммуникации между властью и обществом предполагает обретение нового качества информации за счет достижения ее объективности и отказа от практики фальсеоинтеракций.

В практическом плане реализация принципа ресурсной обеспеченности предполагает реализацию проекта «Аудит коммуникационных ресурсов Белгородской области» (условное название). Цель проекта – оценка эффективности использования ресурсов и определение направлений ее повышения.

7. Учет и минимизация возможного сопротивления нововведениям, как следствие осознания последствий предпринимаемых изменений. Реальное, а не имитационное, преобразование коммуникативных практик в системе «власть-гражданское общество» затронет интересы многих участников, которые сознательно или неосознанно будут стремиться либо не допустить перемен, либо свести их к чисто декоративным мерам. Поэтому, приступая к внедрению модели, важно ясно представлять мотивацию ее потенциальных противников.

В среде государственных и муниципальных служащих она будет определяться:

- профессиональной неготовностью к работе в условиях максимальной открытости;
- отсутствием навыков использования современных коммуникативных технологий;
- специфическими особенностями бюрократического сознания (комплекс непогрешимости административного источника информации; социальная агорафобия – страх перед участием в публичных акциях);
- включенностью в коррупционные практики, требующие использования «теневых» схем.

Мотивация сопротивления части представителей гражданского общества, скорее всего, будет обусловлена:

- недоверием к властным инициативам;
- доминированием патернализма и социальной апатии;
- консерватизмом;
- ориентацией на интересы только лишь отдельных социальных групп.

Практическое значение принципа выражается в необходимости реализации медийного проекта под условным названием «Имидж коммуникаций», направленного на информационное сопровождение реструктуризации коммуникативных практик.

8. Воздействие на причины, а не на следствия, как условие минимизации негативных явлений. Совершенствуя систему коммуникаций между властью и обществом, важно представлять, что сложившиеся коммуникативные практики имеют глубокие основания в социально-экономической и административно-политической системе России. Разорванность и неэффективность коммуникаций – во многих отношениях следствие процесса социальной дизъюнкции, как расстройств, рассогласования и распада интеграционных средств, сопровождающегося ослаблением консолидационных потоков и проблематизацией основной цели интеграции – социального воспроизводства общества. Именно поэтому система коммуникаций в региональном пространстве будет работать эффективно, если удастся приостановить процессы распада, стимулировав тенденцию консолидации, укрепляя доверие и согласие.

Практическое значение принципа выражается в необходимости дальнейшего реального, а не симулируемого, продвижения Стратегии формирования солидарного общества в Белгородской области.

9. Рефлексивность. Как уже отмечалось, разработка и внедрение модели коммуникаций власти и гражданского общества должна сопровождаться постоянной критической оценкой собственных действий их участниками. Главной опасностью в данной связи являются имитация и фальсификация результатов, ведущие к компрометации самой идеи и – как следствие – к усилению взаимного разочарования коммуникантов друг в друге. Системная рефлексия тем более нужна, что в современном мире утверждается особая рефлексивная культура, поскольку потребность в рефлексивности становится универсальной и впервые в человеческой истории рефлексивный императив распространяется на принципиально новые реалии. Именно поэтому крайне важно формировать навыки рефлексивного отношения к реальности и у населения, и у государственных и муниципальных служащих.

Практическое значение этого принципа заключается в реализации проекта «Формирование и развитие рефлексивной культуры государственных и муниципальных служащих».

Реализация рассмотренных принципов, которые в дальнейшем вполне могут быть дополнены, будет крайне сложной задачей. Ни одно из рассмотренных предложений не будет легко и беспроблемно усвоено участниками взаимодействия, как представителями власти, так и гражданского общества. При этом и в той, и в другой среде будут действовать факторы, препятствующие изменению гуманитарной составляющей управленческого пространства.

Литература

1. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. М.: Прогресс, 1990. – 804 с. 626.
2. Рогова, А. В. Технология краудсорсинга в практике регионального управления: дисс. канд. социол. наук / А. В. Рогова. – Белгород: Б.и., 2017.

РОЛЬ БАЗОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЕКТНОМ КОМАНДООБРАЗОВАНИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

С.А. Гайворонская

*руководитель проектного офиса аппарата ректора,
ассистент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»*

В современном глобальном мировом пространстве ключевой стратегией любой системы является обеспечение устойчивого развития с использованием современных эффективных инструментов. Одним из таких инструментов является проектное управление. Актуальность внедрения проектного принципа в процессы управления подтверждается принятыми на федеральном уровне осенью прошлого года решениями Президента Российской Федерации об организации проектного управления, создании проектного офиса в Правительстве России, формировании ведомственных проектных офисов и аналогичных структур в субъектах Российской Федерации.

Правительством определены одиннадцать приоритетных направлений развития. При этом обеспечен принцип интеграции федеральных проектов и оценочных индикаторов в структуру проектно-ориентированных профильных государственных программ развития. Аналогичный подход наблюдается в структурах государственных программ регионального уровня. К примеру, доля проектов в общей структуре госпрограммы «Развитие образования Белгородской области» в прошлом году составила 44%.

Ответ на вопрос, почему проектное управление становится основополагающим инструментом менеджмента в том числе в органах государственного управления, отражен в теории IPMA, согласно которой проектное управление в широком смысле отражает профессиональную, творческую, управленческую деятельность, ориентированную на получение эффективных результатов путем успешного осуществления проектов, программ и портфелей проектов с применением проектных принципов и методов при наименьших затратах времени и ресурсов. Преимуществом проектного управления является гибкость и динамичность, командный подход и делегирование ответственности, оперативная адаптация к изменениям.

В качестве основы развития Белгородской области, в том числе развития социальной сферы, определено именно проектное управление. Процесс внедрения и совершенствования проектного управления с использованием методов и средств проектного менеджмента, представляющий собой комплекс последовательных процедур, тщательно проработан как стратегически, так и тактически.

В регионе создана системная модель управления проектами, строго регламентированная, опирающаяся на использование унифицированных управленческих процедур, методик, шаблонов документов и инструментария, которая применяется при управлении проектами в различных сферах деятельности. При этом процессы управления любым проектом определяются функциональными особенностями управления (управление предметной областью, ресурсами, изменениями, качеством), стадиями процесса управления и горизонтами управления.

Системный подход в управлении проектами позволил сформировать единую концепцию управления проектами в регионе с учетом российских и международных требова-

ний, создать единую методологическую и нормативную базу, функциональную трехуровневую структуру проектных офисов на региональном, муниципальном и отраслевом уровне и систему профессиональной подготовки проектных специалистов.

Органы управления сформированы на трех уровнях – на уровне стратегического управления (региональный), на уровне оперативного управления (муниципальный, отраслевой) и на уровне учреждений, организаций (в настоящее время активно развивается).

Кроме того, ключевым приоритетом регионального проектного управления является принцип открытости, который предполагает создание особой атмосферы, предоставляющей возможность предлагать проектные идеи, свободно выражать свое мнение, принимать непосредственное участие в проектах. Открытость необходима как средство извлечения пользы из знаний и опыта людей для достижения конкретных результатов и обеспечения социально-экономического развития региона.

Очевидно, что эффективность управления проектами в значительной степени определяется качеством и оперативностью принимаемых решений по управлению изменениями, своевременностью идентификации рисков, слаженной работой специальной организационной структуры проекта (команды проекта).

При управлении изменениями область допустимых решений ограничивается временем, бюджетом, ресурсами и требуемым качеством получаемых результатов, и непременно направлена на обеспечение развития.

Рискоориентированный подход позволяет максимально эффективно действовать в условиях повышенного риска, анализировать их и нивелировать.

При проектном командообразовании ключевым фактором является не только профессиональная подготовка каждого члена команды, но уровень культуры команды и командный дух, который формируется посредством индивидуальной мотивации, постановки коллективных целей и выработки стратегии развития.

Процесс образования проектных команд в органах государственного и муниципального управления региона строго регламентирован и описывает организационные процедуры, которые предполагают закрепление участия члена команды в проекте и персональной ответственности за конкретные виды проектных работ локальным нормативным актом [1].

Распространенным принципом формирования команды проекта является формальная оценка профессионального уровня претендента в предметной области, базовых знаний основ проектного менеджмента. В качестве инструмента для определения последних используется тестирование, позволяющее оценить уровень профессиональной подготовки в сфере проектного управления, в частности – техническую компетентность и ее базовые элементы (цель и требования к результату, риски и возможности, качество, ресурсы, стоимость и финансы, контроль и отчетность, коммуникации и т.д.).

Компетентность – происхождение термина от латинского слова «competentia», означает «уполномоченный судить», а также «имеющий право голоса».

В данной статье компетентность рассматривается как совокупность знаний, личностных характеристик, навыков и соответствующего опыта, необходимых для успешного выполнения определенных функций в проектной деятельности.

Так вот, существующий процесс проектного командообразования в органах исполнительной власти не предусматривает оценку поведенческой компетентности претендентов в команду проекта, не имеет методологического описания базовых элементов, характеризующих личность специалиста с позиции его компетентности в сфере управления проектами.

В то же время, Национальные требования к компетентности специалистов в сфере управления проектами (National Competence Baseline, NSB SOVNET 3.0), разработанные Ассоциацией Управления Проектами SOVNET, предполагают оценку 15 базовых элементов поведенческой компетентности, раскрывающих поведение проектного специали-

ста, его умение ориентироваться в условиях конкретной ситуации (лидерство, ориентация на результат, вовлечение и мотивация, самоконтроль, уверенность в себе, открытость, творчество, продуктивность, согласование, переговоры, конфликты и кризисы, снятие напряженности, надежность, понимание ценностей, этика) [2]. Приведенные базовые элементы преимущественно используются для оценки проектных менеджеров (руководителей проектов), но могут эффективно применяться в оценке членов команды проекта.

Учитывая, что команда проекта является временной организационной структурой и создается на период реализации проекта, базовые элементы поведенческой компетентности приобретают существенную значимость для обеспечения эффективного управления региональными проектами, особенно межведомственными и мультидисциплинарными.

Исходя из исследований практического опыта реализации региональных проектов следует отметить, что отсутствие отдельных базовых элементов поведенческой компетентности у членов команды проекта зачастую приводит к возникновению непредвиденных рисков, связанных с человеческим фактором, срыву сроков работ проекта, снижению качества. К примеру, в региональном межведомственном социальном проекте в составе команды проекта – линейный руководитель, имеющий высокий уровень профессионального образования, существенный опыт практической деятельности в предметной области, но демонстрирующий отсутствие таких базовых элементов поведенческой компетентности, как вовлеченность и мотивация, ориентация на результат. В зоне ответственности данного члена команды – крупный блок работ по внедрению во всех подведомственных учреждениях сферы здравоохранения одного из ключевых элементов инновационной системы обслуживания пациентов.

Напомним, что вовлеченность – это личный вклад, уровень личного участия, преданность проекту со стороны его участников, а мотивация – это совокупность факторов, определяющих поведение человека, система процедур и механизмов стимулирования участников проекта к определенному поведению. Ориентация на результат, в свою очередь, это сосредоточение внимания членов команды проекта на ключевых задачах для достижения оптимальных результатов проекта с наименьшими ресурсными затратами.

Следствием работы в команде такого проектного специалиста с отсутствием названных выше базовых элементов поведенческой компетентности является дискредитация и уменьшение значимости идеологии проекта в глазах исполнителей на местах, снижение исполнительской дисциплины и качества, срыв сроков реализации работ проекта.

Безусловно, при возникновении описанной выше ситуации неременным условием является использование рискоориентированного подхода, позволяющего применять базовые принципы оперативного управления, важной характеристикой которого является результативность принимаемого решения и степень его соответствия определенной цели. В данном случае управленческое решение заключалось в исключении проектного специалиста из команды проекта и его замене. Очевидно, что данный процесс также вызвал необходимость корректировки сроков и содержания отдельных работ проекта, проведения ряда дополнительных работ, направленных на понимание ценностей, с членами команды проекта и исполнителями на местах.

Следствием недооценки базовых элементов поведенческой компетентности членов команды проекта, происходящей чаще всего на практике, является снижение эффективности управления проектом.

Таким образом, представляется интерес во внедрении методов оценки базовых элементов поведенческой компетентности проектных специалистов в проектную деятельность органов государственного и муниципального управления. Это позволит органам исполнительной власти получить комплексный портрет проектного специалиста, проектировать его роль и ответственность в команде проекта, более эффективно управлять человеческим ресурсом.

Рассмотрим суть каждого из базовых элементов. Лидерство – искусство воздействия на других для побуждения их к достижению определенных целей, которое заключается в ведении других за собой. Эффективность (продуктивность) – способность оптимально использовать временные, материальные, финансовые и человеческие ресурсы для достижения конечного результата проекта и удовлетворения ожиданий всех его участников. Уверенность – способность авторитетно и аргументировано отстаивать свою точку зрения. Открытость – умение создать атмосферу, в которой все участники проекта могут свободно выражать свое мнение. Самоконтроль – системный и организационный подход, позволяющий справляться с ежедневной работой, меняющимися требованиями и преодолевать стрессовые ситуации. Надежность – гарантия выполнения взятых обязательств. Творческий подход (креативность) – способность мыслить и действовать оригинально, используя воображение. Согласование – умение обсуждать, приводить веские аргументы, выслушивать мнения других сторон, вести диалог и находить решения. Переговоры – средство разрешения разногласий между сторонами и достижение взаимоприемлемого решения. Управление конфликтами – умение преодоления противоречий при столкновении противоположных интересов или несовместимых личностей, которое может подвергнуть опасности достижение целей проекта. Снятие напряженности – способность разрядить критическую ситуацию, которая важна для поддержания эффективного сотрудничества всех участников проекта. Понимание ценностей – умение различать главные качества в людях, понимать и уважать их точку зрения. Этика – нравственные нормы и правила поведения членов команды проекта.

В целом, поведенческая компетентность является глубоко лежащей и устойчивой частью человеческой личности и может предопределять поведение человека во множестве ситуаций и рабочих задач. Она состоит из многих личностных параметров (черт личности, характеристик темперамента и эмоционально-волевой сферы, уровня интеллекта и особенностей мыслительной сферы, мотивов, установок, знаний и сложных навыков), и все эти параметры можно выявить и оценить.

Сегодня наш бенчмаркинг в сфере проектного управления базируется на непрерывном сравнении эффективности регионального проектного управления с эффективностью мировых и национальных лидеров в этой области с целью повышения уровня проектной зрелости, совершенствования управленческих процессов, методик управления, используемого инструментария.

Поэтому, опираясь на опыт оценки базовых элементов поведенческой компетентности, используя базовые положения сертификационной программы Международной Ассоциации Управления Проектами IPMA, представляется необходимым определить методологические принципы эффективной организации региональной оценки компетентности проектных специалистов и формирования модели базовых элементов поведенческой компетентности.

Модель поведенческой компетентности – это набор базовых элементов поведенческой компетентности проектных специалистов, который необходим органам исполнительной власти для решения стоящих задач с использованием методов проектного управления. Модель может содержать детальное описание стандартов поведения проектных специалистов в зависимости от роли в проекте, типа, масштаба проекта и т.д. Нужно четко понимать, что хорошо проработанные базовые элементы поведенческой компетентности для проектного менеджмента помогут упорядочить проведение аттестационных мероприятий (тестирования на допуск к участию в проекте) и позволят формировать эффективные команды проектов, ориентированные на достижение общей цели.

Представляется возможным использование модели, включающей следующие блоки (пример представлен в таблице):

- базовые элементы поведенческой компетентности;
- уровни оценки базовых элементов поведенческой компетентности;
- индикаторы поведения, присущие для каждого уровня.

Пример оценки одного из базовых элементов поведенческой компетентности

Базовый элемент поведенческой компетентности	Уровень	Индикатор поведения
Лидерство	1	Обладает естественным авторитетом, люди слушают его и доверяют ему
	2	Должен постоянно доказывать свою точку зрения, люди сомневаются в нем
	3	Не имеет авторитета, люди не доверяют ему

При этом важно помнить, что структура модели базовых элементов поведенческой компетентности имеет очень важное влияние на точность оценок.

Эффективная модель должна соответствовать следующим стандартам:

- быть легкой для понимания;
- иметь простую структуру и описываться понятным языком;
- быть актуальной для всех сотрудников, кто будет ее пользоваться;
- учитывать возможные изменения;
- содержать индикаторы поведения, которые не пересекаются;
- быть справедливой ко всем проектным специалистам, которые будут по ней оцениваться.

Не стоит создавать модели с большим набором компетенций и пытаться охватить всю информацию, необходимую на все случаи жизни и для исполнения всех проектных ролей, включая подробные описания задач и результатов деятельности и стандартов поведения проектных специалистов. Модель может быть описана с помощью 15 базовых элементов, используемых в Национальных требованиях к компетентности специалистов по управлению проектами.

Важно отметить, что оценка поведенческой компетентности на основе модели базовых элементов дает ряд преимуществ.

Для органов исполнительной власти:

1. Возможность разработки единых стандартов описания базовых элементов поведенческой компетентности.
2. Возможность проведения оценки проектных специалистов и выявления их соответствия требуемому уровню.
3. Согласованность при оценке проектного специалиста: все эксперты будут иметь прозрачность в понимании «ценных личностных качеств» члена команды проекта и представление о совместимости специалиста с конкретной проектной командой.
4. Возможность определить сильные и слабые стороны каждого члена команды проекта и использовать эту информацию для эффективного управления проектом.
5. Появляются основания для включения проектных специалистов в кадровый проектный резерв, а также планирования их участия в других региональных и муниципальных проектах.
6. Возможность обоснования корректировки стимулирующих выплат по итогам реализации проекта.

Для проектных специалистов:

1. Лучшее понимание того, что они делают, какие требования к ним предъявляют и какие качества им необходимы для участия в проекте и успешного выполнения работ.
2. Возможность получить обратную связь, узнать о своих сильных и слабых сторонах, общем потенциале и перспективах в проектной деятельности.

Литература

1. Распоряжение Губернатора Белгородской области от 22 июня 2012 года № 408-р «Об утверждении порядка определения уровня профессионального соответствия проектных специалистов» [Электронный ресурс]. URL : <http://dkp31.ru/activity/project/> (дата обращения: 25.10.2017).
2. Воропаев, В.И. Управление проектами : Национальные требования к компетентности специалистов / А.А. Андреев, В.Н. Бурков, В. И. Воропаев, В.Р. Дорожкин, М.Ф. Дубовик, Л.В. Миронова, В.С. Палагин, А.В. Полковников, Г.И. Секлетова, Б.П. Титаренко, А.С. Товб, Ю.Ю. Трубицин, Г.Л. Циперс // Проектная практика. – 2010. – 260 с.
3. ГОСТ Р 54869–2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом [Электронный ресурс]. URL : <http://docs.cntd.ru/document/1200089604> (дата обращения: 25.10.2017).

РАЗВИТИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА КАК ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОРРУПЦИИ

И.И. Гуляев,

*кандидат философских наук,
заместитель директора Института управления,
доцент кафедры социологии и организации
работы с молодежью, НИУ «БелГУ»*

Исследования современного состояния коррупции в большинстве стран мира отчетливо показывают устоявшуюся тенденцию – в государствах, где гражданское общество активно участвует в политической жизни уровень коррупции ниже или имеет тенденцию к снижению. Активность гражданского общества необходимый фактор в эффективной борьбе с коррупцией. Понимая необходимость участия граждан в противодействии коррупции, международные организации уделяют этому вопросу очень большое значение. В частности Конвенция ООН против коррупции рекомендует странам участницам активно привлекать институты гражданского общества в политическую деятельность в рамках электоральных кампаний и иных политических процессов [1].

Активное участие гражданского общества в избирательных процессах значительно уменьшает поле для политической коррупции и использование административного ресурса. В этом плане важно понять, что собой представляет такое явление общественной жизни как политическая коррупция.

Политическая коррупция – термин, введенный в научный оборот и повседневную политическую практику сравнительно недавно. Для характеристики коррупционных отношений в сфере политики до недавнего времени использовались термины «политический лоббизм», «группы давления». Современный этап развития антикоррупционной политики и антикоррупционных технологий включил политическую коррупцию в свой понятийный аппарат. На первый взгляд, понятие «политическая коррупция, кажется несколько некорректным, поскольку изначально коррупционное деяние связывается со служебными злоупотреблениями должностных лиц. Само же понятие должностного лица в юридической науке неизбежно сопрягается с наличием в их арсенале исполнительно-распорядительных полномочий, базирующихся на властной деятельности субъектов. Включение в трактовку данного понятия фактора власти выводит его к известной формуле «власть – это политика». Полемика вокруг введения термина «политическая коррупция» заключается в том, что одни исследователи сходятся во мнении, что это та же коррупция, но только на верхнем уровне. Оппоненты утверждают,

что такая коррупция не отличается от общепринятого понимания, а специфика политической коррупции состоит в том, что она касается вопросов принятия политических решений и не всегда имеет прямую финансовую или иную выгоду. Носит долгосрочный, стратегический характер, и в первую очередь целью своей имеет непосредственно политическую власть.

Однако, подавляющее большинство исследователей данной проблемы сходятся во мнении, что политическая коррупция это возможность носителей политической власти использовать ее в своих целях. Так Герасимов А.В. отмечает, что под политической коррупцией следует понимать коррупционные (или связанные с коррупцией) формы политической борьбы правящих или оппозиционных элит, партий и групп и отдельных лиц за власть, т.е. с целью ее захвата или удержания, а также против политических конкурентов. Некоторым ее видам присущи коррупционные деяния против конституционных прав и свобод человека и гражданина, против основ государственного строя и государственной власти [2].

А Лазарев Е.А. отмечает, что политическая коррупция представляет неформальную институциональную среду, “черный рынок” экономических, административных, информационных ресурсов, на котором властные элиты взаимодействуют между собой и с другими структурами общества [3].

Имея некоторые расхождения в понимании особенностей политической коррупции, большинство исследователей изучающих данный феномен рассматривают ее как особый вид коррупции, возникающий в политической системе общества в результате нарушения избирательного права, подкупа избирателей. Коррупция здесь выражается в незаконном финансировании избирательных кампаний, информационном обеспечении выборов организациями и СМИ из корыстных или иных выгод, подкупе лиц призванных обеспечивать открытость и гласность избирательного процесса. Такая коррупция поражает и деформирует все ветви власти и все сферы государства, принципиально меняя смысл и характер деятельности государственных органов власти. Здесь действительно есть все характерные признаки власти, за исключением должностного лица [4].

В целом необходимо отметить, что политическая коррупция это сложный конгломерат политических процессов и явлений, описывающий теневое взаимодействие государства, бизнеса, ряда общественных структур, во многом определяющее изменение политической власти, режимов или каких-либо политических структур. В самом общем виде политическая коррупция это использование государственной, политической власти ради собственной выгоды.

Хотя ряд исследователей представляет политическую коррупцию как намеренные действия носителей власти по разрушению государственных структур, в пользу третьих игроков. Не отрицая и такую трактовку, и соответственно возможность, тем не менее, мы должны отметить, что данная специфика политической коррупции не носит массового характера и ее необходимо рассматривать в отдельном порядке.

Возвращаясь к общепринятому пониманию политической коррупции, следует отметить ее характерные признаки: во-первых это отсутствие явной противоправности; во-вторых – нацеленность на захват, сохранение, укрепление и распределение власти, как отдельными лицами, та и их группами (объединениями, организациями, партиями); в-третьих, использование для достижения указанных целей государственных, так и общественных ресурсов.

Отмечая специфические особенности политической ситуации сложившейся на постсоветском пространстве, отчетливо прослеживается третий признак политической коррупции, а именно систематическое и долгосрочное использование административного ресурса в выборных кампаниях. Эта разновидность политической коррупции получила самое широкое распространение, и не только в постсоветских государствах.

Электоральная коррупция во многих странах современного мира стала обыденностью. Использование серых схем для привлечения денежных средств, привлечение

финансов крупного капитала, манипуляции во время голосования – все это стало нормой во многих государствах. События последних избирательных кампаний, даже в странах, так называемой развитой демократии показывают, что электоральная коррупция превратилась чуть ли не в обыденную практику этого процесса.

Стоит, наверное, вспомнить, скандалы и даже уголовные дела, связанные с двумя предыдущими президентами Франции, эксканцлером Германии, последние выборы в США, последствия которых до сих пор будоражат общественную жизнь не только этой страны, и т.д.

Многие исследователи отмечают, что все избирательные кампании в США последних лет, это, по сути, политическая борьба двух партий с использованием крупного капитала. Учитывая тот факт, что в США уже давно узаконена лоббистская деятельность, избирательные кампании напоминают инвестиционную площадку: бизнес вкладывает деньги в какого-то кандидата с целью получить, в последствии, свои дивиденды. Дивиденды эти могут быть в виде должностей, тендеров, проекты т.д.

В странах бывшего Советского Союза лоббистская деятельность носит теневой характер и поэтому часто находится на грани нарушения закона, а то и за гранью. Необходимо отметить, то обстоятельство, что лоббизм это не только теневые группы давления, представляющие какие-либо бизнес-структуры, но это и деятельность самой политической элиты по продвижению своих интересов, давлению на различные государственные структуры. В этом контексте лоббизм можно рассматривать как использование административного ресурса. А соответственно использование административного ресурса в выборном процессе это электоральная коррупция.

В заключении хочется отметить тот факт, что практически все исследователи проблемы политической коррупции сходятся во мнении, что электоральная коррупция является наиболее опасной для общества в силу того, что люди захватившие власть подобным образом могут годами использовать данный ресурс, сохранять свою власть и использовать ее в своих корыстных целях, в том числе и при проведении очередных выборов [5].

Люди, пришедшие таким образом к власти, рассматривают государственные должности и структуры как некий бизнес-проект, что в корне разрушает основные принципы государства как социального института. Поэтому развитие институтов гражданского общества это действительно необходимый инструмент противодействия политической, особенно электоральной коррупции. При условии, что гражданское общество это не просто набор различных объединений и организаций, а идеология всех общественных институтов построенных на началах гражданской ответственности и культуры.

Литература

1. Конвенция ООН против коррупции. (принята Генеральной Ассамблеей ООН 31 октября 2003 г.).
2. Герасимов А.В. Политическая коррупция в современной России / Проблемы МСУ - www.samoupravlenie.ru
3. Лазарев Е.А. *Политическая коррупция: объясняя природу постсоветских трансформаций.* – Полис. Политические исследования. 2010. № 2. С. 106-121.
4. Герасимов А.В. Политическая коррупция в современной России / Проблемы МСУ - www.samoupravlenie.ru
5. Герасимов А.В. Политическая коррупция в современной России / Проблемы МСУ - www.samoupravlenie.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РАМКАХ МОДЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Б.В. Заливанский,

кандидат социологических наук, доцент,

директор, МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий»

Е.В. Самохвалова,

кандидат социологических наук, доцент,

доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Современная тяжелая финансово-экономическая ситуация повлекла за собой существенное снижение доходов бюджетов всех уровней, а в ряде регионов и дефицит бюджета. В таких условиях органам власти субъектов РФ становится все сложнее поддерживать, а тем более обеспечивать развитие региональной инфраструктуры. При этом, существующие инфраструктурные объекты и комплексы, созданные десятки лет назад, остро нуждаются в оздоровлении. Это выражается в ухудшении состояния школ, больниц, водопровода и систем очистки воды, дорог и других объектов, которые либо отсутствуют, либо изношены, либо требуют срочного ремонта [1, С.5]. С другой стороны, очевидна необходимость существенных капитальных вложений в реализацию совершенно новых инфраструктурных проектов, которые соответствовали бы изменяющимся потребностям населения, так как нерешенность инфраструктурных проблем сказывается на удовлетворенности населения качеством своей жизни и деятельностью органов власти. А, следовательно, имидж власти, доверие к ней оказывается под серьезной угрозой. По мнению современных авторов, иногда объединение усилий государства и бизнеса в рамках модели государственно-частного партнерства оказывается единственным выходом в такой ситуации [2].

Государственно-частное партнерство представляет собой относительно новую ступень в развитии отношений публичного и частного партнеров. В отличие от традиционных отношений государства и бизнеса (например, системы государственного заказа) государственно-частное партнерство создает свои модели финансирования, отношений собственности и методов управления. Основными целями развития государственно-частного партнерства в регионе являются: ускорение темпов социально-экономического развития территории за счет дополнительных инвестиций в объекты инфраструктуры, привлекаемых из внебюджетных источников, а также за счет повышения качества услуг публичного сектора; экономия бюджетных средств в краткосрочном периоде за счет распределения финансирования на более длительный период; повышение эффективности использования бюджетных средств за счет привлечения частного сектора.

Сам ГЧП-проект представляет собой инвестиционный проект с участием государства и частного предпринимателя, построенный на паритетных началах, а государственно-частное партнерство рассматривается как одна из возможных форм взаимодействия публичной власти и частного бизнеса в сфере реализации инфраструктурных проектов. Ключевыми характеристиками такого проекта являются: объединение двух видов деятельности (инвестиции в объекты инфраструктуры и оказание услуг с помощью данных объектов либо их эксплуатация); полное или частичное финансирование создания объекта общественной инфраструктуры частной стороной; долгосрочный характер и договорное оформление; обязательное разделение проектных рисков между сторонами.

До недавнего времени, под государственно-частным партнерством понималось любое взаимодействие государства и бизнеса, направленное на достижение общественно полезного результата, а, следовательно, все способы реализации инфраструктурных проектов можно было относить к ГЧП. С начала 2016 года вступил в действие Федеральный закон № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты

Российской Федерации», который четко обозначил требования к проектам, попадающим под эту категорию.

В соответствии с ним, ГЧП – это юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публично-го партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, заключенного в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества (четко выраженная публичная направленность)» [3].

На практике сложилась ситуация в которой регионы, в большинстве случаев, сформировали организационно-правовые основы реализации политики ГЧП еще до вступления в силу Федерального закона № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», понимая такое партнерство в широком смысле и относя к нему все возможные виды взаимодействия государства и бизнеса. Применительно к этой ситуации мы можем утверждать, что у некоторых субъектов уже имеется не только нормативно-правовая и организационная основа, но и позитивный опыт реализации подобных проектов. В то же время вышеуказанный закон значительно сужает перечень проектов, отнесение которых возможно к категории проектов ГЧП в узком смысле, а в ряде случаев и требует существенной корректировки имеющихся нормативных правовых документов.

Управление развитием государственно-частного партнерства в регионе является одним из важнейших направлений социально-экономической политики субъекта РФ. Такая управленческая деятельность представляет собой систему мер по организации долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях, включая выработку целей, задач и принципов государственно-частного партнерства, направлений развития и мероприятий по их реализации. Для отношений ГЧП характерны следующие ключевые свойства. Во-первых, ГЧП может предполагать как инвестиции в объекты инфраструктуры, так и оказание услуг с помощью данных объектов либо их эксплуатацию. При этом создание объекта общественной инфраструктуры полностью или частично финансируется частной стороной. Во-вторых, проекты ГЧП имеют долгосрочный характер и обязательно имеют договорное оформление. В-третьих, ГЧП предполагает разделение проектных рисков между сторонами, причем такое разделение является обязательным условием отношений ГЧП [4, С.28]. Наличие «доходного этапа» также является ключевым признаком реализации таких проектов. При этом источником дохода может выступать как бюджетное финансирование, так и выручка от оказания услуг.

Организация управления развитием государственно-частного партнерства в регионе включает в себя подготовительный, пилотный и заключительный этапы.

На подготовительном этапе органы регионального управления принимают решения о развитии сферы ГЧП и формировании системы управления ГЧП. На этом этапе необходимо:

- определить приоритеты развития инфраструктуры региона на принципах ГЧП;
- разработать политические документы по развитию сферы ГЧП в субъекте РФ, в т.ч. разработать и принять региональный закон о ГЧП;
- создать специализированные структуры по развитию и управлению ГЧП (либо наделить действующие структуры соответствующими полномочиями);
- создать систему взаимодействия с потенциальными частными инвесторами и экспертным сообществом в сфере ГЧП.

На следующем пилотном этапе следует:

- сформировать и реализовать портфель пилотных проектов ГЧП;
- провести первичные мероприятия по привлечению потенциальных инвесторов к проектам в сфере ГЧП в регионе;

- доработать региональную нормативную правовую базу ГЧП;
- развивать систему управления ГЧП проектами, включая: расширение числа целевых секторов и отбор новых проектов ГЧП; расширение числа применяемых финансовых инструментов; увеличение пула потенциальных инвесторов; проведение мероприятий по повышению квалификации работников органов власти субъекта РФ в сфере управления проектами ГЧП на постоянной основе.

На заключительном этапе необходимо обеспечить:

- охват государственно-частным партнерством множества секторов региональной инфраструктуры;
- развитость нормативно-правовой базы: возможность использовать весь спектр моделей ГЧП;
- гибкость распределения рисков в зависимости от специфики проектов;
- привлечение большого объема финансовых ресурсов для инвестиций в инфраструктуру, прежде всего средства пенсионных фондов и фондов прямых инвестиций;
- устойчивый поток проектов;
- высокую квалификацию и обширный опыт реализации ГЧП проектов у ответственных органов публичной власти.

Важная роль принадлежит разработке и принятию политического документа, такого как Концепция (либо раздел в Стратегии развития региона). Такой документ раскрывает цели, масштаб и принципы реализации политики развития в сфере ГЧП, а также может описывать основные процедуры и правила, в соответствии с которыми она будет реализовываться. Безусловно, проекты ГЧП неразрывно связаны с целями социально-экономического развития территории, более того, их реализация должна обеспечивать достижение показателей долгосрочных целевых программ региона. А, следовательно, важно учитывать возможности государственно-частного партнерства при планировании, прогнозировании и программировании развития субъекта РФ [5]. В целях методической поддержки управления развитием ГЧП в регионе возможна разработка методических материалов – инструкций, рекомендаций и иных документов, которые могут описывать последовательный алгоритм действий, а также лучшие имеющиеся практики реализации проектов ГЧП. Возможно и принятие специальных отраслевых правовых актов, которые могут обеспечить развитие системы управления ГЧП в конкретных отраслях инфраструктуры.

Еще одной важной задачей для региональных органов власти является учреждение новых, ответственных за реализацию ГЧП-проектов структур и профессиональная подготовка соответствующих специалистов. Среди навыков, необходимых таким специалистам, в первую очередь, следует отметить навыки ведения переговоров и заключения контрактов, навыки финансово-экономического анализа, менеджмента и маркетинга ГЧП-проектов. Специалисту необходимо уметь грамотно сочетать общественные и частные интересы, осуществлять мониторинг эффективности деятельности частных партнеров, а также прогнозировать и предотвращать возможные риски, способные подорвать успех в реализации проекта. Более того, государственным служащим также потребуется понимание функционирования тех секторов экономики, в которых им нужны партнеры. На практике, по мнению специалистов, служащие не всегда располагают перечисленными навыками.

В Белгородской области ведется работа по созданию институциональной среды государственно-частного партнерства. В первую очередь речь идет о приведении в соответствие существующей в регионе нормативной правовой базы реализации подобных инфраструктурных проектов. Проведенный анализ документов стратегического планирования области позволяет утверждать, что развитие механизмов государственно-частного партнерства в регионе, чаще всего, рассматривается в качестве одного из инструментов минимизации финансовых рисков реализации запланированных мероприятий.

Во-вторых, уполномоченным органом исполнительной власти Белгородской области в сфере государственно-частного партнерства является департамент экономического развития, в структуре которого создана специализированная структура – Отдел оценки

регулирующего воздействия и государственно-частного партнерства Управления инвестиций и инноваций. К основным задачам Отдела в данной сфере относятся: внедрение процедуры оценки регулирующего воздействия проектов нормативных актов и экспертизы действующих нормативных правовых актов, затрагивающих предпринимательскую и инвестиционную деятельность; разработка и внедрение механизмов государственно-частного партнерства при реализации инвестиционных проектов на территории Белгородской области; реализация и мониторинг мероприятий по улучшению инвестиционного климата и продвижению имиджа Белгородской области как инвестиционно-привлекательного региона.

В-третьих, всего по состоянию на 1 января 2017 года в реестр ГЧП-проектов внесен 41 проект, из которых 9 проектов уже завершено, а по 5 пока ведется поиск инвесторов. Однако, несмотря на прилагаемые в области усилия, можно отметить наличие таких недостатков, как: недостаточная концептуальная проработка механизма управления развитием государственно-частного партнерства в регионе; слабая нормативная проработка этого процесса; недостаточное методическое и информационное (в первую очередь в части продвижения идеи партнерства бизнеса и власти на взаимовыгодных условиях) сопровождение данного процесса; недостаточная, в силу новизны тематики, квалификация участников государственно-частного взаимодействия.

В рамках темы следует сказать, что Правительством Белгородской области реализуется комплекс мер, предусматривающий формирование максимально комфортных условий для инвесторов, подробное описание которых можно увидеть на Инвестиционном портале, управление которым осуществляет АО «Корпорация «Развитие» – региональный институт развития со 100% участием государственного капитала. Общество образовано в январе 2011 года на основании распоряжения Правительства Белгородской области в целях создания оптимальных условий для реализации инвестиционных проектов. Корпорация представляет интересы Белгородской области в проектах государственно-частного партнерства.

На портале можно увидеть Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе. Кроме того, в области был разработан и внедрен Стандарт деятельности органов местного самоуправления по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании, реализация которого была предусмотрена в дорожных картах муниципальных районов и городских округов в течение 2014-2015 годов. Реализация муниципального инвестиционного стандарта направлена на создание условий для увеличения притока инвестиций, упрощение процедур ведения предпринимательской деятельности повсеместно на территории региона, повышение уровня деловой репутации муниципальных образований.

В целом, государственная поддержка инвестиционной деятельности осуществляется в следующих формах:

- предоставление государственных гарантий Белгородской области;
- предоставление инвестиционных налоговых кредитов;
- предоставление налоговых льгот;
- предоставление субсидий из областного бюджета;
- содействие в создании промышленных парков и инвестиционных площадок;
- установление льготных условий пользования имуществом, находящимся в собственности Белгородской области;
- оказание содействия по выделению земельных участков под строительство производственных объектов;
- предоставление информационной поддержки.

В регионе сформирован реестр перспективных инвестиционных площадок в разрезе муниципалитетов. Кроме того, эксперты Белгородской области из числа представителей бизнес-сообщества привлечены Агентством стратегических инициатив для отработки

системы мониторинга реализации Дорожных карт, подготовленных в рамках реализации Национальной предпринимательской инициативы «Улучшение инвестиционного климата в Российской Федерации».

В то же время следует отметить, что ожидаемый рост реализации проектов ГЧП в области обеспечивать пока трудно, в первую очередь, в силу снижения темпов роста российской экономики, а, следовательно, и снижения интереса инвесторов к долгосрочным инвестициям в инфраструктуру на региональном и муниципальном уровне. Кроме того следует отметить и высокую сложность процесса подготовки проектов ГЧП, пока слабо обеспеченного высококвалифицированными кадрами как со стороны власти, так и со стороны бизнеса.

Главной целью ГЧП в рамках сбалансированного развития региона должен стать учет общественных социально-экономических интересов. Общество и бизнес должны иметь общие интересы, тогда цель их сотрудничества будет достигнута. Основными признаками данного сотрудничества должны являться долгосрочный характер сотрудничества и ориентация на достижение определенных целей; нормативно-правовое обеспечение сотрудничества; оказание общественно значимых услуг либо создание общественно значимого продукта как объекта партнерства; деление выгод, доходов, расходов и рисков между сторонами. Для этого необходимо системно подойти к созданию ГЧП в регионе. Такой подход предусматривает комплексное решение разработки концепции введения ГЧП в региональную социально-экономическую систему, которая должна включать:

- цели, задачи, принципы создания ГЧП;
- структуру и систему управления, предусматривающую функции ее отдельных звеньев;
- механизмы и инструменты;
- нормативного обеспечения регионального и муниципального уровня. Предлагаемая нами концепция должна способствовать непрерывному сбалансированному развитию социально-экономической системы региона и снижать риски, связанные с внешними и внутренними региональными факторами воздействия.

Оптимальная работа и развитие организационно-экономических отношений ГЧП в регионе, на наш взгляд, возможны при реализации ряда принципов:

1) сотрудничество должно носить стратегическую направленность (в ходе прогнозирования, планирования и в процессе реализации проектов ГЧП должны ставиться и достигаться долгосрочные цели непрерывного, устойчивого, сбалансированного регионального социально-экономического развития);

2) принцип обоснованности применения ГЧП предполагает, что использование его механизма при сбалансированном развитии региона не является самоцелью и должно обосновываться большей эффективностью расходования государственных средств и (или) обеспечением большего социального эффекта по сравнению с существующими традиционными схемами;

3) состязательность при выборе частного партнера, которая обеспечивается конкурентным характером отбора частных партнеров за счет внедрения процедуры конкурсных торгов, что позволяет полнее использовать предпринимательский потенциал и повышать эффективность реализации проектов ГЧП;

4) принцип разделения выгод и рисков (он не имеет ничего общего с принципом равенства партнеров, который не применяется к ГЧП, так как государство и его интересы всегда имеют в партнерстве наивысший приоритет, но в то же время грамотное распределение выгод и рисков обеспечивают эффективность и устойчивость сотрудничества);

5) сочетание государственного обеспечения с государственным контролем, которое отражает специфику ГЧП, заключающуюся в том, что государство берет на себя ответственность за обеспечение благоприятной макроэкономической среды и получение частным партнером установленной договором коммерческой прибыли на весь срок сотрудни-

чества, при этом указанное государственное обеспечение должно сочетаться с непрерывным контролем за деятельностью частного партнера;

б) удовлетворение общественного интереса, которое подразумевает, что целью ГЧП является решение общественно значимой задачи или удовлетворение социальных потребностей путем расширения ассортимента товаров и услуг, повышения качества их эффективности.

Работа по развитию института государственно-частного партнерства должна осуществляться комплексно и поэтапно. На первом этапе должны быть сформулированы концептуальные основы действий в данной сфере, а нормативные правовые документы приведены в соответствие с требованиями федерального законодательства. Важным представляется и продвижение идеи партнерства бизнеса и власти, для чего необходимо через средства массовой информации развернуть работу по обеспечению доверия к новому типу хозяйственных отношений. Отдельным направлением этой работы может стать реализация мероприятий по формированию позитивного имиджа белгородской власти и ее ГЧП-партнеров. Кроме того, в области необходимо развивать практику предоставления услуг инвестиционного консультирования по подготовке осуществляемых на условиях ГЧП инвестиционных проектов и осуществлять планомерное профессиональное развитие участников государственно-частного партнерства

При определении концептуальных основ необходимо детально изучить позитивный отечественный и зарубежный опыт. Так, например, В 2008г. правительство Австралии приняло большой пакет документов, касающихся развития государственно-частного партнёрства, под названием «Национальная политика государственно-частного партнёрства и руководящие принципы», в которых ясно заявило о своей «приверженности способам развития инфраструктуры, оптимально использующим ресурсы государственного и частного сектора» Правительством сформулированы основные цели политики ГЧП: поощрение частных инвестиций в публичную инфраструктуру, стимулирование инноваций, обеспечение регулятивных рамок и процедур; управление отбором проектов ГЧП, обеспечение конкуренции и подотчётности. Важным является требование ко всем государственным органам в обязательном рассматривать ГЧП как потенциальный инструмент госзакупок при анализе вариантов реализации инфраструктурных проектов. Зафиксированы основополагающие принципы ГЧП – эффективность, соблюдение общественных интересов, разделение рисков, прозрачность, оценка и контроль со стороны государственного сектора. Принятый пакет документов обязателен для исполнения всеми штатами страны и муниципальными органами власти при подготовке проектов ГЧП. Каждый субъект федерации назначает министра и формирует орган, ответственный за политику в области ГЧП и за каждый проект, реализуемый на его территории.

Аналогичный политический документ – «Основной курс в отношении реализации проектов обустройства общественной инфраструктуры с привлечением частных финансовых средств» имеется и в Японии. В нём изложена японская трактовка государственно-частного партнерства, зафиксирована приверженность правительства концепции ГЧП, сформулированы фундаментальные принципы ГЧП (ориентация на общественные интересы, эффективность, справедливость, прозрачность, подотчётность, объективность, контрактная основа, самостоятельность частного сектора в хозяйственной деятельности), изложены основные ожидания правительства. Демонстрация политической воли государства является значимым, но лишь первым шагом на пути становления ГЧП. Не менее важно определить стратегическую направленность движения, целевые ориентиры, возможные инструменты достижения этих целей. Решение этих задач становится возможным за счет использования инструментария долгосрочного планирования. Его значение особенно возрастает, когда число инфраструктурных проектов с горизонтом действия в 20-30 лет начинает измеряться сотнями, а их отраслевой охват распространяется на широкий спектр областей инфраструктуры. Во многих странах мира отдельные сектора инфраструктуры, как правило, находятся в ведении разных государственных органов управления, и подобная «ведом-

ственная разобщенность» нередко становится препятствием на пути выработки единого подхода к инфраструктурному комплексу и межотраслевой балансировки инфраструктурного развития. Мировой финансово-экономический кризис выявил такие недостатки реализации проектов государственно-частного партнерства, как разбалансированность ресурсов в долгосрочной перспективе и недостаточная межотраслевая координация инвестиционных решений и подтолкнул многие страны к осознанию важности и преимуществ стратегического планирования развития инфраструктуры. В этой связи, следует существенно переработать областные и муниципальные документы стратегического развития и планирования с целью обоснования в них процесса стратегического развития инфраструктуры области с использованием механизма государственно-частного партнерства.

В целом основными направлениями развития государственно-частного партнерства в регионе должны стать: повышение информированности представителей бизнес-структур области о возможностях ГЧП-партнерства; приведение нормативной правовой базы региона требованиям федерального законодательства; учет механизмов государственно-частного партнерства в целеполагающих документах Белгородской области; подготовка специалистов, соответствующей квалификации.

Литература

1. Государственно-частное партнерство как инфраструктура активизации инвестиционной деятельности и инновационного развития экономики Севера (на примере Республики Коми) [Текст]. – Сыктывкар: Изд. Сыктгу, 2011. – 152 с.
2. Взаимодействие государства и бизнеса [Текст] / Л. А. Добрынин, Е. И. Марковская, А. А. Медведь, Н. Г. Привалов, Н. С. Рагимова, И.В. Троицкая – Спб.: Издательство Спбгэу, 2014. – 192 с.
3. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 13 июля 2015 года № 224 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
4. Варнавский, В.Г. Государственно-частное партнерство: теория и практика [Текст] / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев. – М. : ВШУ, 2012. – 287 с.
5. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере ГЧП [Электронный ресурс] // Центр развития государственно-частного партнерства : [сайт] / Центр развития ГЧП. – М., 2009-2017. – Режим доступа к изданию: <http://pppcenter.ru/rukovodstvo.pdf> (дата обращения: 01.10.2017).

НА ПУТИ К «АНТРЕПРЕНЕРСКОМУ» ГОСУДАРСТВУ

В.М. Захаров,
д.с.н., профессор,
директор Института управления «БелГУ»
О.В. Никонова,
аспирант Института управления
НИУ «БелГУ»

Процесс формирования демократических основ российского общества обнажил не мало критических проблем и сбоев в отношениях между властью и обществом, ключевыми из которых являются: низкая эффективность государственного управления, его громоздкость, отстраненность государственных интересов от общественных и, как следствие, дисбаланс между институтами государственного и общественного управления. Вопрос

объективной необходимости развития открытого диалога власти и общества былозвучен еще в 2014 году Правительством РФ, когда было заявлено, что государство и общество в России это не антиподы, а партнеры в деле развития своей страны [1]. Именно удовлетворенность населения качеством государственных услуг намечалась как один из главных маркеров эффективности деятельности государственной власти.

К этому можно добавить проблему партиципации в публичном управлении - то есть, о возможностях участия, непосредственного или опосредованного, граждан в политической жизни, управленческом процессе, гражданском контроле. Применительно к гражданскому контролю, можно отметить парадокс, о котором говорят В.П. Бабинцев и В.М. Захаров: «В практике государственного управления довольно часто возникает ситуация, для которой характерно парадоксальное сочетание логики конкретных технологически выстроенных действий и отсутствия смыслов.

Подобное раздвоение субъектов управленческого воздействия инициирует систему двойных стандартов, успешно реализуемую для противодействия гражданскому контролю. Формально он находит свое применение в некоторых ключевых кадровых ситуациях (конкурс, квалификационный экзамен) в виде привлечения независимых экспертов. Но при соблюдении внешней благопристойности и правовой корректности, в большинстве случаев эти практики действуют в холостую, поскольку окончательные решения принимаются, как правило, с использованием неформальных механизмов» [2].

В современной дискуссии участниками экспертной площадки Петербургского международного экономического форума-2017 была смело заявлена тема имитации общественной деятельности и общественного диалога. У граждан по-прежнему нет возможности влиять на государственные решения, а такие площадки для дискуссий и экспертизы, как Общественная палата и общественные советы при органах власти, далеки от реально приносящих сколь-нибудь ощутимые результаты.

Более того, проведенный в 2016 году опрос Центром стратегических разработок отразил весьма интересный момент. На вопрос «Можете ли Вы повлиять на ситуацию в стране» - 87 % респондентов ответили «нет», на вопрос «Можете ли Вы повлиять на ситуацию в своем районе/городе» отрицательно ответили - 81% [3].

Можно говорить о том, что многие попытки выстраивания открытого диалога между властью и обществом за последнее время не сработали. Безусловно, за последние 5 лет достижением стал запуск Официального сайта для размещения информации о подготовке федеральными органами исполнительной власти проектов нормативных правовых актов и результатах их общественного обсуждения - портал regulation.gov.ru [4], на котором открыто публикуются все разрабатываемые нормативно-правовые акты. Впрочем, обсуждение нормативных документов носит больше не результативный, а декоративный характер. Иллюстративным примером подмены реальных действий по решению управленческих проблем на самодовлеющую имитацию, является то, что из более 42 500 нормативных проектов абсолютное большинство не нашло отражение в общественном обсуждении, и такая реакция общества позволяет судить о том, насколько разнится пролоббированное нормотворчество реальными проблемами граждан.

Главной задачей в условиях открытого взаимодействия должно считаться привлечение граждан к разработке таких инициатив, которые соответствуют потребностям населения, будь то помощь по уходу за престарелыми людьми или гибкая инфраструктура дошкольных учреждений и т.д. Органам государственного управления необходимо искать пути для системного взаимодействия с некоммерческим и предпринимательским сектором. Однако предприниматели признаются, что их желание сотрудничать с властью трудно осуществить на практике из-за различных барьеров, будь то бюрократия, формализм, медленное и рутинное принятие решений, усложненная непрозрачная нормативная база и т.д. Это в значимой мере подтверждает исследование Центра стратегических разработок по категории желающих заниматься предпринимательством. Таких оказалось аж 2% от опрошенных [3].

В субъектах РФ и период формирования институтов гражданского общества принят пакет нормативно-правовых актов, регулирующих взаимодействие органов власти и некоммерческих организаций (НКО). Так, например, в Белгородской области приняты: долгосрочная целевая программа «Поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций Белгородской области» на 2011–2013 гг.», государственная программа Белгородской области «Социальная поддержка граждан в Белгородской области на 2014–2020 годы» и др.

Исследование, проведенное в 2016 году Институтом региональной кадровой политики в Белгородской области, подтверждает, что НКО являются относительно закрытыми не в полной мере взаимодействующими органами власти. Рассматривая взаимодействие НКО с внешней средой, отмечено, что основная активность НКО направлена на представителей своей целевой группы (61%) и местного сообщества (38%). Наименее привлекательными партнерами НКО выделяют местную (30%) и региональную администрации (27%) [5].

Можно судить о том, что институты гражданского общества и открытое государственное управление в России все еще находятся на начальной стадии развития, постоянно сталкиваясь с барьерами. По словам министра М. Абызова, движение к открытому гос. управлению необходимо продолжать, меняя культуру управления и ментальность чиновников. Важно, чтобы чиновники, государственные люди были к этому равнодушны и терпимы. В противном случае речь идет о симуляции гражданского общества, в котором люди занимают место, а не позицию.

Данное положение подтверждается авторским экспертным опросом, выявившим несколько ключевых факторов, влияющих на результативность системы регионального управления. Опрос проводился в 5 регионах ЦФО: Белгородская, Курская, Орловская, Липецкая, Брянская области авторами в ноябре 2016-январе 2017 года, число выборки N=100. (Эксперты отобраны из числа руководителей государственных структур региональной власти).

Главными факторами, препятствующими результативной деятельности управленческих кадров региональных органов власти, по мнению экспертов, являются: отсутствие мотивации к результативной служебной деятельности (4 балла из 5), некомпетентно-ориентированная система профессионального развития управленческих кадров (3,8 балла), неработающая система взысканий/ответственности за профессиональные ошибки (3,7 балла), принятие управленческих решений в личных целях (3,6 балла). В наименьшей мере, по мнению экспертов, результативной деятельности управленческих кадров препятствует отсутствие гражданского контроля над деятельностью государственных служащих (3,1 балла). Впрочем, понятна такая сдержанная реакция руководителей государственных структур.

Одним из факторов успешности движения к желаемой модели взаимодействия государства и общества есть «движение навстречу». В частности, государству надлежит освободиться от непомерного бремени всеобъемлющих задач, которые должны (или могут) целиком либо отчасти быть предметом заботы институтов гражданского общества. Речь идет о цивилизованном делегировании полномочий. Мы вправе рассматривать антрепренерский формат (с франц. «entrepreneur» предприниматель), как стремление государства быть драйвером общественного развития и исполнять только те полномочия, которые делегированы гражданским сообществом. Гражданское общество в свою очередь, нуждается в свободе от оков государственной гиперрегламентации, которая весьма серьезно препятствует его нормальному развитию. Сегодня гражданам важно понимать, что государственные органы не только знают об их проблемах и потребностях, но и стремятся их оперативно решать.

Данная парадигма технологично отражена в докладе «Государство как платформа» М. Шклярук, руководителя направления «Институты и общество» Центра стратегических разработок [6]. Эксперты центра предлагают инновационный инструмент взаимодействия

с гражданами, суть которого в восприятии государства будущего как открытой платформы сервисного обеспечения в решении жизненно важных проблем граждан.

Можно констатировать, что современное государственное управление, государство настоящего испытывает «натиск дисфункций», источником которых выступает ряд причин, мы выделяем, опираясь на мнение некоторых авторов, следующие:

Таблица

Дисфункции современного государственного управления

№	И.В. Понкин	А.Г. Барабашев
1	Дисбалансы между публично-правовым и частноправовым регулированием отношений	Управленческие решения слишком часто выглядят бесчеловечными, не учитывающими новизну социальной жизни
2	Квантофрения государственного управления (заикленность в оценках на численные показатели)	Негибкие инструменты управления
3	Институциональные пороки	Увеличение объема и усложнение административных процедур
4	Разбалансированность систем контроля и ответственности в государственном управлении	Организационная деятельность становится самодовлеющей и подменяет собой реальные действия по решению управленческих проблем

Их преодоление в среднесрочной перспективе возможно на основе глубинных преобразований госсектора, а не поверхностной рихтовке отдельных его элементов. В этой связи прикладной разработки требуют следующие проблемные аспекты предстоящих реформаций:

Политическое закрепление парадигмы антрепренерского государства, где общественная компетентная позиция замещает функционал государственный (там, где сформированы условия).

Не имитационное, а реально пертинентное (с лат. «pertinēre» - быть важным, полезным) управление, где критерии результативности утверждают институты гражданского общества, и не сами органы власти.

Крайне важно создать механизмы респонсивного (от англ. «responsiveness» - способность «отвечать» на изменения) восприятия властью сигналов на оперативное решение жизненно важных проблем граждан.

И, наконец, закрепление меритократических установок как ключевых в кадровых процессах, где профессиональные компетенции и заслуги лежат в основе социальных лифтов на государственной службе.

Лишь на основе энергичных и последовательных изменений в системе государственного управления можно рассчитывать на сохранение субстантивности Государства Российского.

Литература

1. Доклад о состоянии гражданского общества В Российской Федерации за 2014 год [Электронный ресурс]. URL : <http://www.oprf.ru/documents/1151/2169/> (дата обращения 09.06.2017 год).

2. Бабинцев, В.П. Гражданский контроль в практике государственной службы: практики и перспективы / В.П. Бабинцев, В.М. Захаров // Государственная служба. – 2014. – №4.

3. Петербургский международный экономический форум-2017 [Электронный ресурс]. URL :

<http://www.forumspb.com/ru/2017/sections/68/materials/351/sessions/1784> (дата обращения: 09.06.2017).

4. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов [электронный ресурс]. URL: regulation.gov.ru (дата обращения 09.06.2017).

5. «Портрет» белгородских НКО [Электронный ресурс]. URL : <http://www.irkp31.ru/info/news/portret-belgorodskikh-nko/> (дата обращения: 08.06.2017).

6. Доклад, Шклярчук М. Государство как платформа-2017 [Электронный ресурс]. URL : <http://govcontrol.ru/wp-content/uploads/2017/02/10.pdf> (дата обращения: 09.06.2017).

7. Понкин, И.В. Теория девиантологии государственного управления: неопределённости, риски, дефекты / И.В. Понкин. – М. : 2016. – 506 с.

8. Барабашев, А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии / А.Г. Барабашев // Вопросы государственного и муниципального управления. – М. : 2016. – №3.

9. Мамут, Л. С. Стратегия взаимодействия государства и гражданского общества в условиях современной России / Л.С. Мамут // Международный правовой курьер. – 2014. – №. 5. – С. 10-13.

10. Шевченко, Н. В. Практика взаимодействия органов власти и некоммерческих организаций (на примере Белгородской области) / Н.В. Шевченко, В.М. Захаров // ArsAdministrandi. – 2016. – №. 4.

11. Портрет» белгородских НКО [Электронный ресурс]. URL : <http://www.irkp31.ru/info/news/portret-belgorodskikh-nko/> (дата обращения: 08.06.2017).

ПРОЦЕССНОЕ И МЯГКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: К ДЕМАРКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ

В.В. Зотов,

доктор социологических наук, профессор,
профессор кафедры государственного
и муниципального управления,
Академия госслужбы (г.Курск)

Применение технологического подхода и термина «технология» для систем управления различного уровня – это относительно новое явление, возникшее в 60-е года прошлого века под давлением научных и экспертных сообществ. Благодаря их деятельности в обществе установилась достаточно мощная установка, ориентированная на упорядочивание деятельности, на поиск универсалий организационных процессов, на разрешение проблем достижения заданного и гарантированного качества, регламентацию и стандартизацию. Одновременно с этим в системы управления стали внедряться модели «процессного» и «мягкого» управления, которые принципиально лежат в разных плоскостях публичного управления. Однако, до настоящего времени в теории управления способы технологизации деятельности органов публичного управления не увязываются с применяемыми моделями процессного или мягкого управления. Цель данной работы осуществить демаркацию объектов технологизации в рамках процессного и мягкого управления.

Идея представления организации в виде набора процессов, а управление ее деятельностью – как управление процессами, на практике доказали важность, экономичность и прогрессивность перехода на клиенто- и процессно-ориентированные организационные структуры.

Сущность процессного подхода заключается в том, чтобы доставить клиенту требуемое и желаемое в кратчайшие сроки, высочайшего качества и по максимально низкой цене. Процессный подход подразумевает выделение не только основных «сквозных» пре-

образующих, функциональных процессов, но и процессов – обеспечивающих, или вспомогательных, и процессов менеджмента. А улучшение деятельности организации в настоящее время должно базироваться на совершенствовании управления процессами её функционирования. Управленческие структуры, которые основываются на процессном подходе к управлению, позволяют добиваться постоянного совершенствования процесса, а также более эффективно использовать имеющийся потенциал организации.

Процессный подход заключается в выделении в организации сети процессов и управлении ими для достижения максимальной эффективности ее деятельности. «Процесс – это совокупность различных видов деятельности, цепочка работ (операций, функций), результатом которой является какой-либо продукт или услуга, имеющие ценность для потребителя, клиента или заказчика», С.24]. Но если отталкиваться от терминологии «European Organization for Quality», то процесс может быть определен как «последовательность действий, которые создают дополнительные ценности путём преобразования с помощью ресурсов входящих элементов в выходящие». Оно не противоречит определению в словаре ИСО 9000:2008, но в отличие от него более четко отражает состав деятельности (последовательность действий), требование к результатам деятельности (создавать дополнительные ценности) и то, за счёт чего входящие элементы превращаются в выходящие (с помощью ресурсов). ГОСТом Р 52614.4 – 2007 процесс органа местного самоуправления определен как набор взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности органа местного самоуправления, которые преобразуют входы (политика, ресурсы, потребности и ожидания потребителей/граждан и т. д.) в выходы (поставленная продукция и предоставленные услуги гражданам).

Природа государственного и муниципального управления имеет сложный характер и может разделяться на элементы, которые, в свою очередь, могут представлять собой довольно самостоятельные виды деятельности, относящиеся к её основной функции. Чем сложнее деятельность, тем больше в ней процессов. Если же речь идёт о деятельности, осуществляемой значительным числом людей, то внутри неё вольно или невольно происходит разделение труда, объективной основой которого выступают составляющие исходную деятельность процессы. Обратной стороной разделения труда является необходимость его интеграции при помощи жёсткой организации, обеспечивающих ее целостность как в статике исполнения отдельных процессов, так и в динамике их интеграции на уровне единого процесса.

Особенность процессного подхода – описание всех действий в виде последовательных, чутко регламентированных операций, которые на выходе дают результат, ориентированный на конкретного потребителя. Именно это ведёт к интенсификации технологизации основных, вспомогательных и управленческих процессов, протекающих в организации. Смысл и назначение социальной технологии в рамках процессного подхода состоит в том, чтобы оптимизировать работу органа публичного управления, исключить из неё все виды деятельности и операции, которые не являются необходимыми для получения запланированного результата. Практическая значимость обращения к социальным технологиям обусловлена и распространённой в настоящее время тенденцией выстраивания систем управления процессами как средства повышения эффективности прежде всего административной деятельности органов государственной и муниципальной власти. Социальные технологии направлены на обеспечение эффективности административных процессов как нормативно регулируемого порядка рассмотрения индивидуально-конкретных дел в сфере исполнительной деятельности органами государственного и муниципального управления.

Внедрение процессного подхода в органах исполнительной власти и местного самоуправления на начальном этапе состоит в описании административных процессов, позволяющих представить в наглядном виде направления деятельности и сферы ответственности органов публичной власти. Первоначально технологизации подлежит то, что сумело самоорганизоваться, то есть устоялось и образовало совокупность взаимосвязанных дей-

ствий её сотрудников. В результате анализа создаётся модель деятельности «как есть». Построение модели процесса «как есть» схематично можно представить в виде следующей последовательности действий: 1) определяется исходная информация для процесса и ответственный за её качество, 2) определяются основные, вспомогательные и управленческие процессы и их владельцы; 3) устанавливается внешний пользователь процесса и ответственный за предоставления ее результата процесса.

Технологизация начинается с разработки технологии процессов базового уровне, т.е. на уровне конкретных исполнителей и конкретных административных процедур. Владение описания процессами на этом уровне позволяет понять, что такое процесс, так сказать, «своими руками». Следующий шаг – разработка регламентирующих документов для технологии процессов базового уровня. И только затем приводятся правила компоновки процессов базового уровня в группы основных, вспомогательных и рабочих процессов. В этом случае технологизация процессов органа публичной власти позволяет устранить фрагментарность в работе, организационные и информационные разрывы, дублирование, нерациональное использование финансовых, материальных и кадровых ресурсов. Другими словами

Для повышения эффективности процессов технологизацию целесообразно вести по принципу сверху вниз (то есть используется модель «как должно быть»). В этом случае первоначально создаётся верхний уровень процессов, непосредственно обеспечивающих выполнение функций. Далее из процессов верхнего уровня выделяются ключевые или проблемные процессы. Такая методика технологизации позволяет не потерять из вида главные функциональные обязанности органа публичного управления. Но самое печальное при таком подходе заключается в том, что он предполагает сразу выстраивать процессы по-новому, причём требует их кардинальной переделки. Любая же кардинальная переделка требует предварительной апробации, а апробация в системе государственного и муниципального управления вещь дорогостоящая как в финансовом плане, так и в плане сохранения доверия к власти.

Назовём такой способ технологизации – технологизацией административных процессов. В этом случае итогом технологизации процессов является принятие и нормативное закрепление соответствующих стандартов и регламентов, которые призваны способствовать достижению оптимальной степени упорядочения административных действий в сфере публичного управления посредством широкого и многократного использования установленных требований для решения проблем обеспечения качества управления. Основной задачей регламентации и стандартизации является обеспечение надёжности всех административных процессов органов исполнительной власти и местного самоуправления, которая определяется как выполнение минимально установленных требований к их деятельности.

В последнее время популярность набирает так называемое «мягкое» управление. Управлять гражданами, постоянно испытывающими ощущение высокого социального риска, желательно лишь через «мягкое» воздействие на них, через влияние, а не прямое подчинение выработанному властью решению. В рамках публичного управления мягкое управление – это управление, основанное на использовании неформальных рычагов воздействия в отношении акторов социальной системы для достижения целей. Управляющее воздействие должно быть не только оказано субъектом управления, но и принято управляемой системой. В условиях возрастания субъектности управляемой системы управленческое воздействие оказывает не прямое подчиняющее воздействие, а воздействие, которое вызывает субъективное принятие управленческого решения. Принятие к исполнению управленческого решения есть следствие власти, основанной на влиянии информации.

Важным свойством мягкого управления является технологизация процесса формирования определённых качества у граждан, изменение их взглядов и отношений, формировать понятия, суждения, представления, отвечающие целям, которые ставит управляющий этим процессом субъект (органы внутренних дел), создавать внутренние моральные сти-

мулы к соответствующему образу жизни и поведению. Достижение поставленной цели возможно как через механизм воздействия и механизм регуляции. Принципиальное отличие в использовании различных механизмов мягкого управления, приводит к появлению в арсенале социального управления двух видов технологий – технологии воздействия, ориентированные формирование определённого общественного сознания и поведения, и технологий конфигурирование релятивной сети, которая позволяет стейкхолдерам, вступать в связи и отношения, значимые для решения общественных проблем. Не столько сила, сколько правильно подобранная «точка» социального пространства для оказания управленческого воздействия определяет его результативность. В последнем случае речь в большей мере идёт о создании условий для осуществления совместной деятельности. Именно самоорганизация лежит в основе мягкого управления сложноорганизованными сообществами людей. Центральную роль в нем играет не степень приложенной силы воздействия на систему со стороны индивида, а согласованность его с собственными тенденциями самоструктурирования нелинейной системы. В подобных условиях любые попытки навязать социальной системе несвойственный ей путь развития будут являться основным конфликтогенным фактором, провоцирующим дисгармонизацию общественных связей, замедляющим процесс выхода социума на новый этап эволюционного развития. «Можно сказать, что объектом управления является не человек с его деятельностью и не группа людей, как это утверждается в менеджменте, а сами механизмы регуляции их отношений». Отсюда технологизации должен подвергаться не административный процесс, а процесс управленческого воздействия. При этом усилия направлены на разработку эффективных методов и методик управленческого воздействия на структуры общества в целях перевода разнообразной социальной активности, а также привлечения представителей различных групп населения, гражданских ассоциаций, экспертного сообществ процесс реализации государственной политики в той или иной сфере общественной жизни. В этом случае речь идёт о технологизации управленческого воздействия. При этом показательно, что модель «как есть», а также и модель «должно быть» строится для социальной системы, на которую нацелено управленческое воздействие, но не для субъекта управления, который оказывает это воздействие.

Таким образом, параллельное внедрение в системы управления моделей «процессного» и «мягкого» управления, которые принципиально лежат в разных плоскостях публичного управления, возвращает к необходимости конкретизации объектов для технологий, используемых в системе государственного и муниципального управления. По нашему мнению, следует выделять 1) технологизацию административных процессов, которая осуществляется в настоящий момент в рамках административных регламентов, а в дальнейшем – в рамках внедрения в органы публичного управления Системы менеджмента качества; 2) технологизацию управленческого воздействия, которая в настоящий момент прорабатывается только в рамках научных исследований и применяется в виде отдельных методик по работе с населением, структурами гражданского общества и бизнес сообщества как стейкхолдерами органов власти.

Литература

1. Зотов, В.В. Реализация кадровой политики технологиями «мягкого управления» на муниципальном уровне / В.В.Зотов, Е.Н. Фурман // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. Белгород: НИУ «БелГУ», 2015. С. 65-69.
2. Каменева, Т.Н. Мягкое управление в семейной политике как условие снижения рисков ее реализации / Т.Н. Каменева, В.В. Зотов // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Социология. 2014. № 12 (1). С. 23-34.
3. Каменева, Т.Н. Социальное управление семейно-брачной сферой в условиях общества риска / Т.Н. Каменева // Власть и общество: практики взаимодействия и конфликты

Материалы Девятой региональной научной конференции (Воронеж, 02 февраля 2015 г.). – М.: Изд-во Истоки, 2015. С. 412-415.

4. Карлина, А.А. Процессный подход в муниципальном управлении // Вестник Самарского муниципального института управления. 2008. № 7. С.24-35

5. Савельева, О.О. Социально-ориентированное управление в условиях риска и неопределённости / О.О. Савельева. – М., Спутник+, 2012. – 256 с.

6. Тихонов, А.В. Отечественная социология управления: теоретико-методологическое обоснование разработки толкового словаря [Электронный ресурс] / А.В. Тихонов, Е.И. Рабинович // Институт социологии РАН. Официальный сайт. Блог А.В.Тихонова. [Опубликовано 28.11.2010].

7. Харченко, К.В. Мягкое управление в современном обществе: тактика или стратегия? / К.В. Харченко // Технологии мягкого управления в социальных системах: Сборник научных трудов. – Белгород: Константа, 2007. – С.21-24.

К ПРОБЛЕМЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СЕМЕЙНОЙ ПОЛИТИКИ: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ

Т.Н. Каменева,

*доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры социологии и политологии,
Курский государственный университет*

Сегодня, в условиях глобальных трансформаций и коренных преобразований сфера семейно-брачных отношений становится наиболее уязвимой и, безусловно, нуждается в управлении и поддержке со стороны государства. Назрела необходимость поиска наиболее эффективных технологий управления способствующих сохранению и оптимизации функционирования семьи как социального института. Возродить и укрепить семью как социальный институт невозможно без продуманной и четко реализованной семейной политики. Социальное управление семейно-брачными отношениями включает в себя деятельность по регулированию условий функционирования института семьи с целью обеспечения реализации институциональных функций семьи, укрепления брака и создания условий для успешной жизнедеятельности граждан.

Государственное управление в сфере семейной политики, на наш взгляд, имеет свои специфические черты, которые обусловлены потребностью в семье, как для отдельного человека, так и для общества в целом. Современная социокультурная реальность характеризуется сложнейшими социальными взаимодействиями с одной стороны, между реальными общественными отношениями и миром ценностей, утвердившимся в обществе, а с другой – личностными ценностями. Развитие, совершенствование и благополучие человека, таким образом, находятся в тесной зависимости с включенностью внутреннего мира человека во внешний мир. В этой связи особую значимость приобретает согласованность индивидуальных и общественных интересов, что важно как для развития общества, так и для блага самой личности.

В современном социуме отсутствуют имманентные, внутренние механизмы, которые обеспечивают «безусловное» формирование потребностей в семейном образе жизни, культивирование семейных ценностей и фамилистической культуры в целом. Современная фамилистическая культура не имеет четких оснований и направленности, существует как бы сама по себе. Семейные ценности не укрепляются в обществе, воспроизводятся с акцентом на отдельную личность, стремящуюся освободиться от любых связей, якобы ограничивающих ее самореализацию, в том числе и от семейных. Традиционные семей-

ные ценности размываются, искажаются, что, в конечном счете, может стать угрозой для существования общества.

В тоже время, практика последних десятилетий, свидетельствует о расхождении между декларируемыми достижениями и реально наблюдаемыми явлениями в сфере семьи и демографическими процессами. Сегодня рапортуют об успехах в сфере реализации семейной политики, речь идет об увеличении рождаемости, сокращении младенческой смертности, росте численности населения России. Во многом это считается результатом работы материнского капитала, национального проекта «Здоровье» и других мер социальной поддержки семей. Однако, как справедливо отмечает А.И.Антонов «по общим коэффициентам рождаемости и смертности нельзя составить точное представление о демографической ситуации в России, поскольку за основу берутся абсолютные числа рождения и смертей: если увеличивается абсолютное число рождения, то начинают говорить об успехах мер стимулирования рождаемости. Однако, важной является не рождаемость как процесс деторождения у населения, а интенсивность рождения населения. Как любой общий коэффициент показатель рождаемости обеспечивает лишь приблизительное представление об интенсивности явления во времени и пространстве, связан с возрастнo-половой структурой и рассчитывается по отношению к численности всего населения, а рожают только женщины, и далеко не все и не во всяком возрасте. Следовательно, получается, что общий коэффициент рождаемости может увеличиваться, но при этом интенсивность рождения – частота рождений в населении уменьшаться [1]. Безусловно, увеличению числа рождений будет способствовать благоприятная возрастная структура населения – преобладание числа женщин основного детородного возраста (до 30 лет). Подобные ситуации характерны и для соотношения заключенных браков и разводов и для вопросов материальной поддержки семьи и росте доходов.

В этих условиях основная масса руководителей всех уровней (от федерального до регионального), беря абсолютные коэффициенты, начинают идеализировать эффективность мер государственной политики.

Все это свидетельствует о необходимости кардинального пересмотра механизмов реализации государственной семейной политики, их четкой технологизации, пока семейно-демографический кризис не перерос в катастрофу. При этом, следует учитывать и тот факт, что данный кризис «сидит» в головах, благодаря тем мифам, которые формируются по отношению к семье. Нельзя не говорить о том, что кризис семьи своими корнями уходит в сферу ценностных приоритетов общества и личности, когда вызревает миф о новом типе семьи и семейно-брачных отношениях, соответствующих реалиям современного постиндустриального общества. Эта ценностно-смысловая метаморфоза общественного сознания означает, что в полном соответствии с новыми критериями оценок, а точнее их неправильном и извращенном понимании сам институциональный кризис семьи уже не может рассматриваться как «кризис», а тем более как научная или социальная «проблема». А раз нет никакой проблемы, то ход семейно-демографических событий будет приближаться к отметке «катастрофа», поскольку в общественном сознании утвердился одобрение ослабления ценности полной семьи с детьми и приоритетность индивидуализма [4].

В реальности потребность в детях уменьшается, а говорить о повышении рождаемости можно только в случае, если потребность в детях растет. Наиболее убедительным показателем, по мнению А.И.Антонов, девальвации жизненной системы ценностей, ведущей к невыполнению институциональных функций семьи и к сверхнизкой рождаемости, являются установки к бездетности. При этом на сегодня практически отсутствуют социальные нормы, осуждающие добровольную бездетность. Пока будет и дальше действовать отрицательная обратная связь между ориентацией на малодетный тип семьи и семейно-демографическими процессами, любая политика материального стимулирования будет лишь имитацией бурной деятельности государственных чиновников. Разобраться в весьма сложных и запутанных взаимодействиях семьи и общества можно, пу-

тем формирования новых конструктивных механизмов семейной политики [7]. А сделать это очень сложно без изменения системы ценностей, которая у большинства населения антисемейна по своей сути. Только коренное изменение ценностных ориентаций в сторону семьецентризма приведет к повышению установок на число детей у людей с высокими и средними притязаниями, на которых собственно (а не на тех, у кого примитивные ожидания!) и должна быть сфокусирована семейная и демографическая политика в стране [1].

В этих условиях одним из ключевых элементов социальной деятельности с семьей представляется формирование модели семьи, отвечающей экономическим и политическим реалиям. Воздействие на модель семьи должно предполагать согласованное взаимодействие законодательных и исполнительных органов власти, гражданского общества и широкой общественности. Социальное влияние государства заключается не столько в выполнении функций компенсаторного характера, сколько в проведении государственной просемейной политики на уровне идеологизации семейных ценностей, модели благополучной и стабильной семьи. Главной целью мероприятий, направленных на формирование семейных ценностей, в условиях постиндустриальной России, должно стать воспитание таких ценностей и создание таких возможностей, при которых молодое поколение которое изначально хочет вступать в брак и воспитывать детей в дальнейшем не растратит эту потребность в борьбе за свое «становление» [3].

Необходимо конструирование каких-то новых социальных отношений вокруг института семьи, которые способствовали бы реанимации репродуктивной функции. То есть, нужны не фрагментарные меры материального характера, а преобразование всей сферы социальных услуг на воспроизводство населения, исключаящее в принципе депопуляцию. Нельзя не сказать о несостоятельности традиционных методов управления. Необходима их адаптация в направлении более активного использования гибких инструментов управленческих взаимодействий: не столько сила, сколько правильно подобранная конфигурация управленческого воздействия определяет его результативность; «малые, но правильно организованные – резонансные – воздействия на сложные системы чрезвычайно эффективны» [6]. Субъектами государственного управления в семейно-брачной сфере и реализации семейной политики выступают органы законодательной и исполнительной власти, а так же и государство в целом. Средства массовой информации, пропагандирующие семейный образ жизни также следует относить к субъектам государственной политики. Идея о надведомственном, межведомственном и многосубъектном статусе семейной политики вполне допустима в качестве вспомогательного инструментария, но ключевым моментом остается реализация данной политики со стороны конкретной структуры, наделенной соответствующими функциями и ресурсами, выполняющей роль проводника конкретной программы действий [5]. В противном случае мы и дальше будем оставаться свидетелями управленческого хаоса, разобщенности действий, дублирования функций, распыления ресурсов и между различными федеральными и региональными государственными структурами [2].

Государственное управление в области реализации семейной политики имеет свои особенности не только в отношении субъектов управления, но и управляемого объекта. Семья как социальная ячейка, воспроизводящая население страны в первую очередь относится к социальным объектам. Именно в семье формируются духовные ценности, которые затем и воспроизводятся людьми, следовательно, семью можно рассматривать и как духовный объект. Реализация семьей экономической (хозяйственно-бытовой) функции свидетельствует о необходимости считать семью и экономическим объектом управления. В этом состоит особенность семьи как управляемого объекта, сложность и многогранность которого определяет сущность государственного управления, как в регулировании семейных отношений, так и в реализации семейной политики. Главная цель семейной политики – создание оптимальных условий для функционирования семьи спо-

собной реализовать свою целевую функцию – детовоспроизводство, понимаемую как рождение, воспитание и поддержание детей до момента вступления во взрослую жизнь.

Помощь семье со стороны государства выражающаяся в «адекватном» управлении будет способствовать ее адаптации к новым социально–экономическим условиям за счет изменения микросоциума и ценностно-нормативных ориентаций членов семьи и обеспечит достижение поставленных целей в семейно-брачной сфере, что и выступает задачей социального управления на современном этапе. Данный процесс является сложным, комплексным, многоаспектным и требует разработки стратегии и консолидации усилий общественных и государственных составляющих семейной политики. Но, безусловно, для осуществления эффективной политики в сфере семьи и брака, направленной на воспроизводство семьи способной реализовать свою целевую функцию требуется соблюдение таких условий, как четкое определение целей, функций деятельности каждого субъекта управления; скоординированность их действий. Активно взаимодействуя между собой, субъекты семейной политики должны достигнуть единства идеологических установок, выработать единый алгоритм действий по преодолению социокультурных рисков семейно-брачных отношений.

Управление семейно-брачной сферой и семейная политика в условиях современной социокультурной реальности должны строиться с учетом рисков в семейно-брачной сфере, так как иногда затраты на управление выше потерь, в случае наступления риска. Таким образом, встает дилемма выбора набора рисков, которые должны минимизироваться в процесс реализации социального управления в семейно-брачной сфере, а также соответствующих социальных технологий, способных максимально снизить ущерб от наступления ситуации риска. Часть рисков может являться внутрисемейными, часть внешними по отношению к семье, и при этом не все риски являются управляемыми по своей сущности, ряд рассматривается в качестве объекта наблюдения.

Перспективной видится разработка технологий, ориентированных на поддержание типа семьи способного в существующих условиях выполнять целевую функции – детовоспроизводства (поддерживающие социальные технологии), а также на снижение-рискогенности социокультурного пространства жизнедеятельности семьи (протекционные социальные технологии). Их совокупное применение позволит в значительной степени оптимизировать процесс управления семейно-брачной сферой. Разработка технологий подобного рода выступает неотъемлемой частью конструктивной семейной политики. Итогом их применения должно стать повышение привлекательности семейного образа жизни и престижа семьи, а так же повышение качества жизнедеятельности семьи.

Безусловно, внедрение социальных технологий в сферу реализации семейной политики заставит человека чем-то поступиться, в некоторой мере ограничит его индивидуализированность, популизует и идеализует ценностные стандарты семейной жизни, но в этом случае произойдет сохранение семьи способной к выполнению своей целевой функции – детовоспроизводства, а значит и общества.

Литература

1. Антонов А.И. Институциональный кризис семьи и возможности его преодоления в России (ч. 2) / А.И. Антонов // Демографические исследования.–№12.–URL: http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=20&idArt=1965. Дата публикации: 26.09.2011
2. Белобородов И. И. О полной несостоятельности проекта Концепции государственной семейной политики Российской Федерации до 2025 года /И. И. Белобородов // Российский институт стратегических исследований.–URL:<https://riss.ru/analytics/5871/>. Дата публикации: 11.06.2014.
3. Ельникова Г.А., Давитян М.Г., Никулина Н.Н. Особенности родительских стратегий современной студенческой молодежи / Г.А.Ельникова, М.Г.Давитян, Н.Н. Ни-

кулина //Научный результат. Сер: Социология и управление. –2017. –Т. 3. № 1 (11). –С. 38-48.

4. Елишев С.О. Молодёжная политика в процессе формирования ценностных ориентаций современной российской молодёжи /С.О. Елишев//Пространство и Время. – 2012. –№ 2. –С. 123-130.

5. Зотов В.В., Фурман Е.Н. К проблеме субъекта управления и самоуправления в системе муниципального управления /В.В.Зотов, Е.Н.Фурман // Роль местного самоуправления в развитии государства на современном этапе. Материалы Международной научно-практической конференции. Государственный университет управления. – М.: Государственный университет управления. –2016. –С. 110-114.

6. Каменева Т.Н., Зотов В.В. Мягкое управление в семейной политики как условие снижение рисков ее реализации / Т.Н. Каменева, В.В. Зотов // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Социология. –2014.– № 12 (1). –С. 23-34.

7. Каменева Т.Н., Реутова М.Н., Калугин В.А. Имитационные и конструктивные практики в семейной политике /Т.Н.Каменева, М.Н.Реутова, В.А. Калугин //Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер: Философия. Социология. Право.– 2013. –№ 22 (145). – С. 81-87.

СОЦИАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ ПОЖИЛОГО НАСЕЛЕНИЯ: ПОСЕЛЕНЧЕСКИЙ ФАКТОР

Л.В. Колпина,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Социальное здоровье, как компонент общего здоровья, обеспечивающий сохранение целостности индивида, реализацию его биопсихосоциальных потребностей через разноразличные социальные связи и отношения, имеет особую значимость для населения старших возрастов. Его ухудшение, проявляющееся в сужении постоянных кругов общения пожилых людей, снижении социальной активности, эксклюзии из общественной жизни, обуславливает, во-первых, уменьшение их ресурсов помощи и поддержки, в то время как потребность в таковых, в силу снижения их автономности, возрастает, во-вторых, снижение потенциала социальной самоорганизации, обеспечивающей возможность адаптации социальной среды к специфическим нуждам и потребностям этой социально—демографической группы. Социальная эксклюзия населения старших возрастов снижает социальные мотивации, нивелирует значимость терминальных ценностей [1].

В то же время, как указывается в Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения до 2025 года, социальная инклюзия, например, участие в добровольческой деятельности, способствует повышению социального статуса пожилых людей, поддержанию их социальных контактов, навыков и знаний, наполняет в зрелом возрасте жизнь смыслом и оказывает положительное влияние на здоровье, уровень функциональной активности, удовлетворенность жизнью лиц старших возрастов, способствует уменьшению уровня депрессии, заболеваемости и смертности [2].

В документах ВОЗ отмечается, что одна из действенных стратегий укрепления здоровья и благополучия этой категории состоит в создании условий, при которых пожилые не чувствовали бы себя одинокими, изолированными от внешнего мира; указывается, что важным фактором, влияющим на качество жизни пожилых людей, является социальная поддержка, особенно отношения с родственниками и друзьями, а основные потребности лиц пожилого возраста связаны со стремлением быть самостоятельными, иметь право и

возможность выразить свое мнение и ощущать свою принадлежность к местному сообществу [3]

Оно действительно обладает большим социально-саногенным, оздоравливающим потенциалом, что обусловлено его территориальной доступностью для пожилых людей, непосредственной включенностью органов МСУ в повседневные проблемы жителей территорий. Этим объясняется цель исследования – изучение специфики социального здоровья населения старших возрастов в муниципальных сообществах разного типа.

Для анализа специфики его социального здоровья в муниципальных образованиях Белгородской области был проведен анкетный опрос по репрезентативной региональной выборке (N = 500 человек от 60-ти лет и старше). Квотирование осуществлялось по территориальному, гендерному и возрастному признаку. Для расчёта выборочной совокупности муниципальные образования (МО) региона разделены на три группы: городские округа, МО с преобладанием городского, а также сельского населения.

Специфика социального здоровья пожилых жителей МО определялась количественно-качественными параметрами их социальной инклюзии в микро – и мезосоциальные среды. Количественные параметры характеризовали структуру кругов общения пожилых людей, индицируемую через принципиальное наличие у них кровнородственных, дружеских, досуговых, общественных (активистских) и религиозно-общинных сетей общения и поддержки, а также через количественные характеристики участия в их функционировании. Качественные параметры характеризовали самочувствие пожилых людей в этих отношениях через их субъективные оценки, свои места и роли в них.

Исследование позволяет утверждать наличие поселенческой детерминации параметров социального здоровья населения старших возрастов. Так, судя по ответам на вопрос о том, кто входит в постоянный круг общения опрошенных, принципиальные различия в структурной составляющей социального здоровья представителей муниципальных образований различных типов более всего касаются соседских отношений. Наибольшей включенностью в них характеризуются представители муниципальных образований с преобладанием сельского населения. О том, что соседи входят в постоянный круг общения, сообщают более половины опрошенных из их числа, тогда как среди респондентов городских округов и муниципальных образований с преобладанием городского населения – 37,5% и 40,7% соответственно.

Представители городских сообществ и муниципальных образований с преобладанием городского населения реже пожилых людей МО с преобладанием сельского населения сообщают о включенности в досуговые и религиозно-общинные социальные сети. Об отсутствии у последних отношений религиозно-общинного типа сообщают всего 29,1% респондентов из их числа, тогда как среди представителей городских округов таковых 40,4%, а муниципальных образований с преобладанием городского населения - 43,1%; об отсутствии отношений досугового типа говорят 24,3% против 30,0% и 38,2% соответственно.

Следует отметить, что среди пожилых жителей городских сообществ регистрируется наибольшая доля тех, кто сообщает об одиноком проживании (30,4% против 18-21% в других типах муниципальных образований). Однако из этого не следует их более выраженная социальная эксклюзия из кровнородственных социальных сетей: такая ситуация компенсируется более плотными отношениями с родственниками. О том, что они входят в их постоянный круг общения, ответили 76,3% опрошенных городских округов, а муниципальных образований с преобладанием городского и сельского населения – 73,2% и 70,3% соответственно. Отчасти одинокое проживание пожилых людей городских сообществ компенсируется включением ими в свой постоянный круг общения единомышленников, о чем сообщает 14,6% представителей этой группы, тогда как в МО других типов – 3-5%.

Психологическая составляющая социальной инклюзии / эксклюзии нами индицировалась через субъективные оценки собственной востребованности, значимости опро-

шенных в различных типах отношений, диагностировалась несколькими вопросами-индикаторами.

Первый из них более абстрактный: «В какой степени Вы можете согласиться с тем, что чувствуете себя востребованным, нужным в кругу семьи, родственников, друзей, соседей, единомышленников, в религиозной общине, землячестве?» Для приведения «к единому знаменателю» разнородных данных, полученных в ответах на этот вопрос, нами рассчитывались индексы значимости по следующей формуле: n (в полной мере) + $\frac{1}{2}n$ (от части) – n (не согласен), где n – значение соответствующего варианта ответа).

В ответах пожилых представителей разных типов муниципальных образований на этот вопрос были выявлены следующие значимые различия. Наиболее низкие значения ощущения востребованности, значимости в дружеских и соседских социальных сетях регистрируются в МО с преобладанием сельского населения (значения индекса востребованности в дружеских социальных сетях у них составляет 37.5, тогда как в остальных типах МО – в среднем 53.2; в соседских – 22.4 против 29.4 соответственно).

Сравнительно более высокие значения «абстрактной» востребованности – в соседских, религиозно-общинных и общественно-досуговых социальных сетях отмечаются у пожилого населения городских округов: значения индекса востребованности в них у этой группы опрошенных больше или сравнимы с наиболее высокими значениями в других типах МО (соответственно: 29.0 против 29.0 и 22.4; 8.6 против 5.3 и 1.1; 21.9 против 8.1 и 18.6).

Таким образом, несмотря на то, что население старших возрастов городских сообществ имеет более выраженную структурную эксклюзию из социальных сетей, субъективные оценки востребованности позволяют говорить об их меньшей психологической эксклюзии, чем у представителей других типов муниципальных образований.

Второй вопрос-индикатор психологической инклюзии/эксклюзии в ключевых социальных сетях, ориентированный на самооценку востребованности, значимости с опорой на конкретные социальные практики, был сформулирован следующим образом: «Можете ли Вы сказать, что Ваши близкие и родственники, друзья, соседи стремятся общаться с Вами, делятся своими радостями и горестями, обращаются к Вам за советами и поддержкой?» Расчет индекса востребованности на основе распределения ответов, полученных на данный вопрос (осуществлен по формуле: n (да, так и есть) + $\frac{1}{2}n$ (скорее да, чем нет) – $\frac{1}{2}n$ (скорее нет, чем да) – n (нет), где n – значение соответствующего варианта ответа), не выявил значимой разницы в ответах представителей МО различного типа в отношении востребованности в кровнородственных отношениях. Но в отношении дружеских социальных сетей наиболее низкие значения индекса востребованности регистрируются у пожилых опрошенных МО с преобладанием сельских жителей. В этой группе он составил 36.9, тогда как в группе опрошенных городских округов и муниципальных образований с преобладанием городского населения – 40.8 и 40.5 соответственно. Значительная разница в ответах на данный вопрос у представителей МО различного типа отмечается в отношении соседских социальных сетей, по которым самые низкие значения соответствующего индекса регистрируются в городских округах (9.3), а самые высокие – в МО с преобладанием сельского населения (24.1).

Наиболее низкие самооценки «абстрактной» востребованности в соседских социальных сетях оказались среди населения МО с преобладанием сельских жителей при их, во-первых, наиболее высоких оценках «прикладной» востребованности в них, во-вторых, более высокой ориентации на данный тип отношений. Это объясняется более высоким уровнем притязаний к качеству этих отношений у жителей данного типа муниципальных образований.

Сравнивая самооценки востребованности населения старших возрастов в различных типах отношений на основе данных, полученных с помощью первого и второго вопросов, можно отметить, во-первых, наиболее низкие их значения в отношениях с друзьями среди опрошенных муниципальных образований с преобладанием сельских жите-

лей. Во-вторых, отсутствие однозначной связи между чувством востребованности в отношениях как некой абстрактной их характеристикой и социальной практикой: индексы востребованности, высчитанные на основе ответов на вопрос: «В какой мере вы чувствуете себя востребованными, нужными в тех или иных отношениях?», имеют в большинстве случаев принципиально более высокие значения, чем на конкретизирующий вопрос: «Стремятся ли родственники, друзья, соседи общаться с вами, делиться новостями, обращаются ли за советами и поддержкой?». Так, значение индекса общей самооценки востребованности в семье в этой возрастной группе составляет 81, а характеризующего конкретные проявления востребованности в ней (социальную практику) – 61, с друзьями, соответственно, 48.0 и 39.3, с соседями 27.1 и 17.0. В-третьих, наибольшая разница между общими и конкретными самооценками востребованности в отношениях наблюдается среди респондентов городских округов и муниципальных образований с преобладанием городского населения, что особенно заметно на оценках дружеских и соседских отношений и позволяет строить предположение о меньшей роли этих социальных практик в обеспечении социального самочувствия городского населения, чем сельского.

Следующий параметр, характеризующий микросоциальный уровень социального здоровья населения старших возрастов – практики взаимопомощи, в которые они включены, установка на них. На помощь родственников, членов семьи, друзей, единомышленников, соседей, коллег, общественных организаций, религиозных и национальных общин, государственных и муниципальных учреждений примерно в равной мере рассчитывают пожилые респонденты всех типов муниципальных образований.

Принципиальные различия в этой возрастной группе фиксируются по вариантам ответов: рассчитываю на помощь супруга(и) и только на себя самого. Более всего на помощь супруга(и) рассчитывают опрошенные муниципальных образований с преобладанием сельского населения (48,6%), менее всего – городских округов (37,5%).

Пожилое же население городских округов более других рассчитывает на самих себя (39,2%), менее других – население муниципальных образований с преобладанием городского населения (21,1%). Более выраженная установка на самостоятельное решение проблем среди пожилого населения городских округов объясняется большей автономизацией городских жителей в сравнении с сельскими, о чем можно судить и потому, что одиноко проживающие, в старших возрастных группах этого типа сообществ, как указывалось ранее, составляют 30,4%, а других типов – около 20%.

Пожилое население городских округов не только более других рассчитывает на себя, но и реже других обращается за помощью к кому-либо. Так, регулярно ее получают от родственников 47,3% из их числа против 56,5% в среднем по другим группам. Наименьшая доля пожилых жителей городских округов (в сравнении с представителями других типов МО) сообщают, что редко получают помощь от друзей, единомышленников (32,9% против 45,0% в среднем по другим возрастам), а наибольшая, что не пользуются ею (28,3% против 21,5% в среднем по другим группам), тогда как регулярно пользуются ею примерно в равной мере опрошенные всех групп. Пожилые жители городских округов также реже других сообщают, что иногда пользуются помощью коллег (20,8% против 26% в среднем по другим группам), тогда как примерно в равной степени с другими говорят о регулярном обращении за помощью к ним и об отсутствии таких обращений.

В то же время опрошенные муниципальных образований с преобладанием сельского населения чаще других говорят об обращении за помощью: к друзьями, хотя и редко (47,3% против 38,5% в среднем по другим группам; варианты ответа «регулярно» и «никогда» представители разных муниципальных образований выбирают примерно с равной частотой); членам землячеств, религиозных и национальных общин (редко – 13,5% против 3,8% в среднем по другим группам при примерно равных значениях с респондентами других групп по остальным вариантам ответов); общественным организа-

циям (редко – 17,6% против 9,2% в среднем по другим группам при примерно равных значениях с ними по другим вариантам ответов); соседям (регулярно - 19,6% против 8,5% в среднем по другим группам); государственным и муниципальным учреждениям (редко и регулярно – 10,8% и 35,8% соответственно против 4,3% и 18,5% в среднем по другим группам).

Однако по практикам оказания пожилыми людьми помощи отсутствует такая же значимая разница между ответами опрошенных разных муниципальных образований, хотя несколько чаще лидирует население муниципальных образований с преобладанием сельских жителей: они незначительно чаще других говорят об оказании помощи друзьям и единомышленникам, соседям и другим людям. Учитывая это, следует говорить о большей социальной эксклюзии пожилого населения городских округов по параметру реализации практик взаимопомощи.

Теперь рассмотрим инклюзию населения старших возрастов в мезо- и макросоциальные практики, которая в основе своей характеризуется через показатели социальной и общественно-политической активности.

Из населения старших возрастов принимают активное участие в работе клубов, обществ, в конкурсах и пр. мероприятиях, организуемых для пожилых людей, всего 13% его представителей – в большей мере (18,3%) – из городских округов (из МО с преобладанием городского и сельского населения - 10,6% и 8,1% соответственно), а иногда принимают такое участие преимущественно пожилые представители муниципальных образований с преобладающим городским населением (23,6% против 16,1% в среднем по другим типам МО). Менее других принимают участие в таких мероприятиях жители муниципальных образований с преобладающим сельским населением: активно и иногда участвуют в таких мероприятиях в сумме 26,3% из их числа (а жителей городских округов – 32,5%, муниципальных образований с преобладанием городского населения – 34,2%). Они же чаще других сообщают, что не участвуют и не хотят этого (56,5% против 48% в среднем по другим типам МО).

Наиболее высокие значения участия в органах МСУ и ТОС отмечаются среди пожилых опрошенных муниципальных образований с преобладанием городского населения (участвуют часто и иногда из их числа 40,7%, не участвуют 45,5%; в городских округах – 23,8% и 58,3% соответственно, в МО с преобладанием сельского населения - 36,5% и 56,4%), наиболее низкие – среди пожилых жителей городских округов.

В отношении участия в работе домкомов, уличкомов, в делах своего подъезда, дома, двора, улицы значимых различий в ответах представителей различных муниципальных образований в обеих возрастных группах не зафиксировано. Наиболее низкие значения индекса готовности быть общественником регистрируются среди пожилого населения муниципальных образований с преобладающим сельским населением (-47.3), тогда как в остальных группах его значения соизмеримы (в среднем - 37).

Таким образом, параметры социального здоровья населения старших возрастов детерминированы поселенческим признаком, но однозначно утверждать приоритет к-л типа муниципального образования с точки зрения его положительного или отрицательного влияния на формирование социального здоровья этой возрастной группы нельзя. И все же можно выделить следующие особенности территориальной детерминации:

в микросоциальных практиках:

а) более высокая включенность в практики добрососедства населения МО с преобладанием сельских жителей как с точки зрения наличия таких отношений, так и интенсивности их поддержания;

б) более высокая степень автономности населения старших возрастов, проживающего в городских округах; превалирование в городских сообществах одиноко проживающих пожилых людей при одновременно более высокой включенности в отношения с родственниками, в целом большей психологической инклюзии в наиболее значимые отношения.

в мезосоциальных практиках:

- а) несколько большая социальная активность (участие в клубах, мероприятиях для пожилых людей) жителей городских округов, меньшая - жителей муниципальных образований с преобладающим сельским населением;
- б) наиболее высокая активность в деятельности органов МСУ и ТОС пожилых опрошенных муниципальных образований с преобладанием городского населения, наиболее низкая – среди пожилых жителей городских округов;
- в) наиболее низкая готовность к выполнению общественной работы у пожилого населения муниципальных образований с преобладающим сельским населением.

Статья выполнена при поддержке гранта РГНФ. Проект № 16-03-00203

Литература

1. Колпина, Л.В. Концептуализация понятия «социальное здоровье населения старших возрастных групп» /Л.В. Колпина // Среднерусский вестник общественных наук. Серия: Социология. - 2016. Том 11.- №4. - С. 26-34
2. Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения до 2025 года: распоряжение Правительства РФ от 5.02.2016 г. № 164-р. URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193464/ (дата обращения: 21.10.2017)
3. Европейский план действий по укреплению потенциала и услуг общественного здравоохранения // Отчет 62 сессии Европейского регионального комитета ВОЗ, 2012. URL: <https://docviewer.yandex.ru> (дата обращения: 30.05. 2017)

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ АДМИНИСТРАТИВНОЙ СРЕДЫ: ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА

И.Э. Надуткина,

*кандидат социологических наук, доцент,
профессор кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»*

С.А. Компаниец,

старший преподаватель кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Темпы и характер социальных и культурных перемен в России превосходят темпы соответствующих перемен в поведении россиян, в их отношении к правам и обязанностям. Качество изменений в социо-культурной сфере зависит от уровня профессиональной культуры, от способности и готовности людей к созданию и освоению нового.

Преодоление кризисности при строительстве новой российской государственности, общественной жизни, переход к демократическим формам и методам управления на всех уровнях власти – федеральной, региональной, муниципальной, невозможен без соответствующей подготовки будущих государственных служащих, без овладения высоким уровнем профессионализма, компетентности, управленческих навыков, всесторонних знаний, высокой личностной культуры.

В Белгородской области понимают значимость и отдают должное внимание вопросам работы с кадровым составом, тем более значительное внимание уделяется кадровому резерву. Работа строится на основе проектного управления, с учетом требований заложенных в региональную инновационную политику, в основе которой актуализируется идея создания благоприятных условий среды для нововведений [1]. Целью работы с кадровым резервом – является обеспечение органов государственного, муниципального

управления управленческими кадрами высокой квалификации, отвечающим потребностям времени.

В современных условиях прогнозирование потребности в квалифицированных кадрах для органов государственного и муниципального управления в центре внимания органов власти и управления сохраняются проблемы подготовки, переподготовки, повышения квалификации, что в нынешних условиях связано с реализацией концепции опережающего образования по стандартам третьего поколения. Актуализация данной задачи является делом всего интеллектуального сообщества региона [2].

Отметим, что известно на государственную и муниципальную службу, как правило, принимаются специалисты различных областей экономики, социальной сферы, представители бизнес-структур, молодые ученые. При этом в требованиях отмечается, что квалифицированный служащий должен владеть знаниями управленца, менеджера, т.е. иметь управленческую подготовку, полученную в специализированном Высшем учебном заведении, иметь опыт работы в трудовом, учебном коллективе, в бизнес-структурах.

Однако, на протяжении довольно длительного периода отмечается, что среди служащих, занятых в исполнительно-распорядительных органах государственной и муниципальной власти мало специалистов, имеющих образование по направлению подготовки 38.03.04. «Государственное и муниципальное управление», 38.03.01. «Экономика», 09.03.02. «Информационные системы и технологии», 38.03.02. «Менеджмент», 40.03.01. «Юриспруденция», 39.03.01. «Социология» [3, 4, 5].

Идет поиск методов для выработки наиболее эффективных методов организации кадровой работы среди государственных и муниципальных служащих на местах. Так, например, за последние годы в администрации Белгорода была подготовлена городская целевая программа «Муниципальные кадры», которая последовательно реализуется. В программе основное внимание уделяется изучению, оценке сложившейся практики управленческой деятельности, трансформации имеющегося опыта, и что особенно важно, реализуются наработки в области технологий организации работы с кадрами на среднесрочную перспективу [7].

Поэтапная реализация Программ, дает возможность как накопить некоторый позитивный опыт, что в свою очередь позволит проводить корректировку программ и следовательно, можно более тщательно прогнозировать стратегию и перспективы дальнейших позитивных изменений в кадровой работе с топ-менеджерами администраций. Очевидно, позитивный результат будет проявляться как в указанном направлении по работе с персоналом государственной и муниципальной службы, так и в целом произойдут позитивные изменения в социальной среде региона.

Инновационный подход, реализующийся в аналогичных программах в Белгородской области, состоит в идее комплексного использования всех кадровых технологий, применяемых в системе государственной гражданской и муниципальной службы. Основными задачами подготовленных и реализующихся программ является:

- 1) развитие системы профессионального роста кадров, способных компетентно эффективно решать стратегические задачи развития экономики и социальной жизни региона;
- 2) развитие организационной структуры управления;
- 3) обеспечение материальной и информационной среды для эффективного выполнения государственными и муниципальными служащими своих должностных обязанностей;
- 4) развитие корпоративной культуры работников подразделений государственной и муниципальной службы;
- 5) повышение престижа государственной и муниципальной службы;
- 6) усиление доверия населения к работе государственной и муниципальной службы.

Подводя некоторый итог отметим, что мотивирующее значение государственного и муниципального служащего, состоящего, либо на службе, либо в управленческом кадровом резерве возрастает, когда работа с ним носит открытый системный характер и этому должна в полной мере способствовать открытая кадровая политика. Решить данную задачу достойно возможно, тем более видится, что большая часть ее лежит в укреплении взаимосвязи региональной, муниципальной власти и системы образования.

Отмечая еще одну особенность среди проблем развития интеллектуальной активности административной среды, отметим, что организация совместных усилий членов общества для решения социально значимых проблем предполагает рационально обоснованную профессиональную деятельность по управлению этими процессами в образе нового социального субъекта - государственных служащих, объектом и продуктом труда которых является сложнейшая и объемная информация, их работа требует глубоких знаний в области теории, практики и искусства управления, психологии, правил и процедур делового администрирования и делового этикета. Несомненно, что эти специалисты должны быть всесторонне образованы, обладать высокой культурой, ораторским искусством и всегда помнить о том, что они являются представителями высшей, государственной власти [2].

Так проводя анализ деятельности Белгородской областной Думы V созыва (2010-2015 годы), можно продемонстрировать, что ее участники обладают профессиональной культуры управления, состоящей из таких важнейших компонентов как: политическая культура; правовая культура; нравственная культура — т.е. являются профессионалами своего дела. Одним из принципов законотворческой деятельности областной Думы пятого созыва являлось привлечение широкого круга экспертов. В связи с этим, при всех комитетах областной Думы созданы экспертные Советы. В составы Советов входят учёные, представители органов государственной власти области, организаций и общественных объединений [6]. Основным направлением деятельности экспертных Советов стало проведение экспертно-аналитических работ и подготовка заключений по проектам федеральных законов, проектам законов Белгородской области и иным вопросам, рассматриваемым комитетами областной Думы.

Вполне резонно можно утверждать, что именно благодаря профессионализму представителей различных комитетов осуществлялась постоянная работа по различным направлениям, в том числе организации исполнения наказов избирателей, полученных депутатами в ходе предвыборной кампании [6].

На середину 2015 года было выполнено более 70% от общего числа поступивших депутатам наказов избирателей.

Органы государственной власти области, местного самоуправления городов и районов, организации, обеспечивающие реализацию наказов, представляют в Думу отчёты о ходе их выполнения. Данные отчёты передаются депутатам областной Думы для информирования избирателей о выполненных мероприятиях и затраченных суммах.

С целью содействия развитию местного самоуправления, оказания помощи в координировании политики по социально-экономическому развитию территорий в 2013 году при областной Думе был создан Координационный Совет по взаимодействию с представительными органами муниципальных образований.

Депутатами и работниками аппарата областной Думы осуществлялось постоянное взаимодействие с представительными органами местного самоуправления муниципальных районов и городских округов в виде оказания им консультативной, правовой и методической помощи, а также изучения практики их работы.

При оказании правовой помощи органам местного самоуправления регулярно осуществлялось консультирование по вопросам применения законодательства.

За отчётный период в областную Думу поступило более 28,5 тысяч документов. В их числе 21,1% составляют документы Федерального Собрания Российской Федерации,

45,2% – администрации Губернатора области и её структурных подразделений, Правительства Белгородской области, 21% – служебная корреспонденция территориальных федеральных органов государственной власти, представительных (законодательных) органов субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и муниципальных учреждений области, общественных и других организаций.

В структуре поступивших документов – 4 662 проекта федеральных законов, 382 проекта законов Белгородской области, 379 заключений, поправок и замечаний к ним, 1 124 законодательных инициатив и обращений представительных органов власти субъектов Российской Федерации.

Исполнение более 8,8 тысяч документов руководством областной Думы было взято на контроль, а 1 995 документов стали предметом обсуждения комитетов, Совета и заседаний Думы. В свою очередь, 767 документов было получено от коллег из различных регионов России в поддержку законодательных инициатив Белгородской областной Думы.

Однако, проведя определенный анализ состояния организационной культуры государственных служащих, отметим, что у определенной части работников госслужбы проявляется, причем в самых разных формах, некий психологический барьер. Специалисты с большим стажем и опытом работы, т. е. по большому счету профессионалы своего дела подчас не проявляют готовности к инновациям в организационной управленческой деятельности. Молодые работники, вчерашние выпускники, проявляющие энтузиазм и готовность работать, не всегда получают необходимый положительный результат из-за некомпетентности, недостаточности профессиональной подготовки, причем именно в сфере управленческой, менеджерской деятельности [5, 7].

В связи с чем актуализируется вопрос обучения кадров, которое должно быть сразу ориентировано на профессиональную деятельность, накопление уже во время учебы опыта практической работы, накопление знаний должно сочетаться с освоением опыта коллективной работы [4].

Перед образовательными учреждениями стоит задача осуществить организованный и качественный процесс подготовки и переподготовки кадров, где программа их обучения, переобучения либо повышения квалификации органически вписывалась в соответствующий этап деятельности государственной службы в целом и отвечать потребностям конкретной сферы деятельности и каждого конкретного рабочего места. При этом необходимо учитывать, что серьезным противоречием в будущем может стать разорванность профессионального и личностного развития госслужащего. Оптимизация методических основ процесса обучения в системе профессионального переобучения/профессиональной переподготовки, повышения квалификации государственных служащих возможна при такой организации, которая обеспечит формирование и поддержание у слушателей устойчивого интереса к учению через осознание значимости изучаемого материала для будущей работы и карьеры [5, 6].

Есть мнение, и мы с ним скорее согласимся, что результативность учебного процесса складывается из следующих основных компонентов: во-первых, приращение знаний должно сопровождаться ростом профессионального сознания; во-вторых, только с привлечением современных научных методов и инновационных технологий должно происходить формирование умений решения профессиональных задач; и в - третьих, особого внимания требует работа по повышению уровня психологической готовности к профессиональной деятельности, что требует установки на постоянное самосовершенствование.

Поставленные задачи в свою очередь определяют еще одну значимую составляющую учебного процесса. Организация рационального процесса обучения предъявляет новые требования к педагогу, который должен не столько являться носителем информации, сколько выполнять функцию управления, регулирования процесса обучения на основе развития интеллектуальной активности, творческой инициативы, дальнейших

стимулов к учебе. Учитываться должны индивидуальные интересы, уровень подготовки, готовности к обучению. Методически верно организованное занятие включает в себя определение и отработку основных понятий и категорий, анализ закономерностей изучаемого явления, на занятии формируются навыки анализа общественных процессов, творческий процесс включает прогнозирование возможных последствий принимаемых решений, на основе освоения методики исследования конкретной ситуации, отрабатываются возможные методы работы с людьми, способы индивидуальной саморегуляции, готовность принимать нестандартные решения в нестандартной ситуации.

Наиболее эффективными формами проводимых занятий, активизирующими потенциал студентов и слушателей могут стать в том числе, применяемые в учебном процессе комбинаторно ролевые и деятельностные игры, профессиональный тренинг, групповая дискуссия, варианты «круглых столов», «мозговых штурмов» по отдельным проблемам, индивидуальных практикум, открытая беседа, анализ конкретной ситуации, варианты «кейз-стадии» и др.

Отметим такую особенность - значительная часть активных методов обучения предполагает работу в группе, что в свою очередь позволяет развивать способности к генерированию идей, навыкам коммуникаций, творческих способностей, умению делового общения, возможности выхода из конфликтной ситуации.

Опыт работы показывает, что в активизации процесса обучения все большей популярностью пользуются так называемые деловые игры. Деловая игра представляет собой имитационный управленческий процесс, т.е. процесс выработки и принятия решения для конкретной ситуации в условиях поэтапного уточнения необходимых факторов, анализа информации, дополнительно поступающей и вырабатываемой в ходе игры. С помощью игры успешно воспроизводятся и изучаются сложные вопросы управления, разрабатываются теоретические модели, приближенные к практической деятельности. Деловые игры помогают выработать оптимальный вариант управленческих решений.

В деловых играх участвуют студенты и слушатели, уже получившие определенные теоретические знания по основам управления и оснащенные необходимыми теоретическими средствами и источниками информации.

Деловые игры требуют большой инициативы и творческого подхода со стороны участников игры. Они активизируют процесс обучения, развивают у участников навыки самостоятельного творческого мышления, вырабатывают навыки научного подхода к принятию управленческих решений. Деловые игры стимулируют коллективный, творческий поиск, способствуют нахождению достаточно эффективных производственных решений, закреплению полученных теоретических знаний.

В процессе игры исходные данные могут быть представлены в виде таблиц, схем и других показателей, которые могут быть творчески переработаны участниками деловой игры. Такой подход поможет участникам игры обосновать и выработать оптимальные варианты управленческих решений. Методические указания, разрабатываемые для проведения деловых игр определяют цели, задачи и содержание деловой игры. Они содержат исходные данные и рекомендации по проведению игр, определяют последовательность решения задач и рассмотрения различных ситуаций по основам управления. Методические указания предназначены для преподавателей и студентов/слушателей курсов повышения квалификации в вузах, могут быть использованы также руководителями и специалистами структур государственной службы

Престиж профессии в определенной мере зависит от того, какое количество работающих в данной сфере достигает профессионализма, каков уровень их профессионального мастерства, что в свою очередь актуализирует вопрос обучения кадров, которое должно быть сразу ориентировано на профессиональную деятельность, накопление уже во время учебы опыта практической работы.

Повышение мотивации к получению знаний, каждый должен быть вовлечен в общую работу. Стимулируя активность вовлеченности можно использовать методы работы с малыми группами, работы по созданию воображаемых моделей, работы по сравнению того, что происходило при обсуждении в аудитории, с тем, что бывает в реальной жизни. Со слушателями повышающими квалификацию возможна работа с ситуацией и проблемами, с которыми они сталкивались в реальной жизни исполняя служебные обязанности, причем разбирая как стандартные, так и не стандартные ситуации. Предлагаемый в рамках статьи материал дает возможность еще раз напомнить, что преимуществом активных форм обучения является то, что оно позволяет вместе с получением профессиональных знаний развивать необходимые способности, прививать специфические навыки, приобретать такие профессиональные качества, как самостоятельность, инициативность, умение выбирать приоритетные цели и осуществлять их, проявлять готовность к действию и возможность принимать новое новационное.

Литература

1. Надуткина И.Э., Шовгеня С.А., Ресурсное обеспечение проектной инновационной деятельности в регионе// Среднерусский вестник общественных наук (научно-образовательное издание. - 2011. - №4. - С.161-168.
2. Бабинцев В.П., Надуткина И.Э., Сапрыка В.А. Экспертное сообщество как субъект гражданского участия в регионе// Власть. - 2014. №7. - С. 3-9.
3. Гайдукова Г.Н. Краудсорсинговый потенциал и барьеры его использования в практике муниципального управления // Управление городом: теория и практика. 2014. № 2 (13). С. 84-89.
4. Быхтин О.В., Задорожнюк И.Е. Вузы региона: управленческие инновации // Социология образования. 2016. № 2. С. 30-45.
5. Шовгеня С.А. Взаимодействие вузов с региональным сообществом: расчет рисков инновационных проектов в вузах. В сборнике: Наука, Техника, Инновации 2014 сборник статей Международной научно-технической конференции. Под общей редакцией А.Л. Сафонова. Брянск. 2014. С. 431-435.
6. Быхтин О.В., Сапрыка В.А., Шмигирилова Л.Н. Совместные программы и проекты в сфере науки и образования как способ инновационного развития приграничных регионов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2011. № 2. С. 348-352.
7. Астахов Ю.В. Современные кадровые технологии: от теории к муниципальной практике: монография / Ю.В. Астахов – Белгород: обл. тип., 2010. – С.103.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ» К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М.С. Начкебия,
старший преподаватель
кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

В настоящее время конкурентоспособность региона во многом зависит от его кадрового потенциала. Соответственно система образования является одним из ведущих институтов, обеспечивающих конкурентные преимущества в условиях возрастания роли знания как фундаментального, так и прикладного характера.

Перед каждым учреждением высшего образования, осуществляющих подготовку студентов по направлению «Государственное и муниципальное управление» поставлена

задача корректировки образовательных программ в соответствии с индивидуальными запросами личности и требованиями рынка труда. Есть понимание того, что логика организации образовательного процесса должна способствовать развитию таких компетенций, как способность человека анализировать свой профессиональный уровень, осваивать новые профессиональные знания и навыки в соответствии с меняющимися требованиями, умение проектировать свою карьеру, работать с информацией и организовывать профессиональное общение и взаимодействие со всеми субъектами образовательного сообщества [1].

Отметим, что именно в процессе обучения в высшем учебном заведении закладывается фундамент профессии, создается нацеленность на постоянное самообразование в различных условиях и ситуациях. Необходимо, чтобы студенты уже на начальных этапах своей профессиональной подготовки стремились «овладеть знаниями и техниками их освоения, понимали, что подлинное достояние личности – это продукт учебной и профессиональной деятельности»[2]. Таким образом, одной из ключевых задач процесса обучения, является подготовка студента к достижению профессиональной цели в будущем.

Профессиональная подготовка включает в себя усвоение информации, знаний, операций, механизмов, приемов, из которых складываются навыки. В то же время одной из важных предпосылок успешности профессиональной подготовки на начальных этапах обучения в высшем учебном заведении выступает наличие сознательных мотивов. «Социум имеет потребность в высокообразованных личностях, инициативных профессионалах, предприимчивых и творческих людях. Эта установка требует переустройства различных общественных систем, в том числе и образовательной»[3]. Особое внимание, в рамках образовательного процесса, уделяется именно мотивационному аспекту, а в частности формированию мотивации к профессиональной деятельности студентов.

В свою очередь, мотивация профессиональной деятельности студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» рассматривается нами как «совокупность мотивационных свойств и состояний личности в процессе ее деятельности, побуждающих и регулирующих активность, обусловленная спецификой профессиональных задач»[4].

Приведенный в научной литературе анализ квалификационных характеристик менеджера государственного и муниципального управления показывает, что успех деятельности может быть определен высокообразованными психическими процессами (например, вниманием, эмпатией, стрессоустойчивостью, высоким уровнем долговременной и кратковременной памяти, интуицией и др.), также специальными свойствами (например, коммуникативной компетентностью, вербальными способностями и др.)[5].

Можно выделить многообразные виды профессиональной деятельности специалистов в сфере государственного и муниципального управления (управленческую, аналитическую, организационную, финансовую, экономическую, плановую, проектную, исследовательскую, методическую, маркетинговую, инновационную) взаимопроницаемость и взаимодополняемость которых позволяет говорить об особенностях профессиональной деятельности специалиста сферы государственного и муниципального управления, которая свидетельствует о пересечении и объединении профессиональной и личностной сфер служащего. Содержанием деятельности специалистов сферы государственного и муниципального управления кроме целенаправленных действий по реализации основных управленческих функций является налаживание эффективных связей с людьми.

В настоящее время можно выделить ряд проблем, тормозящих процесс формирования мотивации студентов к профессиональной деятельности:

- отсутствует единый подход к оценке постоянно меняющихся требований к подготовке специалистов в сфере государственного и муниципального управления;

– недостаточно разработан механизм реализации новых требований, предъявляемых динамичными условиями рынка труда к профессиональной подготовке студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление»;

– недостаточно разработан процесса формирования значимых профессиональных компетенций у студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» с использованием интерактивного обучения;

– недостаточно разработана система мониторинга для постоянного диагностирования успешности профессиональной подготовки студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление».

Предлагаем более подробно остановиться на решение последней проблемы.

В план мониторинга должны быть включены следующие мероприятия:

1) Анализ теоретического материала по проблеме мотивации студентов к профессиональной деятельности.

2) Определение базы исследования.

3) Подбор комплекса диагностических методик и возможных методов опроса по данной проблеме.

4) Проведение опроса:

– исследование социально-экономических, социально-демографических и гендерных особенностей респондентов;

– исследование мотивации выбора студентом направления обучения;

– исследование профессионального самосознания студента;

– исследование моделей поведения выпускников направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» после окончания вуза;

– исследование степени удовлетворенности респондентов полученными в процессе обучения теоретическими знаниями и практическими навыками;

– исследование трудовой мотивации студентов и их отношения к работе;

– исследование мотивации профессиональной деятельности студентов;

– исследование факторов, влияющих на их профессионализацию.

5) Анализ и интерпретация полученных результатов по проблеме мотивации студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» к профессиональной деятельности.

6) Составление аналитического отчета.

7) Формулировка рекомендаций по поставленной проблеме.

Мониторинг необходимо проводить ежегодно, для того чтобы понять насколько мотивация профессиональной деятельности меняется в зависимости от освоения студентом профессиональных компетенций.

На первом курсе анкетный опрос «Мотивация к профессиональной деятельности студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» необходимо провести перед началом занятий, для того, чтобы понять: как вчерашние школьники определились с выбором профессии, как они представляют работу в органах власти, каковы мотивирующие факторы, побуждающие их к овладению, выбранной профессией.

На последующих курсах анкетный опрос необходимо проводить после прохождения студентами практики.

Анализ результатов опросов позволит определить меняется ли отношение студентов, к своей будущей профессиональной деятельности после того, как они:

–увидели работу государственных и муниципальных служащих;

–сами попробовали применить на практике полученные на занятиях знания и умения;

–приобрели практический навык по выполнению определенных профессиональных задач.

Результаты опроса позволят выявить проблемы неблагоприятно влияющие на формирование мотивации студентов к профессиональной деятельности, и устранить их в процессе обучения, путем применения современных образовательных технологий, а также проведения совместных мероприятий с потенциальными работодателями.

Практико-ориентированный подход в обучении студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» осуществляется уже несколько лет, но существующий план необходимо дополнить следующими мероприятиями:

1) Организация и проведение презентаций структурных подразделений органов государственной власти и органов местного самоуправления. Проведение такого «дня открытых дверей» работодателя для студентов и выпускников направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» будет способствовать формированию в студенческой среде позитивного имиджа органов власти, ознакомления студентов и выпускников с имеющимися вакансиями, формированию кадрового резерва органов власти.

2) Организация групповой проектной деятельности студентов под руководством преподавателя вуза в рамках конкретной учебной дисциплины. Для этого необходимо, сформулировать темы проектов для решения конкретных управленческих задач.

3) Организация практик студентов с предоставлением в органах государственной власти и органах местного самоуправления баз для проведения учебных и производственных практик студентов с целью их профессиональной ориентации. Данное направление достаточно успешно реализуется вузами, но в настоящее время требуется пересмотреть требования к оформлению отчета и дневника практики, а особое внимание необходимо уделить сопроводительным документам, которые студент предоставляет по месту практики. В частности, необходимо добавить следующие документы: «Характеристика»; «Информационная справка»; «Индивидуальное задание на практику». Индивидуальное задание на практику должен разработать руководитель практики от вуза совместно с руководителем практики от органа власти.

Для быстроты формирования такого рода документов можно применить, внедряемую в вузах информационно-образовательную среду (ИОС). ИОС – это «основанная на использовании компьютерной техники программно-телекоммуникационная среда, реализующая едиными технологическими средствами и взаимосвязанным содержательным наполнением качественное информационное обеспечение студентов, преподавателей и администрацию учебного заведения» [6, 7].

В такого рода среду должны входить организационно-методические средства, а также совокупность программных и технических средств обработки, передачи, хранения информации, которые способны обеспечивать оперативный доступ к значимой информации и позволяющие организовать взаимодействия между всеми заинтересованными субъектами (администрация вуза, преподаватели, студенты).

В настоящее время во многих вузах данная система находится на стадии внедрения, т.к. еще не в полном объеме может функционировать. В этой связи рассмотрим один из ее разделов – личный кабинет студента.

Личный кабинет студента – это элемент ИОС, дающий возможность студентам получить доступ к информации об учебном процессе из любой точки, где есть выход в сеть «Интернет». Доступ к личному кабинету студента, позволяет обучающемуся со всеми документами, обеспечивающими учебный процесс: учебный план, рабочие программы дисциплин, расписание занятий, результаты текущей и промежуточной аттестации и пр.

В настоящее время данный раздел требует дополнения, в частности:

1) в данной системе должны присутствовать следующие информационные блоки для студента: учебно-методический; организационно-методический; социально-воспитательный; научно-исследовательский;

2) в каждом из перечисленных выше блоках должны быть удобные для внесения информации поля;

3) правильно внесенная информация по соответствующему направлению позволит сформировать определенные отчеты, которые будут транспортироваться в текстовый редактор и «отправляться на печать». Например, «Портфолио», «Характеристика», «Информационная справка» общая или отдельно по каждому из блоков, «Резюме»; «Благодарственное письмо»; «Индивидуальное задание на практику».

Отметим, что студент будет заинтересован в заполнении информации в соответствующие блоки, только в том случае если из информации, внесенной в данные разделы может быть сформирован электронный отчет в виде конкретного документа. Такого рода отчеты («Портфолио», «Характеристика», «Информационная справка» и др.) позволят студенту, куратору, администрации вуза своевременно предоставить информацию при назначении стипендии, при прохождении практики, при трудоустройстве, позволят достойно «презентовать» студента, и соответственно, его шансы на последующие трудоустройство в органы власти будут увеличены.

Итак, в заключении отметим, что на сегодняшний день подготовка к профессиональной деятельности студентов направления подготовки «Государственное и муниципальное управление» состоит в получении фундаментальных теоретических знаний и в овладении практическими умениями и навыками; ориентированности на создание условий само-реализации как фактор креативно-личностного и профессионального развития в будущей профессии; направленности на развитие личностных и духовно-нравственных качеств будущих специалистов сферы государственного и муниципального управления.

Таким образом, от того, в какой степени сформирована мотивация профессиональной деятельности выпускников направления подготовки «Государственное и муниципальное управление», в какой степени они будут удовлетворены процессом профессионализации при обучении вузе и от того, насколько развито профессиональное самосознание студентов, зависит успешность их адаптации на рабочем месте в органах власти.

Литература

1. Юрьева, О.В. Профессиональная мотивация как фактор успешного обучения студентов в вузе / О. В. Юрьева, А. Р. Хазиева // Вопросы экономики и права. –2015. –№ 6. –С. 69-73.
2. Крымская, Ю.А. Пути повышения качества и мотивации обучения при профессиональной подготовке студентов в вузах / Ю. А. Крымская, С. Н. Ячинова // Молодой ученый. –2014. –№ 19. –С. 56-67.
3. Гайнутдинова, Е.В. Когнитивный подход в понимании феномена мотивации / Е. В. Гайнутдинова // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. –2013.–№ 11. –С. 173-180.
4. Романенко, В. И. Мотивация профессиональной деятельности сотрудников государственной противопожарной службы МЧС России / В. И. Романенко, Д. С. Безносков // – Вестник ИГПС. –2011. –№ 4. – С. 72-76.
5. Мишина, А.Н. Подготовка будущих менеджеров государственного и муниципального управления к профессиональной деятельности / А. Н. Машина // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. –2013. –№ 2. –С. 57-60.
6. Григорьев С. Г. Информатизация образования. Фундаментальные основы / С. Г. Григорьев, В. В. Гриншкун. – Томск, ТМЛ-Пресс, 2008. – 286 с.
7. Мясоедова, Е. А. Информационная образовательная среда учреждения: понятие, структура, проектирование / Е. А. Мясоедова, Г. А. Будникова // Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования. –2012. –№2. –С.82-90.

К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ ТЕХНОЛОГИИ КАПИТАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ КРАУДСОРСИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.А. Преликова,

*преподаватель кафедры охраны труда и окружающей среды,
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»*

В общем случае «социальное здоровье» есть совокупность социальных ресурсов индивида, открывающая ему возможность вести социально активную и духовно насыщенную жизнь за счёт организованного взаимодействия внутри местного сообщества, с возможностью достижения жизненных ориентиров. В настоящий момент назрела необходимость управления капитализацией социального здоровья населения города, которое представляет собой разновидность социального управления, предполагающее конфигурирование релятивной сети (сети отношений, определяющих взаимодействия субъектов социального здоровья) для повышения уровня социальных доверия, инициативы и участия, а также обеспечение качества окружающей среды в совокупности с благоприятными условиями и социально-активным образом жизни населения.

Управление капитализацией социального здоровья населения многосубъектно. В связи с чем его особенностью является субъект-субъектный характер, что меняет представление об управляемой и управляющей подсистемах. За счет грамотного управления обеспечиваются единое пространство взаимодействия, согласованность усилий по решению поставленных задач, а также распределение ответственности за результаты работы. Субъект-субъектное взаимодействие способно не только привести к восстановлению старого порядка, но и выработать новый продуктивный порядок.

В отличие от административного воздействия (субъектно-объектного управления), когда органы власти сами разрабатывают и принимают управленческие решения, управление капитализацией социального здоровья построено на самоорганизующемся механизме субъектно-субъектного управления, содержанием которого становится процесс согласования интересов разноуровневых субъектов управления (органов власти, граждан и других заинтересованных сторон). Появление такого механизма обязано постоянному наращиванию потенциала субъективности, складывающегося из коллективного интеллекта местного сообщества и уровня развития социальных организаций. И чем выше (в количественном и качественном выражении) потенциал субъектности местного сообщества, тем больше его стремление к саморазвитию, более точными становятся управленческие решения и эффективнее действия субъектов управления. Главным условием капитализации социального здоровья населения является наличие обратной связи с органами местного самоуправления, поэтому в основе данной технологии лежит краудсорсинговая деятельность, которая позволяет использовать потенциал местного сообщества для решения общих проблем [1]. Это существенно расширяет охватываемый круг участников, повышает оперативность и результативность работы.

Разработка технологии капитализации социального здоровья на базе краудсорсинговой деятельности открывает новые возможности для активизации населения. Это, в свою очередь, позволяет [3]:

- с большой определённостью предсказывать результаты и управлять организационными процессами;
- анализировать и систематизировать имеющийся практический опыт;
- оптимально использовать имеющиеся в распоряжении человеческие ресурсы;
- комплексно решать проблемы местного сообщества.

Технология капитализации социального здоровья, по мнению автора, строится на совокупности трех уровней: 1) научно-организационный; 2) формализованно-описательный; 3) процессуально-деятельностный [4].

Научно-организационный уровень технологии капитализации социального здоровья представлен теорией общества сетевых структур, которая констатирует рождение массовых самокоммуникаций, и семиосоциопсихологической парадигмой, предполагающей наличие в структуре населения «социоментальных групп», то есть групп, отличающихся уровнем развития коммуникативных навыков.

На формализованно-описательном уровне технология капитализации социального здоровья представляется описанием целей, субъекта и объекта, принципов и методов, применяемых для достижения планируемых результатов. Цель данной технологии – организация совместной деятельности разноуровневых субъектов управления с целью выработки и реализации ими взаимоприемлемых решений. В качестве субъекта выступают представители органов местного самоуправления, эксперты местного сообществ и служба технической поддержки, объединённые в команду модераторов процесса. Объектом является сеть взаимодействия между акторами социально-экологической деятельности. Краудсорсинговая деятельность строится на принципах «двойного информирования», «партиципативности», «транспарентности», «ограниченного многообразия», «взаимодействия в проектировании».

На процессуально-деятельностном уровне технология капитализации социального здоровья предстаёт как алгоритм деятельности субъектов краудсорсинговой деятельности, который включает привлечение групп населения для эффективной реализации этой технологии; формирование лояльности и создание самовоспроизводящегося сообщества (рис.1)[5]. При этом учитывается наличие в местном сообществе трёх групп, которые условно обозначены как «активные» (16 %), «инертные» (53 %) и «отвергающие» (31 %), выделенных в зависимости от вовлеченности индивида в процесс самоорганизации местного сообщества по решению общественно-значимых проблем. При этом учитывается и то, что уровень социального здоровья снижается от категории «активные» к категориям «инертные» и «отвергающие», а это при крайне малочисленности социальной группы «активных» делает затруднительным процесс самоорганизации местного сообщества для решения проблем благоустройства городской среды обитания, и требует особых методов работы (технологий) с другими целевыми аудиториями.

Возможностью реализации технологии капитализации социального здоровья служит специальное приложение на базе геоинформационных систем. Данный подход учитывает геовизуализацию событий [6]. Обычно в данном приложении реализована функция информирования о дате, времени и месте проведения мероприятия, направленного на решение проблем благоустройства. Однако простое информирование эффективно на начальных этапах внедрения технологии краудсорсинга, когда последняя воспринимается местным сообществом как нечто новое. В дальнейшем интерес городских жителей к решению проблем благоустройства среды обитания при помощи геоинформационных систем ослабевает. Это связано с тем, что актуализировавшееся состояние социального здоровья местного сообщества не было капитализировано, то есть не превратился в социальный капитал, ориентированный на решение проблем благоустройства города.

Важным условием на пути капитализации социального здоровья населения является создание электронных площадок на базе геоинформационных технологий, которые будут выступать консолидирующим звеном между населением, бизнесом и органами публичной власти. Это, в свою очередь, будет способствовать повышению эффективности местного самоуправления и снижению издержек социальных коммуникаций для каждого члена местного общества. При создании электронных площадок следует предусмотреть вопросы финансирования в рамках региональных программ информатизации. Кроме того, следует обучить муниципальных служащих навыкам применения технологии капитализации социального здоровья, которая является основой для реализации развернутого аналитического подхода к организации деятельности органов власти в социальной сфере. Среди

населения необходимо провести агитационно-разъяснительную работу о необходимости консолидации усилий при капитализации социального здоровья.



Рис. 1. Блок-схема технологии капитализации социального здоровья

Таким образом, разработка технологии капитализации социального здоровья осуществляется комплексно на трёх уровнях: научно-организационном, формализованно-описательном, процессуально-деятельностном уровнях. Данная технология позволяет: 1) предложить научно-разработанное решение проблемы капитализации социального здоровья на основе теоретико-методологических подходов к социальному управлению, 2) дать описание целей, субъекта и объекта, принципов и методов осуществления краудсорсинговой деятельности в социальной сфере, 3) построить алгоритм деятельности субъектов управленческой деятельности по реализации механизма капитализации социального здоровья.

Литература

1. Преликова, Е.А. Применение технологии краудсорсинга в публичном управлении [Текст] / Е.А. Преликова, В.В. Зотов, И.О. Кирильчук // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Социология. –2015. –№ 15 (1). –С. 74-84.
2. Преимущества использования краудсорсинга в малом бизнесе [Электронный ресурс]. URL: <http://cardomat.ru/article/preimuschestva-ispolzovaniya-kraudsorsinga-v-malom-biznese> (дата обращения: 17.06.2016).
3. Бабинцев, В.П. Технология краудсорсинга в региональном управлении [Текст]: монография / В.П. Бабинцев и др.; под науч. ред. В.П. Бабинцева; Федеральное гос. авт. образовательное учреждение высш. проф. образования "Белгородский гос. нац. исслед. ун-т" (НИУ "БелГУ"), Каф. социальных технологий. – Белгород: Константа, 2014. – 161 с.

4. Технологии управления социальной сферой региона монография / М. П. Куркина, В. П. Бабинцев, В. В. Зотов, Н. В. Забелина. Курск, Курский гос. мед. ун-т, 2011. 160с.

5. Преликова, Е.А. Управление формированием социального здоровья населения города на основе технологии социально-экологического краудсорсинга [Текст] / Е.А. Преликова // Управление в XXI веке: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Белгород. 2016. – С. 246-249.

6. Преликова Е.А. Обеспечение устойчивого развития городской среды в целях сохранения здоровья населения посредством технологий краудсорсинга [Текст] / Е.А. Преликова, В.В. Зотов, Д.С. Емельянов // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 2-2. С. 193.

УСЛОВИЯ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИМ УЧАСТИЕМ

Е.В. Реутов,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, отделение гуманитарных и общественных наук. Грант «Микро-практики солидарности в социальном пространстве местного сообщества» № 15-03-00378.

Основные тенденции развития России в последние десятилетия все в большей степени свидетельствуют о нарастании системных противоречий во взаимодействии государства и общества или, точнее, той его части, которая стремится к автономии от государства в ценностях, целях, институциональных формах и модусах существования. В гражданском обществе формируются группы и ассоциации, обладающие ситуативной или устойчивой идентичностью, набором интересов, и стремящиеся к их реализации либо в сотрудничестве с властью, либо минуя ее. Это могут быть как институциональные субъекты - политические партии и НКО, так и слабоинституционализированные социальные движения разного масштаба - от локальных до общенациональных. Большинство такого рода групп интересов немногочисленно и, как правило, достаточно слабо, чтобы реализовать свои цели без поддержки власти - хотя бы в силу того, что сама сфера общественных инициатив и гражданского участия в последние годы оказалась "под колпаком" нормативно-правового регулирования и усиления регламентации.

Государственные акторы, в свою очередь, стремятся к сохранению и даже усилению контроля за автономной от них инициативой гражданского общества, поскольку в российской политической традиции и практике контроль и властные полномочия рассматриваются, как правило, в категориях "игры с нулевой суммой" - ослабление контроля по этой логике приводит к утрате ресурсов (от финансовых до символических) и подрывает тем самым основания власти должностных лиц и институтов.

Было бы крайне наивным рассматривать противоборство государства и "третьего сектора" в категориях добра и зла и утверждать, что все, что исходит от гражданского общества, способствует сбалансированному социальному развитию, общественной консолидации, представительству интересов и пр., а государство ориентировано исключительно на подавление, монополизацию и контроль. Так, интересы тех или иных гражданских ассоциаций достаточно часто вступают в противоречие с критериями общественного блага, поскольку их носители ориентированы не на баланс в системе представительства, а на доминирование. Естественно, в жесткое противоречие могут вступать интересы и различных

общественных ассоциаций и движений, конкурирующих друг с другом за финансовые, административные и символические ресурсы.

Тем не менее, общественное участие, во-первых, является базовым механизмом представительства социальных интересов; во-вторых, представляет собой легальный и социально значимый способ проявления частной инициативы и творчества; в-третьих, позволяет существенно расширить ресурсную (человеческую, интеллектуальную, материальную и пр.) базу государственного и муниципального управления; в-четвертых, способствует формированию у населения набора организационных, коммуникативных и др. компетенций, необходимых для образования и упрочения социальных связей.

При этом широта и равномерная интенсивность гражданских практик рассматриваются, как параметры зрелого состояния участия, его прогнозируемого характера, формирования устойчивых групп участников, определенной их "профессионализации". Локализация же активистских практик на отдельных актуальных направлениях и в отдельных социальных группах говорит скорее о несистемном, случайном характере активизма, его непрогнозируемости [4, с. 49].

Таким образом, применительно к современной ситуации, следует отметить противоречие между объективной необходимостью в различных формах частной и общественной инициативы и низким потенциалом общественного участия, связанным как с пассивностью и некомпетентностью большинства, так и со стремлением органов власти к монополизации прерогативы социальной активности и жесткому лимитированию ее форм и направлений.

Гражданское участие в настоящее время не представляет собой массовый тренд социального поведения, что вполне объяснимо исходя из нескольких факторов. Во-первых, это ограниченность и даже замкнутость индивидуального социального пространства большинства россиян. В основном это оно ограничено семейными и дружескими связями. Повседневные заботы, связанные с выживанием, для большинства россиян доминируют в системе жизненных приоритетов. Подобная атомизация отражается не только на длине радиуса социальных связей и контактов, но отрицательно влияет на адаптационные практики, среди которых доминируют пассивные формы. Результаты мониторинга Левада-Центра (2016 г.) свидетельствуют, что установкой на преобразование окружающей действительности обладает меньшинство населения. Лишь 10% опрошенных считают необходимым «пытаться изменить окружающую действительность, не мириться с ее несовершенством». В полной или значительной мере чувствуют ответственность за то, что происходит в их доме и дворе не так уж много людей – 47%. Еще меньше – 41% – думают, что могут повлиять на ситуацию в доме или дворе. Ответственность за происходящее в городе / районе испытывают значительно меньшая доля респондентов – 18%, а о возможном влиянии на него утверждают 12% [2, с. 41-42].

Во-вторых, установлению горизонтальных и вертикальных связей в местных и региональных сообществах, образованию устойчивых ассоциаций препятствует низкий уровень институционального и межличностного доверия. По данным Левада-Центра (сентябрь 2017 г.), российские благотворительные организации "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 34% респондентов (не вполне или совсем не заслуживают - 46%); профсоюзы "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 22% респондентов (не вполне или совсем не заслуживают - 55%); региональные органы власти "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 31% респондентов (не вполне или совсем не заслуживают - 62%); муниципальные органы власти "вполне заслуживают доверия" с точки зрения 27% респондентов (не вполне или совсем не заслуживают - 67%) [1].

Межличностное доверие находится приблизительно на таком же уровне. Так, по данным исследования "Микропрактики солидарности в социальном пространстве местного сообщества", проведенного в Белгородской области (2015 г., N=1002 респондента), лишь треть (35,3%) респондентов, считают, что большинству людей можно доверять; 48,3% придерживаются противоположного мнения.

В-третьих, как уже отмечалось, далеко не все формы гражданского участия приветствуются властью. Так, любые формы самоорганизации, связанные с политическим протестом или с противодействием принятым органами власти решениям, вызывают, как правило негативную реакцию - от замалчивания и дискредитации до прямых репрессий.

В результате российское общество - как на локальном (за исключением ряда этнокультурных образований), так и на макросоциальном уровнях, остается фрагментированным и неготовым к консолидированным действиям за пределами государственной мобилизации.

В ходе исследования Института социологии РАН, организованного при поддержке Некоммерческого Фонда ИСЭПИ в марте 2014 г., были сделаны выводы о том, что социальная база неполитического гражданского активизма составляет 34% населения (участвующие в деятельности хотя бы одной общественной организации) [4, с. 54]. Однако к этому заключению следует относиться с некоторой осторожностью, поскольку формальное участие далеко не всегда коррелирует с реальными практиками гражданского активизма. Может иметь место также и отрицательная взаимосвязь обратного характера.

По данным нашего исследования, проведенного в Белгородской области (2015 г., N=1002 респондента), в тех или иных формах коллективной деятельности на уровне соседского сообщества хотя бы эпизодически приходилось принимать участие в течение года половине респондентов, на уровне поселения - почти 40% [3, с. 151-153].

По результатам мониторинга социального самочувствия населения Белгородской области, проведенного ОАУ «Институт региональной кадровой политики» в июле 2017 г. (N=1272 респондента), показало, что разными формами участия в местном самоуправлении (ТОС, сходы и собрания граждан, публичные слушания и др.) охвачено около четверти респондентов (26,2%). Лишь 12,1% опрошенных признали себя участниками общественных организаций, хотя в предыдущие годы эта доля составляла 20-27%.

Формирование социальной базы гражданского активизма, развитие его конструктивных практик (к которым следует отнести любые формы самоорганизации граждан, не создающие риски насилия по отношению к индивидам и группам) требует комплекса мер, находящихся в широком диапазоне институционального и социокультурного регулирования. При этом в качестве субъектов регулирования следует рассматривать не только органы государственной и муниципальной власти, но любых носителей публичной субъектности - в том числе, общественные объединения и неформальные гражданские ассоциации.

Данные меры можно сгруппировать в несколько категорий:

1) информационная поддержка различного характера и иные меры информационной политики, осуществляемые как самими субъектами гражданского участия, так и институтами публичного управления;

2) институциональное (политико-правовое) регулирование;

3) воздействие на социокультурную среду.

Развитие современных информационно-коммуникационных технологий позволяет как актуализировать потенциал гражданского участия, так и существенно увеличить его объем. Актуализация потенциала гражданского участия посредством таких технологий возможна в силу выполнения ими мобилизационной функции, опирающейся на уже сформированную установку на коллективные действия; увеличение же объема данного потенциала является более сложной задачей, поскольку предполагает распространение соответствующих ценностей - фактически - воспитание гражданской позиции.

Ряд информационно-коммуникационных технологий, способствующих развитию потенциала гражданского участия, был предложен экспертам для оценки их эффективности по 5-балльной систем. Экспертный опрос был проведен в мае 2017 г. в Белгородской и Воронежской областях. Основным критерием при отборе экспертов выступала их вовлеченность в проблематику гражданского активизма в силу профессионального, ценностного либо научного интереса. В число экспертов вошли: государственные (муниципальные)

служащие, сотрудники государственных (муниципальных) учреждений, общественные активисты, ученые, сотрудники НКО, работники СМИ.

В результате был составлен ранжированный перечень соответствующих технологий:

- тематические форумы и группы в социальных сетях ("ВКонтакте", "Одноклассники", "Фейсбук" и пр.) - 4 балла;
- специализированные платформы, направленные на выявление социальных проблем и сбор предложений граждан ("Народная экспертиза" и пр.) - 3,07 балла;
- электронные платформы для подачи петиций ("Российская общественная инициатива", Change.org и др.) - 2,83 балла;
- создание НКО, государственными и муниципальными учреждениями баз данных волонтеров и рассылка адресных приглашений на мероприятия - 2,71 балла;
- блог-платформы (LiveJournal, LiveInternet и др.) - 2,68 балла;
- интернет-приемные органов власти - 2,59 балла;
- онлайн-опросы по актуальным проблемам местных сообществ на официальных ресурсах - 2,59 балла;
- объявления на сайтах НКО, государственных и муниципальных учреждений о проводимых мероприятиях - 2,34 балла;
- тематические форумы на муниципальных интернет-порталах - 2,32 балла.

Иерархия представленных технологий свидетельствует о заметно низкой роли государства и иных институтов публичной власти по сравнению с "горизонтальными" формами коммуникации граждан. Так, социальные сети в настоящее время представляют собой реальный механизм агрегации общественного мнения по актуальным вопросам социального развития и, в меньшей мере, его трансляции в систему публичного управления и мобилизации на коллективные действия. В то же время объявления на сайтах НКО, государственных и муниципальных учреждений о проводимых ими мероприятиях оказались малоэффективными. Соответственно, и гражданским ассоциациям, и органам власти необходимо исходить из того, что для реального влияния на процессы гражданского участия виртуальная коммуникация а) должна использовать не наиболее очевидные для ее организаторов ресурсы (официальные сайты или официальные страницы в соцсетях), а коммуникационные платформы с высокой посещаемостью (популярные сообщества и блог-платформы, рейтинговые интернет-издания), б) в создании контента ориентироваться не на собственные цели и видение ситуации, а использовать ценностный ряд и язык соответствующей аудитории.

Развитие гражданского участия через институциональное (политико-правовое) регулирование предполагает использование инкорпорированного в систему управления комплекса стимулов, формирующих у граждан мотивацию к образованию ассоциаций, коллективной деятельности, принятию на себя ответственности за окружающую ситуацию.

По данным нашего экспертного опроса, в комплексе мотивации общественного участия тесно переплетены мотивы альтруистического и утилитарного характера. Причем, в числе последней группы мотивов отчетливо просматривается не только стремление к непосредственным материальным и статусным приобретениям, но и ориентация на социальный капитал, выраженная как утилитарно - в приобретении новых связей, так и ценностно - в поиске популярности. Так, эксперты утверждают, что в качестве ведущих мотивов включения людей в те или иные формы общественной активности выступают: желание сделать лучше социальную и духовную среду своего обитания (на это указали 58,54% опрошенных), стремление к расширению круга общения, приобретению новых знакомств и связей (43,90%), желание сделать последующую карьеру в органах власти, государственных учреждениях (39,02%). Относительно высокой значимостью обладают такие мотивы, как: желание решить проблемы людей из близкого и дальнего кругов общения (31,71%), стремление к известности, популярности (29,27%), решение своих частных проблем, используя ресурсы других людей (24,39%), желание заработать, используя механизмы общественной деятельности (21,95%), чистый альтруизм, стремление помочь

даже незнакомым людям (21,95%). Стремление преодолеть свои психологические комплексы в качестве мотивации общественной активности оказалось малозначимым (4,88%)

Однако процессам самоорганизации в настоящее время препятствуют не столько институциональные ограничения, сколько факторы ментального порядка, связанные с неразвитостью ценностей и установок на общественное участие, социальный эгоизм. Среди ведущих факторов, препятствующих самоорганизации на местном и локальном уровнях, эксперты отметили: отсутствие времени, загруженность работой большинства граждан (70,73% экспертов), патернализм, привычка граждан к перекладыванию ответственности на власть (68,29%), социальный эгоизм большинства людей, нежелание их выходить за пределы привычного круга общения (58,54%), низкий уровень межличностного доверия (51,22%). Ко второй по значимости группе факторов относятся: низкий уровень информированности граждан о возможностях общественного участия (41,46%), отсутствие стимулов, информационной, материальной и финансовой поддержки со стороны власти (31,71%). Явно выраженные факторы внешнего характера оказались малозначимыми. Так, противодействие со стороны местной власти в числе препятствующих факторов отметили 7,32% экспертов, а противодействие со стороны руководства коммерческих организаций - всего лишь 2,44%.

Изменение ситуации гражданской пассивности, таким образом, возможно путем применения комплекса мер, воздействующих не столько на институциональные, сколько на ментальные и средовые характеристики местных сообществ. Ранжированный (по 5-балльной шкале) перечень стимулов сотрудничества и самоорганизации граждан на местном уровне, с точки зрения экспертной оценки, выглядит так:

- введение дополнительных мер морального и материального поощрения волонтерской деятельности - 3,76 балла;
- расширение практики проведения конкурсов общественных проектов - 3,46 балла;
- трансляция через СМИ удачного опыта взаимодействия граждан - 3,29 балла;
- увеличение финансовой поддержки НКО со стороны государства и муниципалитетов, предоставление грантов - 3,29 балла;
- привлечение общественных активистов к работе органов власти в составе комиссий, советов - 3,05 балла;
- повсеместное создание при участии власти структур территориального общественного самоуправления - 2,85 балла;
- законодательное ограничение ответственности управляющих компаний за содержание помещений общего пользования - 1,59 балла.

Таким образом, наиболее значимыми стимулами гражданского участия является, прежде всего, набор мер материального и морального поощрения субъектов добровольческой деятельности и НКО (в том числе, на конкурсной основе), а также усиление информационного сопровождения успешных практик самоорганизации граждан. Однако эффективное информационное и институциональное стимулирование гражданского участия невозможно без изменения ценностей и поведенческих фреймов большинства граждан, связанного с расширением локуса ответственности, с одной стороны, и уходом власти от идеи жесткого контроля всех проявлений несанкционированной сверху активности граждан, с другой.

Литература

1. Институциональное доверие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2017/10/12/institutsionalnoe-doverie-3/> (дата обращения: 12.10.2017).
2. Общественное мнение – 2016. М.: Левада-Центр, 2017. - 272 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/cp/wp-content/uploads/2017/02/OM-2016.pdf> (дата обращения: 18.10.2017).

3. Реутов, Е.В. Самоорганизация в локальных сообществах: практики и механизмы / Е.В. Реутов, М.Н. Реутова, И.В. Шавырина, А.А. Турьянский // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. - 2017. - № 4. - С. 145-164.

4. Седова, Н.Н. Гражданский активизм в современной России: форматы, факторы, социальная база / Н.Н. Седова // Социологический журнал. - 2014. - №2. - С. 48-71.

ГОТОВНОСТЬ ГРАЖДАН К САМООРГАНИЗАЦИИ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ

М.Н. Реутова,

*кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»*

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ. Грант «Микропрактики солидарности в социальном пространстве местного сообщества» № 15-03-00378.

В последние годы исследование теоретических и прикладных аспектов общественного участия и самоорганизации граждан на микро- и мезоуровне приобретает все большую актуальность. В рамках данной работы самоорганизация рассматривается как процесс установления непосредственных связей и контактов между гражданами для решения локальных проблем и функциональных задач с перспективой их актуализации после достижения первичных целей. К основным формам локальной самоорганизации граждан относится сбор подписей под обращениями в органы власти; проведение собраний и дискуссий для обсуждения способов решения имеющихся проблем; сбор денег и вещей для нуждающихся и другие формы взаимопомощи, митинги и демонстрации с выдвижением требований к органам власти, работодателям; организация досуговых мероприятий; совместное благоустройство территории; создание и реальное участие в деятельности институтов самоорганизации – ТОС, НКО и др.

Движущей силой объединения мало- или вообще незнакомых прежде друг с другом людей выступают проблемы различного характера – от необходимости защиты своих прав до проведения досуга. При этом происходит актуализация «слабых» связей, их трансформация в «сильные» или же формируются новые связи различного характера. Как отмечает ряд зарубежных исследователей процессов социальной самоорганизации, «традиционные социальные сети – семейно-родственные, соседские – могут и должны быть дополнены и замещены конструируемыми самими людьми посредством личного выбора сетевыми отношениями. Таким образом, возникает потребность в новых основаниях для отношений, которые выходят за рамки традиционных, обусловленных пространственной близостью и общим происхождением» [1]; «система публичного управления должна следовать логике социальных связей местного сообщества с расширением их возможностей. Именно они выступают в качестве движущей силы экономического развития и демократизации» [2].

Отечественные исследователи рассматривают практики самоорганизации граждан «как весомый элемент российского варианта гражданского общества. Само гражданское общество при этом интерпретируется прежде всего как способность людей к самоорганизации в соответствии с разнообразными осознанными общественными интересами ради консолидированного выражения и защиты этих интересов» (3, с. 199).

Развитие социальной интеграции и формирование локальной идентичности, основанной не на внешних (административно-политических), а на внутренних (ценностно-мотивационных) факторах, возможно посредством непосредственных контактов, связанных с разрешением частных и коллективных проблем и формирующих эмоциональную близость между их участниками. Совокупность данных контактов представляет собой микропрактику солидарности. Безусловно, трансформация микропрактик солидарности в

социальную солидарность представляет собой длительный процесс. При этом результат его совершенно не предопределен. Микропрактики солидарности вполне могут оказаться самодостаточными, или же на основании возникших «слабых» связей и их эволюции в «сильные» могут сформироваться идентичности, конфронтационные по отношению к обществу в целом. Таким образом, возможно формирование коллективной солидарности на мезоуровне, на основе микропрактик взаимопомощи и самоорганизации.

К ведущим факторам самоорганизации граждан на локальном уровне относится, во-первых, объективная ситуация, объем и характер проблем на конкретной территории или в организации, наличие эффективных институтов самоорганизации (ТОСы, НКО и др.). Во-вторых, это субъективное восприятие людьми проблемности ситуации, а также набор культурных ценностей, оказывающих влияние на социальное поведение и во многом предопределяющих готовность к кооперации и сотрудничеству.

По данным анкетного опроса населения Белгородской области (N=1002, выборка квотная, репрезентирующая пол, возраст, место жительства), большая часть респондентов (68,23%) не исключает для себя возможности включиться в какую-либо общественную инициативу и вступить ради этого в контакт с незнакомыми или малознакомыми людьми. Неготовность к этому высказывают 19,78% опрошенных. Значительная часть респондентов (32,07%) руководствуются в данном отношении личными мотивами – они могли бы это сделать в случае нарушения их прав. Альтруистические мотивы высказывались реже, но они также присутствуют – так, 16,68% респондентов могли бы включиться в общественные инициативы в случае ущемления прав окружающих их людей. И почти треть опрошенных (30,57%) руководствовались бы в данном случае необходимостью решения какой-либо общественной проблемы (таблица 1).

Таблица 1

Готовность принять участие в общественных инициативах, вступить в контакт с незнакомыми или малознакомыми людьми, %

Не готов к этому	19.78
Мог бы в случае нарушения (ущемления) моих прав	32.07
Мог бы в случае нарушения прав окружающих	16.68
Мог бы, если бы нужно было добиться решения какой-то общественной проблемы	30.57
Затрудняюсь ответить	11.89
Другое	0.20
Всего	100.00

Среди разных возрастных групп готовность к общественному участию распределяется неодинаково. Так, наибольший уровень готовности демонстрируют респонденты 18-29 лет (77,31%, если исключить тех, кто не готов и затруднившихся с ответом). В их среде также наиболее сильно выражена общественная и альтруистическая мотивация гражданского участия. Меньше всего готовность к общественному участию выражена у респондентов 60 лет и старше (59,58%). Альтруистическая и общественная мотивация у них, как и у 30-39-летних, находятся на достаточно низком уровне по сравнению с молодежью и 40-59-летними. 30-39-летние респонденты по уровню готовности к общественному участию находятся на предпоследнем месте (64,80%). Но по степени выраженности личной и альтруистической мотивации эта группа аналогична молодежи. Общественная мотивация у них выражена слабее остальных. У 40-59-летних респондентов альтруистическая мотивация выражена наиболее слабо.

Несколько большую готовность к включению в практики гражданского участия выказывает городское население (69,47% против 66,28% у сельских жителей). У горожан также чуть больше выражена альтруистическая мотивация гражданского участия.

Готовность к личному проявлению гражданской инициативы и мобилизации других людей к совместной деятельности для решения каких-либо общественно-значимых задач находится на несколько менее высоком уровне, но, тем не менее, декларируется большинством респондентов. Однозначно заявили, что не готовы к выступлению с общественной инициативой лишь 26,55% опрошенных, и еще 14,17% затруднились с ответом. Таким образом, оставшиеся 59,28% респондентов могли бы в случае необходимости проявить активистские качества. Как и в предыдущем случае, ведущими стимулами общественного активизма являются ущемление личных прав (на это указали 27,45% опрошенных) и необходимость решения общественной проблемы (27,45%). Чисто альтруистические причины, связанные с ущемлением прав окружающих людей, отметили 12,87% респондентов (таблица 2).

Таблица 2

Готовность выступить с какой-то общественной инициативой, объединить прежде незнакомых или малознакомых людей, %

Не готов к этому	26.55%
Мог бы в случае нарушения (ущемления) моих прав	27.45%
Мог бы в случае нарушения прав окружающих	12.87%
Мог бы, если бы нужно было добиться решения какой-то общественной проблемы	27.45%
Затрудняюсь ответить	14.17%
Всего	100.00%

Из всех возрастных групп наиболее высокий уровень готовности к инициированию коллективных действий декларируют самые молодые респонденты (65,95%), самый низкий – пожилые (49,65%). Молодежь демонстрирует наиболее высокий уровень общественной мотивации гражданского участия. У пожилых же более, чем у других, выражены альтруистические мотивы. Личностно детерминированная мотивация характерна в большей степени для респондентов 30-39 лет.

Для развития общественного участия большое значение имеет понимание мотивации граждан, выступающих лидерами или рядовыми участниками каких-либо общественных инициатив. По данным всероссийского исследования «Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России», мотивация гражданского участия различается в зависимости от направленности деятельности. Так, массовые конструктивные активисты (МКА), отвечая на вопрос «*Что дает Вам участие в инициативной группе, общественной организации?*», говорят о возможности улучшить жизнь в своем городе, в стране, удовлетворении от оказания помощи другим, уважении окружающих. Примерно каждый четвертый из МКА (27%) рассчитывает на получение новых знаний, навыков, которые пригодятся в жизни, а 8% – на связи с влиятельными людьми и на приобретение опыта общественно-политической деятельности. Второй по величине группой акторов гражданского участия являются *неполитические активисты (НПА)*. Каждый пятый из них (19%) включен в публичные неполитические акции (борьба против сноса детской площадки, уничтожения сквера, строительства автостоянки и т.п.). Почти треть из них (30%) – регулярные участники публичных слушаний, 38% участвовали в публичных дискуссиях, 48% подписывали обращения, петиции в защиту общественных интересов. Мотивы гражданского участия у НПА выглядят несколько иначе, чем у МКА. Четверо из каждых десяти в этой группе – рационалисты (получают от своей деятельности новые знания, полезные знакомства или интересную работу), а треть (34%) – альтруисты (уважение окружающих, возможность улучшить жизнь в городе, стране) [4, с. 73-74].

По данным опроса экспертов в Белгородской и Воронежской области (N=40), включаться в те или иные формы общественной активности людей побуждают следующие установки морально-этического и прагматического плана: желание сделать лучше соци-

альную и духовную среду своего обитания (58,54%), стремление к расширению круга общения, приобретению новых знакомств и связей (43,9%), желание сделать последующую карьеру в органах власти, государственных учреждениях (39,02%), желание решить проблемы людей из близкого и дальнего кругов общения (31,71%), стремление к известности, популярности (29,27%), желание заработать, используя механизмы общественной деятельности (21,95%), чистый альтруизм, стремление помочь даже незнакомым людям (21,95%) и др.

Представляет интерес выявление факторов, препятствующих самоорганизации граждан на местном и локальном уровнях. Как свидетельствуют результаты опроса экспертов (таблица 3), наиболее часто были названы факторы субъективного плана – нехватка времени, патернализм, привычка перекладывать ответственность на власть, социальный эгоизм большинства людей, нежелание их выходить за пределы привычного круга общения, низкий уровень доверия к окружающим людям, низкий уровень информированности граждан о возможностях общественного участия. Сдерживающим фактором также выступает отсутствие поддержки со стороны власти, но данный фактор существенно уступает по частоте упоминания факторам, названным выше. Прямое противодействие со стороны местной власти или руководства коммерческих организаций играет незначительную роль.

Таким образом, мотивация гражданского участия обусловлена, прежде всего, специфическим набором установок и ценностных ориентаций, заставляющих граждан включаться в различные инициативы или выступать их непосредственными организаторами; гражданская пассивность вытекает из недостаточной осведомленности о возможностях влияния на власть в современных условиях, патерналистских и эгоцентрических установок, недоверия людям и просто отсутствия желания прилагать какие-либо усилия, выходящие за рамки семейно-родственных и непосредственных профессиональных обязанностей. Вместе с тем, можно предположить, что более активное стимулирование гражданских инициатив со стороны местных органов власти может оказать заметное влияние на развитие практик самоорганизации на уровне местных сообществ.

Таблица 3

Факторы, препятствующие самоорганизации граждан на местном и локальном уровнях, %

Противодействие со стороны местной власти	7.32
Противодействие со стороны руководства коммерческих организаций	2.44
Низкий уровень информированности граждан о возможностях общественного участия	41.46
Социальный эгоизм большинства людей, нежелание их выходить за пределы привычного круга общения	58.54
Патернализм, привычка граждан к перекладыванию ответственности на власть	68.29
Отсутствие стимулов, информационной, материальной и финансовой поддержки со стороны власти	31.71
Низкий уровень межличностного доверия	51.22
Отсутствие времени, загруженность работой большинства граждан	70.73

Изменение ситуации гражданской пассивности, таким образом, возможно путем применения комплекса мер, воздействующих не столько на институциональные, сколько на ментальные и средовые характеристики местных сообществ. Ранжированный (по 5-балльной шкале) перечень стимулов сотрудничества и самоорганизации граждан на местном уровне, с точки зрения экспертной оценки, выглядит так:

– введение дополнительных мер морального и материального поощрения волонтерской деятельности – 3,76 балла;

- расширение практики проведения конкурсов общественных проектов – 3,46 балла;
- трансляция через СМИ удачного опыта взаимодействия граждан – 3,29 балла;
- увеличение финансовой поддержки НКО со стороны государства и муниципалитетов, предоставление грантов – 3,29 балла;
- привлечение общественных активистов к работе органов власти в составе комиссий, советов – 3,05 балла;
- повсеместное создание при участии власти структур территориального общественного самоуправления – 2,85 балла;
- законодательное ограничение ответственности управляющих компаний за содержание помещений общего пользования – 1,59 балла.

В целом, ряд эмпирических данных позволяет сделать вывод, что различные практики самоорганизации граждан на уровне локальных сообществ приобретают все большее распространение, формы гражданского участия имеют в основном конструктивный характер и связаны с благоустройством мест непосредственного проживания граждан, оказанием помощи различным категориям населения посредством сбора подписей, участия в публичных слушаниях, использования специальных Интернет-ресурсов, направленных на выявление социальных проблем и сбор предложений граждан, участия в работе ТОС. Наиболее перспективными мерами по стимулированию гражданского участия выступают дополнительное моральное и материальное поощрение участников общественных инициатив, а также более эффективное информационное сопровождение удачного опыта решения актуальных проблем посредством самоорганизации граждан.

Литература

1. Schattenhofer K. Selbstorganisation und Gruppe: Entwicklungs und Steuerungsprozesse in Gruppen. Opladen: Westdt. Verl. 1992.
2. Amin A. Local community on trial // *Economy and society*. 2005. № 34 (4). P. 612-633.
3. Барков Ф.А. Гражданская активность, солидарность и самоорганизация в контексте российской модели гражданского общества // *Гуманитарий Юга России*. 2012. № 2. С. 193-202.
4. Условия активизации гражданского участия в малых и средних городах России. Режим доступа: http://soc.fom.ru/uploads/files/ISEP_3.pdf.

НЕПАТРИМОНИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРАКТИКИ КАК ДЕВИАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: ХАРАКТЕР ПРОЯВЛЕНИЯ И СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В.Б. Слатинов,

*доктор политических наук,
заведующий кафедрой государственного
и муниципального управления Курского
государственного университета*

В последние годы рассмотрение проблематики девиаций в системе государственного управления стало важным элементом теоретического анализа публичного администрирования. Серьезным подспорьем в этом является разрабатываемый в рамках политической науки концепт непатримониализма. С точки зрения ряда известных авторов, современному российскому политическому режиму и связанной с ним системе политико-административного управления присущи явные непатримониальные черты - порядок политических, управленческих взаимодействий, ресурсного распределения и присвоения ренты таков, что государство в значительной мере управляется как патримониум правя-

ших групп, которые фактически используют свой публичный статус, а также связанные с ним общественные функции в качестве источника собственных доходов [1].

Патримониальные режимы и присущие им институты, как известно, являются естественной характеристикой традиционного общества [2]. В ходе последующей исторической эволюции потребность в мобилизации общественных ресурсов заставляет действовать в логике бюрократизации (в «веберовском» смысле слова) – то есть вытеснять принцип патримониализма из политических, экономических, статусных отношений, заменяя его рациональностью – системой безличных правил и процедур, реализуемых компетентным аппаратом управления, рекрутируемым на основе оценки профессиональных качеств претендентов и осуществляющим свои функции на долгосрочной основе. Однако, победа бюрократических начал никогда не бывает полной и гарантированной на неопределенный период. Всякий раз, когда в силу определенных структурных или ситуационных причин бюрократический контроль ослабевает – реанимируется комплекс патримониальных отношений.

Таким образом, патримония выступает антитезой бюрократии, она всегда возрождается и усиливается при ослаблении современного государства и его формальных правил и институтов. Сердцевиной патримонии является сеть клиентарно-патронажных отношений, мощь и неистребимость которых хорошо демонстрируют как системы управления развитых государств, так и (в особенности) государственных систем, находящихся в процессе модернизации [3].

Бюрократизированные системы, являющиеся неотъемлемой чертой современной государственности, а также крупных компаний, профессиональных сообществ и иных общественных институтов стремятся утвердить свои принципы по четырем базовым линиям:

- занятие властных позиций согласно безличным правилам со строгой регламентацией полномочий органов власти;
- строго регламентированное применение насилия, проникновение государственной регламентации в сферу контроля над использованием силовых ресурсов, поддержание государственной монополии на использование силы;
- детерминация статуса через систему рангов и званий, ролевых позиций, занятие которых основано на формальных критериях;
- материальное обеспечение поступает исключительно через официальные бюрократические каналы и должно прямо соответствовать занимаемой позиции в иерархии.

Когда в силу действия структурных либо процедурных факторов принципы бюрократической организации ослабевают, заинтересованные акторы (лидеры, группы интересов) ищут и находят альтернативные («боковые») пути укрепления своих позиций по четырем вышеуказанным сюжетам. Накопление у акторов преимуществ в организационных, силовых и символических ресурсах в условиях упадка рациональной организации государственной системы позволяет им выстраивать неформальные отношения в свою пользу, ориентироваться на отношения личной лояльности и обмен услугами, что приводит к формированию клиентарно-патронажных практик. Иначе говоря, в противоположность бюрократической рационализации патримониальные практики ведут к прогрессирующей персонализации отношений.

Персоналистские сети представляют собой эффективный механизм извлечения ренты из политико-административного статуса, а также инструмент «захвата» публичных властных полномочий [4]. Сети элитарных коалиций правящих групп, образующих в патрон-клиентной логике политическое ядро, концентрируют политические, экономические и символические ресурсы власти, одновременно закрывая другим акторам (группам и слоям) доступ к этим ресурсам и позициям контроля над ними. Государственная система в такой логике превращается в патримониум правящих групп, используется ими преимущественно в собственных интересах, однако, неформальное ядро, действующее в логике патрон-клиентных отношений, не может целиком игнорировать публичную природу госу-

дарства, поэтому возникает симбиоз неопатримониального «ядра» с формальными институтами, которые служат как его легитимирующим фактором, так и инструментом его политических и управленческих стратегий [3]. Соотношение формальных и неформальных институтов и практик в таких системах обусловлено различными факторами структурного и процедурного характера. Тем не менее, для реализации стратегии экономического роста и модернизации, являющихся при определенных обстоятельствах важными для правящих сетевых коалиций, в рамках управленческой системы происходит неизбежное усиление формальных институтов (рационализация), при этом действия доминирующих акторов направлены на поддержание «смешанного равновесия» (гибридности), сохраняющего неопатримониальное «ядро».

Неслучайно ряд исследователей указывают на то, что неопатримониализм плохо совместим с консолидированной демократией (если неопатримониальные практики там и сохраняются, то в крайне ограниченных рамках), а наиболее приемлемым для него являются гибридные режимы – авторитарные политико-административные системы, имитирующие демократические институты и практики [1].

Принципиально значимым является вопрос о роли неопатримониализма в условиях социально-экономической модернизации, то есть о соотношении патримониальных и рациональных начал в переходных политико-управленческих системах. К. Легг и Р. Лемаршан первоначально различали две формы патримониализма: традиционный вариант, в котором клиентарные отношения пронизывают всю политическую систему в целом, и модернизированный вариант, в котором патримониальные черты сосуществуют с зарождающимися рационально-легальными тенденциями. Авторы также говорят об «индустриальной клиентарной системе», они признают, что в действительности нельзя утверждать, что в современных индустриальных обществах политика в точности соответствует идеалу рационально-легальных бюрократий [2].

Таким образом, речь идет о гибридных формах институциональной организации, в которых переплетаются патримониальные и рациональные черты. Патримониализм и присущие ему патрон-клиентарные отношения в переходных политико-экономических системах – средства кооптации, контроля, обеспечения доверия.

В определенных сочетаниях с «частичной рационализацией» управленческих отношений (и, соответственно, «частичной профессионализацией» кадров аппарата управления) неопатримониальные (точнее – гибридные) системы демонстрируют способность к развитию.

Региональные практики социально-экономического и политического развития областей Центрального Черноземья (Белгородская, Воронежская, Липецкая области – в ярко выраженном формате; в меньшей мере, но в рамках тренда – Курская, Тамбовская) указывают на принципиальную возможность такого сценария.

Для указанных регионов в качестве ключевых характеристик режимов политико-административного управления можно выделить:

- губернаторский моноцентризм и наличие отстроенной региональной «вертикали власти», подчинение местных элит доминирующему актору – губернаторской команде, построенной по принципу неопатримониального «ядра»;
- ориентация доминирующего актора на «развитие» и «общественное благо» – указанная мотивация обусловлена различными факторами и обстоятельствами, среди которых - советская ментальность, патриотизм (в том числе так называемый «местный»), ощущение особой миссии (уже отмеченной - «местно-патриотической» - Белгородская, Курская, Тамбовская области; или связанной с желанием доказать состоятельность не только как федерального чиновника, но и регионального лидера – Воронежская область);
- формирование пула клиентелл и зависимых групп и структур (на основе сочетания оценки доминирующим актором их лояльности и эффективности), наделение их ре-

сурсами и встраивание в современные подходы к управлению (институты развития, программно-целевой и проектный подходы и прочее)

- «частичная рационализация и профессионализация» государственной службы и кадровой политики – сочетание клиентарных зависимостей с элементами меритократического отбора, оценки эффективности, обучением и профессиональным развитием. Без указанных технологий невозможно решение задач развития, а также формирование и функционирование его институтов. «Частичную профессионализацию» также обеспечивает внедрение современных технологий управления и коммуникации, профессионально-квалификационных требований по замещению должностей, образовательная подготовка.
- долгое пребывание доминирующего актора у власти создает, как ни парадоксально, стабильность правил игры и возможность различным игрокам выстраивать долгосрочные стратегии в регионе. При этом задачи развития в условиях несменяемости власти требуют формирования механизма ротации элит и кадров государственных и муниципальных служащих. Доминирование патрон-клиентных отношений препятствует институционализации такого механизма, однако, ротация все равно производится как способ ситуативного реагирования на возникающие вызовы, управленческие потребности и проблемы. Задачи развития и совершенствование профессиональных требований к управлению требуют усиления «технократизации» кадровой политики, повышения значимости в ней профессиональных компетенций. Доминирующим трендом в кадровых решениях становится попытка сочетания требований личной лояльности и компетентности, что ведет к усилению рациональных начал, хотя сохраняет доминирующую логику патрон-клиентных отношений, особенно на верхних этажах политико-управленческой иерархии.

Дальнейшие перспективы эволюции гибридных политико-управленческих систем, сочетающих наличие ориентированного на социально-экономическое развитие неопатримониального «ядра» с элементами рациональной бюрократии в решающей мере зависит от скорости и направленности изменений качественных характеристик социальной системы. Формирование в ней новых игроков, ориентированных на изменение сложившихся правил в сторону обеспечения верховенства закона, ликвидацию монополии правящих коалиций на принятие ключевых решений, а также рентоизвлечение, укрепление гражданских структур, ставящих целью обеспечение общественного контроля и подотчетности органов публичной власти способно ускорить процесс движения политико-управленческой конструкции в сторону рационализации [5]. Однако, как показывает практика, поддержание «смешанного равновесия» (гибридности) при проведении «частичных реформ» оказывается весьма эффективным ответом неопатримониализма на потребность в модернизации.

Литература

1. Розов Н.С. Теория трансформации политических режимов и природа неопатримониализма // Политические исследования. - 2015. - № 6. - С. 157-173.
2. Фукуяма Ф. Сильное государство: управление и мировой порядок в XXI веке. - М., 2007. – 220 с.
3. Фисун А.А. К переосмыслению постсоветской политики: неопатримониальная интерпретация // Политическая концептология. - 2010. - № 4. - С. 158-187.
4. Соловьев А.И. Сетевая архитектура государственного управления и сетевая этика элиты как источники политической стагнации России // Социально-политическая трансформация современной России: поиск модели устойчивого развития. Сборник статей / Ин-т «Справедливый мир», Российская ассоциация политической науки, Ин-т социологии РАН; [редкол.: Л.И. Никовская, В.Н. Шевченко, В.Н. Якимец]. – М., 2015. - С. 96-100.

5. Слатинов В.Б. Стратегия реформирования государственного управления в современной России: сфера влияния против способностей государства // Среднерусский вестник общественных наук. - 2010. - № 1. - С. 97-103.

СИСТЕМА ФОРМИРОВАНИЯ PR-КОМПЕТЕНЦИИ У БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

А.Н. Чумаков,
*кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Старооскольского филиала НИУ «БелГУ»*

Особую значимость в государственном и муниципальном управлении сегодня приобретают поиски путей повышения эффективности деятельности органов власти и рациональных форм и методов воздействия на социальные процессы. Это стимулирует расширение и углубление практики включения актуальных технологий коммуникации в профессиональную управленческую деятельность государственных и муниципальных служащих, результативность которой во многом зависит от уровня развития их коммуникативной культуры.

К сожалению, в настоящее время уровень квалификации специалистов в области государственного и муниципального управления не всегда соответствует актуальным требованиям: часть государственных и муниципальных служащих, имея техническое или гуманитарное образование, не обладают в достаточной степени не только специализированными знаниями, умениями, навыками для решения сложных управленческих задач, но и сформированными коммуникативными компетенциями, которые необходимы для выстраивания эффективного сотрудничества с гражданами и различными общественными объединениями.

Следует отметить, что в современной высшей школе изучение связей с общественностью входит в число наиболее востребованных направлений: разработаны типовые учебные планы и рабочие программы, открыты специализации в обучении PR-специалистов по сферам деятельности: связи с общественностью в коммерческих структурах, в некоммерческих организациях, политический PR, связи с общественностью в органах власти [1, с. 206].

Знание специфики связей с общественностью, владение навыками управления общественными отношениями и формированием имиджа органа власти становится сегодня обязательным условием успешной профессиональной деятельности представителя власти. Модель компетенций государственного и муниципального служащего, по мнению современных исследователей, должна включать в себя несколько различных блоков, один из которых можно обозначить как PR-компетенцию, которую О.М. Симонова определяет «как составляющую профессиональной коммуникативной компетентности государственного служащего, представляющую собой интегрированную целостность мотивационного, когнитивного и рефлексивного компонентов, обеспечивающих осуществление профессиональной коммуникации» [2, с. 125]. Данная компетенция предполагает, в том числе, владение технологиями формирования общественного мнения, а также использование механизмов создания и продвижения имиджа органа власти и его представителя.

Если говорить о компетентностном подходе для государственных гражданских и муниципальных служащих, то на примере профиля компетенций, формируемого в Белгородской области, можно выделить такие компетенции, как:

1) эффективная коммуникация, что предполагает умение достигать своей цели в процессе общения с другими людьми, умение убеждать, владение навыками публичного выступления;

2) понимание структуры общественных институтов, что предполагает знание чиновником общественного устройства, структуры государственной власти и ее отношений с другими институтами [3, с. 15-16].

Рассмотрим технологию формирования коммуникативной компетентности, направленной, в частности, на выстраивание взаимодействия с гражданами и общественными объединениями. Данная технология реализуется в ходе преподавания дисциплины «Связи с общественностью в органах власти», включенной НИУ «Белгородский государственный университет» в вариативную часть учебного рабочего плана по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». Предлагаемый материал отличается методической инновационностью, общественно-политической актуальностью и способствует формированию у бакалавров не только теоретических знаний и практических навыков, но и управленческой ответственности, эрудированности, коммуникативной культуры, самостоятельности мышления.

На современном этапе развития системы государственного и муниципального управления необходимо решить несколько важнейших задач. «Во-первых, стараться изменить отношение государственного аппарата к гражданину, который должен восприниматься как субъект, а не только как объект управления. Во-вторых, наладить сотрудничество и координацию усилий между структурами государственного аппарата и гражданами и их организациями. И наконец, способствовать развитию контроля деятельности государственного аппарата» [4, с. 10]. Для решения обозначенных выше задач необходимо, на наш взгляд, особое внимание в профессиональной подготовке будущих чиновников уделить изучению Government Relations, под которыми понимают одно из направлений коммуникативного менеджмента, целью которого является согласование собственных интересов организаций с интересами органов власти различного уровня для снижения рисков и обеспечения устойчивого развития. Government Relations рассматривается также как лоббистская деятельность, направленная на продвижение и защиту интересов определенной группы [5, с. 226].

Вопрос как этического, так и юридического регулирования деятельности лоббистов очень неоднозначен и решается по-разному: на начало 2015 года в мире специальные законы о регулировании лоббизма есть лишь в 11 странах (не считая Евросоюза). В России попытки движения в данном направлении предпринимались еще с 1993 года и были связаны с обсуждением закона «О лоббизме». Последний проект появился в Госдуме в 2002 году и был заблокирован еще на стадии обсуждения в комитетах. В 2008 г. был опубликован Национальный план по борьбе с коррупцией, в котором, в частности, говорится о подготовке «на основе изучения существующего механизма учета интересов политических партий, социальных групп, юридических и физических лиц при разработке федеральных законов нормативного правового акта, регулирующего лоббистскую деятельность» [6].

В последние годы на уровне исполнительной власти о необходимости регулирования лоббизма заявили при принятии «Национального плана по противодействию коррупции» на 2012-2013 год. В соответствии с этим документом Министерство экономического развития должно было организовать «обсуждение вопроса о формировании института лоббизма с представителями различных социальных групп, а также изучить международный опыт регулирования лоббистской деятельности» [7]. А в следующем плане на 2014-2015 годы уже содержался пункт о разработке нормативной базы для создания в России легального института лоббизма [8].

Мы предлагаем бакалаврам познакомиться с различными подходами к вопросу регулирования лоббистской деятельности (например, изучить доклад Президенту Российской Федерации, подготовленный по итогам 2016 года командой Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей [9]), уделив особое

внимание анализу мнения собственников и руководителей высшего звена средних и малых компаний об административной среде в Российской Федерации, и сформулировать предложения по совершенствованию взаимоотношений между предпринимательским сообществом и различными институтами власти, которые возможно реализовать в ближайшие годы.

Важное место в организации обучения будущих государственных и муниципальных служащих занимает проблематика, связанная с трансформацией аксиологических и коммуникативных установок в российском обществе. Например, изучив «Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью», студенты должны указать его ключевые положения. Необходимо соотнести этические установки данного кодекса и, например, «Кодекса этики и служебного поведения служащих Старооскольского городского округа» с целью установить взаимосвязь между двумя текстами. Итогом работы становится разработка новой компетенции (так называемой PR-компетенции), которая может дополнить, например, профиль компетенций для должностей государственной гражданской и муниципальной службы Белгородской области.

Современные органы власти нельзя представить без продвижения различных управленческих идей в интернет-пространстве. Мы предлагаем в рамках формирования PR-компетенции выполнить будущему чиновнику кейс-задание, согласно которому он является начальником отдела по связям с общественностью администрации муниципального образования (например Старооскольского городского округа). Необходимо подготовить предложение по модернизации сайта администрации, содержащее, например, следующие пункты:

- 1) подробный перечень рубрик сайта;
- 2) подбор контента, которым будет наполнен сайт (нормативные правовые акты, статистические материалы, данные социологических исследований, фотоматериалы, видео-ролики, инфографика, интервью с представителями администрации и т.д.);
- 3) представление системы горизонтальных и вертикальных связей с сайтами иных органов власти, а также с сайтами общественных организаций;
- 4) разработка системы взаимодействия с гражданами посредством социальных сетей.

Сегодня социальные сети «демонстрируют принципиально новые типы социального взаимодействия. Солидарность ее членов не уступает традиционной. Интернет дает возможность делать новое сообщество и сотрудничать в невообразимых прежде масштабах и невиданным прежде образом. В Интернете социальная сеть – это программный сервис, площадка для взаимодействия людей в группе или в группах. Она связывает разных пользователей и информационные ресурсы, соответствующие их интересам. Социальные сети обладают гигантским потенциалом и в PR-деятельности» [10, с. 96], а следовательно, предоставляют новые возможности интерактивного взаимодействия между гражданским обществом и органами местного самоуправления.

В связи с этим интересным представляется изучение такого явления интернет-коммуникации, как блог. Если сначала блог рассматривался как инструмент коммуникации, позиционирования своего мнения, размещения информации частного характера, то в последние годы блог превращается в эффективный инструмент, используемый в политике, а также государственном и муниципальном управлении. Мы предлагаем сначала подготовить анализ блога представителя исполнительной или законодательной власти с целью определить эффективность данного средства воздействия на массовое сознание в организации связей с общественностью в органах власти, а затем подготовить текст для собственного блога, презентующего, например, муниципального чиновника.

С целью сопоставительного анализа PR-деятельности профессиональных пресс-секретарей, например Марии Захаровой, можно изучить, с одной стороны, официальный сайт Министерства иностранных дел, где представлены ее выступления как официального представителя МИД, с другой стороны, ее аккаунт в социальной сети «Фейсбук». Основ-

ной задачей для будущего государственного и муниципального служащего должно стать определение необходимости использования в деятельности органов власти и конкретных должностных лиц неофициальных интернет-ресурсов, социальных сетей, их эффективность во влиянии на общественное сознание. Также для молодых людей, активно участвующих в современной интернет-коммуникации, важно установление корреляции между официальной и частной сторонами жизни должностного лица.

Понимание специфики связей с общественностью для государственного и муниципального служащего является необходимой базой для формирования эффективного выстраивания отношений между органами власти и гражданским обществом. Используемая нами система формирования PR-компетенции обеспечивает актуальную информационную и научно-методическую основу для подготовки высокопрофессиональных управленцев, осознающих свое место в современном российском социуме и системе власти, способных адекватно анализировать и оценивать политические процессы, принимать социально ответственные управленческие решения и выстраивать открытые отношения с гражданским обществом.

Литература

1. Кузнецова, Н.О. Подготовка специалиста по связям с общественностью: ретроспективный анализ / Н.О. Кузнецова // Вестник СамГУ. – 2014. – №5. – С. 206-208.
2. Симонова, М.О. PR-компетенция будущих государственных и муниципальных служащих как фактор формирования положительного имиджа власти / М.О. Симонова // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2012. – №5. – С. 119-127.
3. Методические рекомендации по формированию профилей компетенций для должностей государственной гражданской и муниципальной службы Белгородской области: утверждены распоряжением первого заместителя Губернатора области – начальника департамента кадровой политики области от 30 января 2013 г. № 21 [Электронный ресурс]. URL: <http://oskolregion.ru> (дата обращения: 10.10.2017).
4. Васильева, М.М. Связи с общественностью в органах власти / М.М. Васильева. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 495 с.
5. Кулакова, Т. А. Government Relations в процессе принятия политических решений /Т.А. Кулакова // ПОЛИТЭКС = POLITEX: Политическая экспертиза: Альманах. Вып.2. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005. – С. 226-238.
6. Национальный план противодействия коррупции: утвержден Президентом Российской Федерации 31 июля 2008 г. Пр-1568 // Российская газета. – 2008. – 5 августа.
7. Национальный план противодействия коррупции на 2012-2013 годы [Электронный ресурс]. URL : [//www.kremlin.ru](http://www.kremlin.ru) (дата обращения: 15.10.2017).
8. Национальный план противодействия коррупции на 2014-2015 годы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru> (дата обращения: 15.10.2017).
9. Доклад уполномоченного при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей [Электронный ресурс]. URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru> (дата обращения: 18.10.2017).
10. Шапкина, Е.В. Интернет в системе средств массовой информации и особенности его восприятия в общественном сознании / Е.В. Шапкина // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – №2. – Т.2. – С. 94-98.

ПРОБЛЕМЫ НАЛАЖИВАНИЯ ДИАЛОГА РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В НЕСТАБИЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Ж. А. Шаповал,

кандидат социологических наук,

доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Проблема взаимодействия власти и общества в России актуализировалась по ряду обстоятельств. С одной стороны, речь идет об угрозе безопасности и сохранению суверенитета страны, связанной с волной цветных революций, прокатившихся по миру, желанием западных стран сменить действующий в России политический режим. В этих условиях для органов государственной власти становится крайне важной массовая поддержка граждан, их консолидация на основе согласия с политикой государства, чего невозможно достичь без активной социально-политической коммуникации. С другой стороны, на фоне неблагоприятной мировой экономической конъюнктуры, продолжающегося экономического кризиса, заметно снизился уровень жизни, материального благосостояния граждан; сохраняется чрезмерная дифференциация доходов, порожденная несправедливой системой распределения общественных благ. Как отмечают исследователи, «эти проблемы вызывают чувство социального недовольства и сказываются на восприятии социальной реальности – на оценках политической и экономической обстановки, одобрении деятельности федеральных и региональных органов власти, настроениях и самоощущениях граждан» [1]. Сложившаяся ситуация обуславливает необходимость ведения прямого и честного диалога с обществом, привлечения граждан к процессу принятия решений, чтобы они не чувствовали себя лишенными возможности участвовать в разрешении личных и общественных проблем.

Перечисленные обстоятельства не снижают стратегической важности развития демократических институтов в нашей стране. Таким образом, необходимость институционализации демократических принципов, существенный рост числа акторов политического процесса, представляющих интересы различных социальных групп, острота и противоречивость внешних и внутренних вызовов, стоящих перед страной, выдвигают на первый план необходимость дальнейшего упорядочивания взаимодействия и гармонизации отношений между государственными и общественными институтами.

Постоянный диалог власти и общества приобретает значение базовой ценности современного государства, становится системообразующим и регулирующим фактором социально-политической реальности. Подобный диалог способен выявить еще на ранних стадиях наличие актуальных социальных проблем и противоречий, предотвратить их разрастание, снять симптомы общественного недовольства и разработать решения, в наивысшей степени удовлетворяющие всех субъектов социальных отношений.

В целом, системное взаимодействие институтов власти и представителей гражданского общества является детерминирующим фактором эффективности системы государственного и муниципального управления, выступает необходимым условием устойчивого социально-экономического развития российского государства в долгосрочной перспективе.

Особенно важным такое взаимодействие становится в нестабильной социальной среде – ситуации турбулентного неравновесного хаоса, в котором, по определению И. Пригожина и И. Стенгерс, «число макроскопических пространственных и временных масштабов столь велико, что поведение системы кажется хаотическим» [2]. При этом многие исследователи совершенно справедливо полагают, что «хаос – это перманентное состояние российской действительности, которое постоянно в ней воспроизводится» [3]. Наиболее значимыми предпосылками хаотизации социальной реальности, по оценке ученых, выступают: экономический кризис, ведущий к росту некалькулируемых рисков в хозяйственной деятельности; дестабилизация социальной структуры, проявляющаяся на

микроуровне в самоорганизации сетевых сообществ в виртуальной среде; ревизия представлений о сущности человека, связанная с распространением концепции трансгуманизма, способствующая формированию в массовом сознании когнитивного диссонанса на фоне ценностно-нормативного кризиса [4].

Ситуация «турбулентности» продуцирует разрывы в социальной коммуникации, способствует атомизации общества. Как справедливо отмечает Д.В. Полянский, «по сути, мы имеем дело с тотальной маргинализацией социума, современный человек оказывается ни к чему всерьез не привязан, он везде временно. У него почти не осталось «своих», и он сам всюду «чужой». Он гордо культивирует свою индивидуальность, самодостаточность и независимость и одновременно мучительно страдает от ценностно-смысловой дезориентации, релятивизма и одиночества» [5]. Вместе с тем, люди имеют возможность осуществлять и поддерживать невиданное множество социальных контактов, используя разнообразные технические и программные средства массовой и межличностной коммуникации. Таким образом, возникла парадоксальная ситуация – информационно-коммуникационные технологии окончательно «разрывают» коммуникацию в современном социуме и в то же время открывают новые возможности для компенсации этого разрыва.

Ситуация «турбулентного хаоса» продуцирует разрывы не только в межличностной, но и в политической коммуникации. Типичными зонами таких разрывов вступают ситуации, когда органы власти не понимают ожиданий своей «целевой аудитории» и не стремятся им соответствовать, либо совершают неправильные действия, которые только ухудшают ситуацию, или предпринимают правильные шаги, однако «забывают» или не считают нужным информировать об этом население. Кроме того, следует констатировать «несоответствие скорости и масштабов освоения интернет-технологий гражданами, с одной стороны, и органами власти – с другой», в результате чего образуется еще один коммуникационный разрыв [6].

Не трудно предположить, насколько опасны могут быть последствия подобных разрывов. Они препятствуют построению диалога между властью и обществом, тормозят вовлечение населения в обсуждение социально-значимых решений. Игнорирование их влияния создает предпосылки для отторжения граждан от власти, формирует почву для реализации сценариев «оранжевых» революций. Только научившись преодолевать такие коммуникационные разрывы, государство сможет избежать многочисленных рисков и угроз, порожденных нестабильной социальной средой. В этой связи возникает необходимость построения и реализации продуманной коммуникационной стратегии в ходе диалога органов власти и общества, и прежде всего на региональном и местном уровне. Различные диалоговые площадки способны позитивно повлиять на уровень социальной напряженности в регионе, снизить протестные настроения и не позволить им перерасти в открытый конфликт.

Безусловно, следует признать, что за последние годы в России были сформированы довольно благоприятные условия для усиления государственно-общественного диалога: возникло большое количество гражданских структур, на всех уровнях управления реализуются проекты «открытого правительства», направленные на взаимодействие чиновников с обществом; практически во всех регионах и муниципалитетах созданы общественные палаты и советы, сложились определенные каналы взаимосвязи власти и населения. Коммуникативный потенциал всё больше рассматривается в качестве важнейшего ресурса реализации государственной политики, а установка на открытость и взаимодействие с общественностью превратилась в устойчивую тенденцию, модный тренд в системе государственного и муниципального управления. Однако всё же, вполне можно согласиться с тем, что в современной России диалог государства и гражданского общества «вступил в начальную фазу институционализации, которая, имея несколько последовательных этапов и подэтапов, однако, пока далеко еще не завершена» [7].

В числе основных причин существующего неблагоприятного положения дел в сфере коммуникаций власти и общества следует отметить несколько важных обстоятельств.

Во-первых, это высокий уровень их взаимного недоверия, подпитываемого как реальными прецедентами своекорыстия и некомпетентности чиновников, так и сформировавшимися массовыми стереотипами в отношении власти – как группы лиц, стремящихся исключительно к собственному благополучию, и в отношении общества – как атомизированной, пассивной и некомпетентной массы.

Многочисленные социологические исследования последних лет подтверждают низкий уровень институционального доверия в стране. Граждане по-прежнему не доверяют органам власти, и в особенности региональным и местным. По данным опроса, проведенного сотрудниками НИУ «БелГУ» в Белгородской области в 2015 году, в рейтинге доверия региональным органам власти и управления, как и в прошлые годы, лидирует губернатор, доверяют которому 48,4% (хотя этот показатель существенно снизился по сравнению с прошлыми периодами, в 2014 г. ему доверяли 68,3% респондентов). Правительству области доверяют 31,7% опрошенных, областной Думе – 29,6%, главам местного самоуправления городского округа (муниципального района) – 31,7%, главам поселений – 35,6%, депутатам муниципальных советов – 31,1%, членам земских собраний – 19,9%. При этом, как показало исследование, за исключением губернатора, доли граждан, доверяющих и не доверяющих перечисленным институтам, приблизительно равны. Таким образом, большая часть региональных и муниципальных властных структур балансирует между легитимностью и нелегитимностью. Но даже институт губернатора испытывает существенные проблемы с доверием.

Всероссийские исследования демонстрируют еще более печальную картину. Анализ результатов опроса, проведенного Левада-центром в сентябре 2016 года, показал, что органы власти субъектов РФ и органы местного самоуправления «вполне заслуживают доверия» только по оценке 23% и 22% опрошенных соответственно. При этом по сравнению с 2015 годом уровень доверия этим институтам существенно снизился [8].

Более того, среди опрошенных в целом преобладают негативные характеристики власти: «криминальной и коррумпированной» ее называют 31%, «бюрократичной» – 26%, «далекой от народа, чужой» – 23%, «паразитической» – 11%, «недальновидной» – 9%. Доля респондентов, выбирающих в основном позитивные характеристики власти, оказалась существенно меньше. Представление граждан о том, насколько органы власти отражают волю людей, в последние годы фактически не изменяется. Так, 58% опрошенных заявили, что «люди, которых мы выбираем в органы власти, быстро забывают о наших заботах, не учитывают в своей работе интересы народа», 27% уверены, что руководство – это особая группа людей, элита, которая живет только своими интересами. И всего лишь 10% считают, что «органы власти народные, у них те же интересы, что у нас с вами» [9].

Чиновники, со своей стороны, с большим недоверием относятся к представителям общественности, гражданским активистам. Так, в описаниях членов общественных организаций, участвовавших в фокус-группах в рамках проекта ФОМ «Ресурс добровольческого движения авангардных групп для российской модернизации», чиновники предстают не столько ленивыми недоумками, сколько реальной сплоченной группой, сильной и враждебно настроенной по отношению к гражданину. Встречаются упоминания случаев противодействия властей процессам самоорганизации граждан и в тех ситуациях, когда инициативные группы или общественные организации берут на себя решение серьезных социальных проблем территории, помогая властям. Объяснение такому парадоксальному феномену видится в том, что активисты делают работу представителей госструктур более эффективно, и тем самым становятся их прямыми или косвенными конкурентами. Идеальный случай для чиновников – если бы общественники делали нужную работу под контролем госструктур и сами при этом оставались в тени [10].

Во-вторых, сохраняется ситуация информационной закрытости и непрозрачности деятельности значительной части органов власти, очевидно стремление чиновников к недопущению полноценного гражданского контроля.

Согласно данным социологического исследования «Оценка эффективности реализации Стратегии «Формирование регионального солидарного общества на 2011-2025 гг.», проведенного в Белгородской области в 2015 году, более всего жители региона удовлетворены информационной открытостью губернатора (39,1% удовлетворенных и 26,4% не удовлетворенных). Удовлетворенность открытостью других властных институтов оказалась заметно меньшей – информацией о деятельности правительства области удовлетворены всего 27.50%, Белгородской областной Думы – 27.00%, органов местного самоуправления городского округа (района) – 31.90%, органов местного самоуправления поселения – 32.20%. Таким образом, удовлетворенность жителей области информационной открытостью власти в регионе еще ниже, чем удовлетворенность ее общей деятельностью. Конечно, не исключено, что это связано с недостаточной компетентностью респондентов в этой специализированной сфере, однако может быть и следствием объективно неблагоприятной ситуации с информационным освещением работы региональных и муниципальных органов управления.

Излишняя закрытость деятельности властных структур выступает одной из фундаментальных проблем в организации общественного контроля. С одной стороны, действует Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», согласно которому у каждого гражданина есть право получить практически любую информацию о деятельности соответствующего органа. С другой стороны, по разным причинам у государственных и муниципальных служащих остаются возможности по сокрытию от общественности своих действий и решений. Более того, по оценке гражданских активистов, принимавших участие в фокус-группах в рамках приведенного выше всероссийского исследования ФОМ, конфликты с представителями властей возникают и приобретают особо жесткий характер чаще всего либо тогда, когда добровольцы прямо включаются в процесс общественного контроля (в частности, контроля выборов), либо тогда, когда активисты, занимаясь своей общественной работой, начинают «попутно» выявлять случаи чиновничьего произвола, злоупотреблений или крайней неэффективности их деятельности [10].

В-третьих, наблюдается нежелание и недостаточная компетентность большинства представителей регионального сообщества в организации публичного диалога по актуальным для его развития вопросам.

В частности, эмпирические исследования фиксируют сравнительно невысокий уровень гражданской и политической активности населения. По результатам массового опроса, проведенного Институтом социологии РАН в 2014 году [11], наиболее распространенные формы такой активности не предполагают системности и постоянства – голосование на выборах (41%), обсуждение политических событий с друзьями, коллегами (37%). В свою очередь, те формы политического активизма, которые предполагают системность участия, связь с конкретной организационной структурой, востребованы мало – работа в органах МСУ, участие в работе политических партий, в деятельности правозащитных организаций (от 1 до 3%). Немногим менее половины граждан (43%) предпочитают держаться в стороне от политики и не принимать в ней никакого, даже минимального личного участия. В 2016 году ситуация с политической активностью граждан, по данным опросов Левада-центра, заметно ухудшилась. Доля граждан, определенно не готовых лично участвовать в политике, достигла рекордного уровня в 52%, и еще 28% «скорее не готовы» в ней участвовать [12].

Анализ результатов приведенного выше исследования Института социологии РАН показывает, что невелика и социальная база неполитического гражданского активизма, она составляет примерно 34% населения (в том числе 17% респондентов участвуют в деятельности только одной общественной организации, объединения, 9% – в

деятельности двух, 8% – в деятельности трех и более организаций). Подавляющее же большинство опрошенных (66%) участия в деятельности общественных институтов не принимают.

Основным демотивирующим фактором, сдерживающим активизм, выступает уверенность респондентов в том, что их личное участие ничего не изменит (26%). Довольно распространенной является также точка зрения, что политикой должны заниматься профессионалы, а решением социальных проблем – государство (17%). Важное место среди мотивов гражданского «неучастия» занимают причины личного характера: 15% опрошенных честно признались, что общественно-политическая деятельность им не интересна, 12% сосредоточены исключительно на своих проблемах, отсутствие цели стать профессиональным политиком или общественным деятелем, а также возможности и времени этим заниматься отметили по 11% опрошенных. Следует отметить, что относительно мало оказалось тех, кто апеллирует к неэффективности существующих политических и общественных организаций как главному фактору, сдерживающему гражданский активизм [11].

Таким образом, мы наблюдаем кризис гражданственности и недооценку населением потенциала общественно-политического участия. Соглашаясь с З. Бауманом, отметим, что существующий в массовом сознании когнитивный диссонанс в отношении гражданской активности «смягчается мыслями, что не стоит оплакивать кончину коллективных действий, поскольку такие действия всегда были и будут в лучшем случае бесполезными» [13].

Низкая гражданская активность усугубляется проблемой «некомпетентного участия», наличие которой обусловлено низкой правовой грамотностью, отсутствием электоральной культуры населения. Даже равнодушные граждане и активисты, включаясь в процесс взаимодействия с властными институтами, зачастую демонстрируют незнание законодательства, судебных процедур, порядка проведения коллективных либо массовых мероприятий (например, общественных слушаний), не понимают сферу компетенции тех или иных органов власти и должностных лиц. И безусловно, пока что обеим сторонам государственно-общественного диалога не хватает навыков, составляющих коммуникативную компетентность: общения, убеждения, разрешения конфликтов, обмена информацией, умения встать на позицию контрагента.

Литература

1. Белехова Г.В., Морев М.В. Влияние уровня жизни на отношение к социальной реальности в региональном сообществе // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 120-137.
2. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. М.: Прогресс, 1986. 432 с.
3. Доброчеев О.В. Русский хаос - тот же немецкий порядок, но только для очень большой страны // Философия хозяйства. 2009. № 6 (66). С. 52-63.
4. Бабинцев В.П. Власть и общество в «провинциальном» регионе: специфика взаимодействия // Власть. 2017. № 3. С. 34-41.
5. Полянский Д.В. Разрыв коммуникации в современном социуме // Коммуникация как предмет междисциплинарных исследований: сборник научных трудов: в 2 частях. Под редакцией С.С. Ваулиной. 2012. С. 106-110.
6. Расходчиков А.Н. Информационно-коммуникационное взаимодействие власти и общества: в поиске эффективных технологий // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 2. С. 263-273.
7. Зайцев А.В. Институциональный дизайн публичной политики и институционализация диалога государства и гражданского общества. URL: <http://politika.snauka.ru/2014/07/1768>.
8. Левада-центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/10/13/institutsionalnoe-doverie-2/>

9. Левада-центр. URL: <https://www.levada.ru/2016/12/12/grazhdane-potepleli-k-vlasti/>
10. Отчет по проекту «Ресурс добровольческого движения авангардных групп для российской модернизации». URL: http://soc.fom.ru/uploads/files/dobrovolchestvo/Otchet_dobrovolchestvo.pdf
11. Социологическое исследование «Гражданский активизм: новые субъекты общественно-политического действия» проведено Институтом социологии РАН в марте 2014 г. Методическая основа - массовый опрос населения РФ. Объем выборочной совокупности исследования составил 1600 респондентов и репрезентирует взрослое (от 18 лет и старше) население РФ по параметрам пола, возраста, образования и типа населенного пункта проживания.
12. Неполитическая нация. Левада-центр. URL: <https://www.levada.ru/2017/04/13/nepoliticheskaya-natsiya/>
13. Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ: НОВЫЕ ВЗГЛЯДЫ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РАМКАХ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КАЗАХСТАНА

Е.В. Аноприева,

*старший преподаватель кафедры туризма и
социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»*

Я.Г. Глумова,

ассистент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

В последние годы активность развития экономики России и Казахстана имеет положительную динамику, а глубина и эффективность взаимного сотрудничества могут свидетельствовать о перспективности развития многосторонних проектов, в том числе в области туризма.

На данном этапе сотрудничества множество усилий направлено на развитие туристского кластера приграничных районов Казахстана и России. Конечно приграничные районы — это не предел территориального путешествия по каждой из стран, но отдаленность остальных районов (с учетом размеров России и Казахстана) значительно увеличивает стоимость поездок, что не позволяет сформировать значительные туристские потоки по всем направлениям туризма.

Казахстан становится популярным среди российских туристов. Об этом пишет агентство «ТурСтат», которое проанализировало статистику выездного туризма из России за первые 6 месяцев 2017 года. В составленном рейтинге Казахстан занял 4 строчку среди 60 позиций, уступив Абхазии, Турции и Финляндии. По данным агентства, число выездных турпоездок из России в Казахстан выросло до 1 млн. 275 тыс. человек, что на 2% больше в сравнении с 2016 годом. В целом, туристические поездки в Казахстан составляют 8% от общего числа выездных туристских поездок из России. Увеличению потока туристов поспособствовала выставка EXPO 2017, но даже после ее завершения число туристов в Казахстан будет медленно расти [3].

Казахстан, как и Россия, старается развивать туризм с учетом своих региональных особенностей и ресурсного потенциала, но многие виды туризма для развития требуют серьезных вложений в дорогостоящую инфраструктуру (спортивный туризм, развлекательный, деловой, лечебно-оздоровительный) или поиска целевой группы потенциальных потребителей со специфическими запросами или возможностями (религиозный туризм, экологический).

Одним из перспективных направлений развития туризма на территориях данных стран является – гастрономический туризм. Каждая из стран на своей территории уже имеет наработки и планы по активизации данной работы и формированию гастрономических туров, а совместные проекты в этом направлении еще не реализованы. Гастрономический туризм — это путешествия и гастрономические туры для знакомства с регионом или страной через гастрономию, местную кухню и кулинарные мастер-классы.

Подобный вид туризма достаточно распространён в странах Южной и Западной Европы. Набирает популярной такой вид привлечения путешественников также в странах Азии и Африки. Туристам интересно попробовать блюда национальной кухни, попробовать алкогольные национальные напитки, сладости. Некоторая часть туристов интересуется рецептами и платит за то, чтобы поучаствовать в приготовлении блюд. В странах СНГ таких поездок очень мало.

Совет по туризму государств – участников СНГ начиная с 2012 года ведет работу по развитию гастрономического туризма и создал рабочие группы для активизации деятельности. Также ведется работа по упрощению процедур получения разрешений на посещение туристических объектов, находящихся в приграничных зонах стран СНГ.

В России и Казахстане гастрономический туризм представлен скорее экскурсионными предложениями, которые можно совмещать с другими видами туризма, или краткосрочными турами на фестивали и праздники. Наиболее часто гастрономические экскурсии предлагают тем, кто отдыхает на курортах, предпочитает культурно-познавательный туризм и при долгосрочном пребывании в деловых поездках.

Туристские потоки России и Казахстана взаимно важны и очевидно, что в рейтингах по популярности среди стран СНГ и ближнего зарубежья Казахстан для российских туристов занимает приоритетные места. Аналитическое агентство «ТурСтат» определило самые популярные курорты и города для отдыха российских туристов в странах СНГ и ближнего зарубежья весной и летом 2017 года. Рейтинг составлен по данным анализа систем онлайн-бронирования отелей.

Первую пятерку курортов стран СНГ, популярных у российских туристов, составляют курорты Боровое (Казахстан), Иссык-Куль (Киргизия), Нарочь (Белоруссия), Ленкорань (Азербайджан) и Севан (Армения). На курорт Боровое российские туристы бронируют отдых в среднем на 12 дней. Туристический бюджет отдыха в среднем составляет от 60 до 80 долларов в сутки. На курорты из России в основном приезжают туристы из Москвы, Санкт-Петербурга, Московской области и Южного Урала.

В топ-10 городов СНГ и ближнего зарубежья, популярных у российских туристов в 2017 году, входят Минск, Тбилиси, Алматы, Баку, Астана, Ереван, Киев, Ташкент, Бишкек и Кишинев. В Алматы туристы в основном приезжают на 4 - 5 дней (3,5 тыс. руб.), самое дорогое из перечисленных городов пребывание в Астане (2 дня, 3,9 тыс. руб.) [4].

Гастрономический туризм в страны СНГ является одним из самых быстрорастущих в выездном туризме из России в 2017 году. Казахстан также оказался в числе стран СНГ и ближнего зарубежья, куда предпочитают приезжать россияне для знакомства с национальной кухней. По данным аналитического агентства «ТурСтат», в рейтинге популярных направлений гастрономического туризма в СНГ Казахстан занимает четвертое место, уступая лишь Армении, Азербайджану и Грузии. Рейтинг составлен по данным анализа спроса на гастрономические туры в 2017 году. Наибольшим спросом среди россиян пользуются гастрономические туры в страны СНГ и ближнего зарубежья сроком на одну неделю. Поездка на семь дней в Азербайджан или Грузию с авиабилетами обойдется в среднем в 800 долларов, в Казахстан и Армению – 900 долларов, в Узбекистан – 1000 долларов [4].

Нужно отметить, что цена на туры в Казахстан не так уж мала, для большинства россиян, поэтому рассматривая активизацию туристических потоков необходимо решать проблемы повышения финансовой доступности гастрономического туризма, повышать качество и разнообразие туристских предложений. А проблемы у России и Казахстана в развитии гастрономического туризма аналогичны.

На большинстве предприятий общественного питания, имеющих доступные цены недостаточно высокое качество сервиса и недостаток кадров, владеющих дополнительными языками (хотя для России есть преимущества, так как многие жители Казахстана хорошо знают русский язык и говорят на нем – это ликвидирует барьер взаимного непонимания и позволяет наладить коммуникации для качественного пребывания в гостевой среде).

Недостаточное сотрудничество туроператоров с предприятиями питания, разрозненность действий субъектов бизнеса и администрации в формировании заинтересованности туристов именно гастрономическим туризмом не позволяют его популяризировать в массовом сознании. Люди понимают, что в другой стране интересные традиции и вкусная, разнообразная кухня, но они не воспринимают индивидуальность поездки в какую-либо

страну специально в гастрономических целях, обычно изучение кухни или дегустации служат дополнительной экскурсионной программой в других турах.

Должна вестись достаточно активная работа с профильными организациями, например, с Международным Эногастрономическим Центром, который охватывает многие страны мира на всех континентах. В Российской Федерации существует несколько представительств и осуществляются совместные проекты, в том числе в приграничных районах, в то время как Казахстан пока не ведет таких проектов и не имеет представительств на своей территории.

Несмотря на соседствующее расположение, тесное сотрудничество и дружбу население России и Казахстана не очень много знает об особенностях «соседской национальной кухни». Есть общее представление, которое скорее стереотипное. Большинство россиян знают, что в Казахстане стоит попробовать манты, лагман, шашлык, шурпу, чак-чак, лепешки, кумыс и айран. А ведь главное национальное блюдо казахов – бешбармак: В Казахстане обязательно следует попробовать рыбное блюдо коктал, шубат, кымыран.

Россия же представляется страной, где можно продегустировать борщ, вареники, строганину, окрошку, холодец и винегрет, квас, морс и кисель.

С учетом данных проблем необходимо формировать каталоги и брошюры, размещать информацию на сайтах (которые должны быть созданы профильными ассоциациями стран для развития гастрономического туризма и формирования гастрономического бренда) об особенностях познания кухни принимающей стороны в рамках тура, о разнообразии блюд и о возможности посмотреть или даже поучаствовать в процессе приготовления. Прежде чем приехать в страну, туристы знакомятся с информацией о ней, читают о национальной кухне.

В свою очередь НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ СОЮЗ РФ в рамках развития гастрономического туризма создал Вкусную карту России в двух частях [2].

Для успешного развития гастрономического туризма необходимо формировать положительный имидж сферы питания в принимающих странах и создавать гастрономические бренды.

Например, на память о Казахстане можно привезти сувениры, представляющие гастрономические бренды страны такие, как коньяк «Казахстан», «Кахарман», и «Женис», конфеты марки «Рахат».

А в России самыми популярными гастрономическими брендами являются: Тульский пряник, Алтайский мед, Адыгейский сыр, Вологодское масло, Винный дом «Абрау-Дюрсо», «Массандра» (винодельческое производство), Медовуха, Байкальский омуль.

Отправившись в Казахстан в рамках гастрономического тура, любой ресторан встретит добротой, отзывчивостью и гостеприимством местного населения. Также национальные блюда можно попробовать дома у местных жителей. Но это скорее касается индивидуальных туристов, большие группы и искушенные путешественники тяготеют к высокому уровню сервиса и четкой организации туров.

На данный момент гастрономический туризм в Казахстане развит достаточно слабо, но в самом ближайшем будущем государство планирует приурочить гастрономические туры к определенным событиям. Так, например, для отдыхающих отличная возможность приехать в Казахстан на празднование Нового года и наступления весны, чтобы помимо развлекательной программы насладиться знаменитыми национальными блюдами. Гастрономические туры в Казахстан в конце осени – начале зимы хорошее подспорье в низкий сезон. Однако в этом случае было бы правильнее развивать такой вид туризма не только в направлении казахской кухни, но и национальной кухни народов, проживающих в Казахстане.

Гастрономический туризм в России представлен спецификой блюд таких регионов как Поволжье, Татарстан, Урал, Юг России и Дальний Восток, а также кулинарными особенностями некоторых областей и кухнями коренных малочисленных народов.

Первую десятку российских направлений гастрономического туризма, пользующихся спросом, в том числе и гостей из Казахстана составляют Москва, Санкт-Петербург, Подмосковье, Владимирская область, Казань, Тверская область, Тульская область, Алтайский край, Калининградская область и Новгородская область [4]. Некоторые регионы расположены далеко от границ с Казахстаном, что значительно увеличивает цену тура, за счет дальних перелетов, а их популярность для посещения скорее обусловлена качественно развитой инфраструктурой, наличием региональных программ, которые позволяют вкладывать инвестиции в развитие туризма, в том числе гастрономического и event (который в свою очередь при правильно подобранном мероприятии может выступать катализатором для продвижения гастрономических брендов). Гастрономические туры в столицу России и такие города как Санкт-Петербург, Калининградская область значительно дороже, за счет достаточно высоких цен на оплату услуг предприятий инфраструктуры (гостиницы, питание, транспорт).

Сделать приемлемым и привлекательным по цене для массового посещения гостями соседнего государства гастрономический туризм можно используя в качестве баз его развития приграничные районы. Приграничные районы Российской Федерации с Казахстаном представлены Волгоградом, Саратовом, Самарой, Оренбургом, Челябинском, Тюменью, Омском, Барнаулом и прилегающими к ним областями, а также Татарстаном. Большинство из них в последние 2-3 года очень активно развивают гастрономический туризм, делая акцент на сезонные фестивали, которые позволяют формировать и продвигать их гастрономические бренды. В Самаре и Саратове разработаны стратегии в отношении развития данного вида туризма, в Самаре внедряют даже гастрономический гид в преддверии чемпионата мира по футболу 2018 года, Тольятти и Сызрань (Саратовская область) активно используют свои ресурсы для развития гастрономического туризма при проведении фестивалей и праздников, а колорит кухни Татарстана привлекает сам по себе.

Активное развитие гастрономического туризма в приграничных районах России и Казахстана позволит не только повысить доступность туров по цене и длительности (некоторые предпочитают туры выходного дня), но и позволит ввиду относительной близости некоторых регионов предлагать туристам обеих стран комбинированные туры с посещением объектов в обеих странах (при реализации совместных проектов). Также наращивание туристских потоков будет способствовать знакомству со страной посещения, налаживанию контактов с ее населением (за столом при дегустации диалог ведется лучше и совместная работа при проведении мастер классов сближает) и стимулированию интереса для дальнейшего путешествия, по данной стране покупая другие туры.

Литература

1. Гастрономический Казахстан привлекателен для туристов [Электронный ресурс]. – Портал: Деловой портал КАПИТАЛ. Режим доступа: <https://kapital.kz/business/28799/gastronomicheskij-kazahstan-privlekatelen-dlya-turistov.html>.
2. Гастрономический туризм. Вкусная карта России (Части 1 и 2) [Электронный ресурс]. – Портал: «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ СОЮЗ». Режим доступа: <http://russiantouristunion.ru/dlya-turistov-i-puteshestvennikov/gastronomicheskij-turizm-vkusnaya-karta-rossii-cha>.
3. Киселёва, Т. Санкции против России развивают туризм в Казахстане [Электронный ресурс]. – Портал: Информационно-аналитический портал 365info.kz. Режим доступа: <https://365info.kz/2017/09/sanktsii-protiv-rossii-razvivayut-turizm-v-kazahstane-shajkenova>.
4. Портал: Аналитическое агентство ТурСтат. Режим доступа: <http://turstat.com>.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

И.В. Богомазова,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

О.В. Яковенко,

*старший преподаватель кафедры туризма и
социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»*

Статья выполнена в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых - кандидатов наук. Тема «Развитие конкурентных преимуществ сферы туризма с целью повышения эффективности региональной экономики» (МК-8062.2016.6)

Деятельность туристской отрасли невозможно представить без современных технологий, которые обеспечивают динамичное развитие сферы услуг. Они оказывают благоприятное влияние на развитие туристской индустрии в целом. При этом обеспечивают рост популярности туристского спроса, популяризируют и упрощают доступ к информации об инфраструктуре туризма и маршрутах, формируют благоприятные условия для осуществления инвестиционной деятельности, популяризируют и продвигают перспективные проекты в отрасли.

Анализ международных туристских прибытий свидетельствует о росте объема реализованных услуг для путешественников. Это касается и так называемых самодельных туристов, осуществляющих самостоятельное планирование отдыха. Данную категорию туристов отличает применение новых сфер и инструментов, способных сделать путешествие более удобным и интересным.

В настоящее время широкое распространение получило использование аудиогидов, представляющего форму живой аудио экскурсии и являющейся отличной альтернативой настоящему гиду, что позволяет познакомиться с достопримечательностями с любое время, в любой точке мира.

Как правило, аудиогид может быть представлен в виде портативного устройства, фонограммы, мобильного приложения [1].

Развитие технологий обусловили появление компактных систем, состоящих из передатчика с микрофоном и набора приемников с наушниками, которые раздаются экскурсантам. Портативное устройство с аудиофайлами весьма удобно в условиях большого количества экскурсионных групп, когда достаточно сложно услышать экскурсовода.

В данном случае у посетителя есть возможность самостоятельного управления временем и получения информации об интересующих объектах и экспонатах. В зависимости от степени автоматизации системы, посетителю необходимо считать NFC / IR / RF / RFID-метку около экспоната, либо QR-код, либо же датчики сами определяют местоположение прибора. Наличие ЖК-экрана облегчает использование прибора. Некоторые приборы имеют дополнительные кнопки выбора языка, помощи.

Под аудиогидом также понимают предварительно записанную фонограмму, проигрываемую с плеера или мобильного телефона. Продолжительность такой аудиоэкскурсии составляет не более часа. Каждый трек посвящен своему объекту на местности или музейному экспонату.

В качестве сравнительно нового вида аудиогидов являются приложения для смартфонов, что позволяет воедино собрать карты, аудио, фото и текстовую информацию. Подобные технологии дают возможность отказаться от большого числа карт и тяжелых путеводителей – удобный вариант для самостоятельного знакомства с городскими

достопримечательностями. При этом путешественник не привязан к экскурсионной группе.

Большинство аудиогидов работает как на платформе iPhone, так и Android. Загрузив приложение, турист может наслаждаться поездкой, гулять с ним по городу, оно не даст заблудиться в незнакомом месте, расскажет куда направиться и что посмотреть. Как правило, представленные программы содержат фонограммы, которые записаны профессиональными экскурсоводами, краеведами, содержащие информацию о достопримечательностях, легендах города, музея и т.д. [2].

В качестве отличительных особенностей мобильных приложений от традиционных форм аудиогидов следует выделить следующие:

- отправляясь на отдых, каждый турист берет с собой мобильный телефон, а скаченное на смартфон приложение не занимает дополнительного места;
- возможность одновременного прослушивания информации и осмотра достопримечательностей;
- полная свобода передвижения.

Анализ имеющейся информации свидетельствует, что в Белгородской области данное направление не получило широкое развитие. Среди аудиогидов можно отметить основные, представленные по большей части аудиогидами музеев:

- «Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама "Курская битва. Белгородское направление"»;
- «Белгородский государственный художественный музей»;
- «Белгородский государственный литературный музей»;
- «Белгородский государственный музей народной культуры»;
- «Staatliches Kunstmuseum Belgorod»;
- «Шедевры Русского Музея на улицах Белгорода. Проект Арт-Тур» [3].

Что касается информации о различных объектах города и области, то они представлены лишь аудиогидом «Проспект Ватутина - Смотровая площадка БГТУ» (Смотровая площадь и Памятник Князю Владимиру, Пушкинская Аллея и ее достопримечательности, Памятники на территории БГТУ, Смотровая Площадь БГТУ).

В связи с этим целесообразна разработка аудиогидов по территории города и области, так как это регион с многовековой историей, что позволит информировать жителей и гостей о важнейших страницах истории, туристских объектах и достопримечательностях.

В целом аудиогиды обладают следующими преимуществами:

- легкость в использовании;
- работа в оффлайн;
- не большая плата за услугу;
- гость города может слушать экскурсию на своем родном языке;
- гость сможет воспользоваться данной услугой круглосуточно, ведь в летний период экскурсоводов может не хватать, а музей закрывается достаточно рано;
- посетитель избежит таких проблем как, заблаговременное бронирование экскурсовода или привязка к конкретной группе;
- турист сможет самостоятельно выбирать маршрут своей экскурсии, понравившуюся информацию переслушивать несколько раз, а незначимую для него - пропускать;
- аудиогид предоставляет возможность прослушать информацию о том или ином экспонате в любой удобный момент.

Использование красочных фотографий, интересных рассказов об объектах и в переходах, короткие текстовые описания и возможность слушать экскурсию без подключения к интернету – это обеспечивает популярность аудиогидов и их востребованность.

Литература

1. 7 мифов об аудиогuidaх <https://www.trn-news.ru/press/55901>
2. <http://www.expomir.ru/cms/pages/view/gps-bus-boat-tour1>
3. Белгород: экскурсии по городу <https://izi.travel/ru/rossiya/putevoditeli-po-belgorod>
4. Vishnevskaya, E., Klimova T., Dumacheva E., Bogomazova I. Current issues in the development of modern guide using gis technologies / E. Vishnevskaya, T. Klimova, E. Dumacheva, I. Bogomazova // *Advances in Environmental Biology*, 8(13) August 2014. - Pages : 305-308.
5. Климова, Т.Б. Вишневская Е.В. Мобильные технологии в развитии туристских дестинаций / Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская // *Научное обозрение*. - 2014. - №8. - С. 666 - 669.
6. Гид по аудиогuidaм: как выбрать, где скачать и как использовать <https://sfmedia.ru/articles/gid-po-audiogidam/>

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Е.В. Вишневская,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»*

Маркетинговая стратегия продвижения гостиничного продукта разрабатывается на основе общей маркетинговой стратегии и включает следующие этапы:

- 1) определение круга факторов, влияющих на организацию продажи;
- 2) постановка целей стратегии продвижения гостиничного продукта;
- 3) выбор каналов маркетинговой стратегии продвижения гостиничных продуктов;
- 4) анализ и контроль продаж.

Определение круга факторов, влияющих на организацию продажи, предполагает детальное изучение потребителей. Современные отели ориентируется не на групповые, а на индивидуальные потребности. Гость имеет право «кроить» гостиничное предложение таким образом, чтобы получить продукт, отвечающий его личным потребностям. Такая ситуация предъявляет повышенные требования поставщикам услуг [1].

В процессе исследования были выявлены и проанализированы факторы, которые влияют на формирование механизмов продвижения и реализации гостиничного продукта посредством информационных технологий. На основе наиболее важных из них была предложена более оптимальная классификация факторов (рис. 1), влияющих на формирование системы продвижения и реализации гостиничного продукта посредством информационных технологий.

Учитывая предложенную классификацию факторов, можно будет с достаточно высокой эффективностью организовывать продвижение и реализацию гостиничного продукта через глобальную сеть Интернет. Учет выявленных факторов при осуществлении продвижения и реализации гостиничного продукта позволит минимизировать транзакционные издержки таких субъектов индустрии туризма, как: производитель, потребитель и агент. Это доказывает эффективность использования информационных технологий, как с целью продвижения и реализации гостиничного продукта, так и с целью минимизации издержек указанных субъектов индустрии туризма, а также обуславливает необходимость использования информационных технологий в индустрии туризма для организации электронных продаж гостиничного продукта.

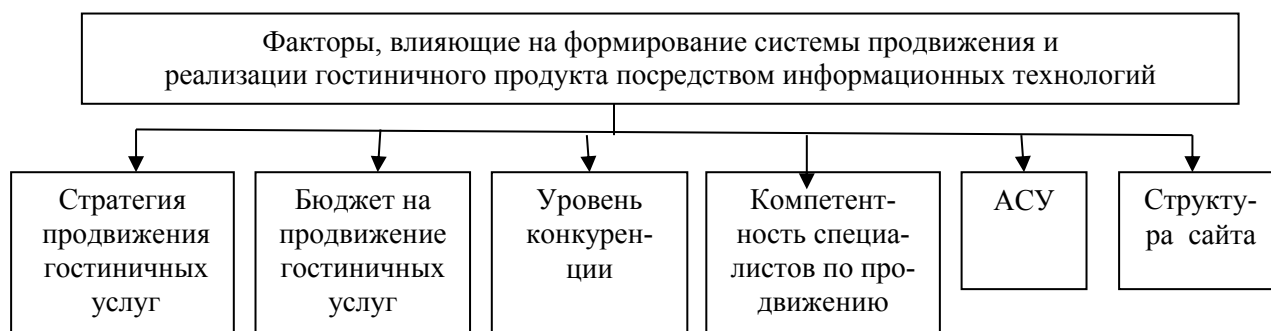


Рис. 1. Факторы, влияющие на формирование системы продвижения и реализации гостиничного продукта посредством информационных технологий

Существуют определенные проблемы на пути адаптации к информационным системам, такие как сопротивление новым технологиям, высокие затраты на внедрение, кажущаяся ненужность, нехватка в подготовленном персонале и др. В настоящее время продажи гостиничного продукта через сеть Интернет только начинают занимать значительное место в сбытовой политике предприятий размещения [2].

Рассматривая вопрос применения электронной коммерции в индустрии гостеприимства, можно выделить два ее основных направления:

- проведение торговых мероприятий с использованием собственных Интернет-ресурсов предприятий размещения;
- ведение продаж посредниками.

Изучение Интернет-ресурсов предприятий размещения позволяет сделать вывод, что пока еще эта форма коммерции самими предприятиями размещения используется недостаточно. Более активно электронная торговля ведется партнерами предприятий размещения, являющимися посредниками в реализации их турпродукта. В любом случае, основным инструментом продвижения услуг индустрии туризма выступает собственный сайт предприятия размещения.

Однако следует отметить, что одного создания веб-узла гостинице недостаточно для его эффективного функционирования. Для того чтобы реализовывать турпродукт через сеть Интернет, необходимо, чтобы на сайт приходили целевые посетители.

Следовательно, кроме разработки сайта и системы бронирования, необходимо также затрачивать значительные денежные средства на продвижение сайта в поисковых системах, а также на Интернет-рекламу, т.е. тратиться на интернет-маркетинг.

Отметим, что из методов продвижения сайтов в глобальной сети Интернет можно выделить следующие (в порядке убывания эффективности):

- продвижение в поисковых системах (по целевым коммерческим запросам);
- контекстная реклама;
- реклама на тематических площадках;
- реклама на посещаемых сайтах;
- баннерная реклама;
- реклама в блогах [3].

Для наиболее эффективного продвижения гостиничного продукта в глобальной сети Интернет целесообразно использование одновременно нескольких методов продвижения сайтов (рис. 2).

В частности, продвижение в поисковых системах, контекстная реклама и реклама на тематических площадках, в данном случае, приведут на сайт целевых посетителей, то есть людей, которые явно заинтересованы в приобретении услуг, что позволит стимулировать реализацию гостиничного продукта [4].



Рис. 2. Алгоритм формирования системы продвижения и реализации гостиничного продукта посредством информационных технологий

Алгоритм продвижения и реализации гостиничного продукта через Интернет представлен на рисунке 3. Все этапы данного алгоритма основаны на анализе статистики посещаемости туристских сайтов Российского сегмента сети Интернет, а сама модель была адаптирована к индустрии гостеприимства.

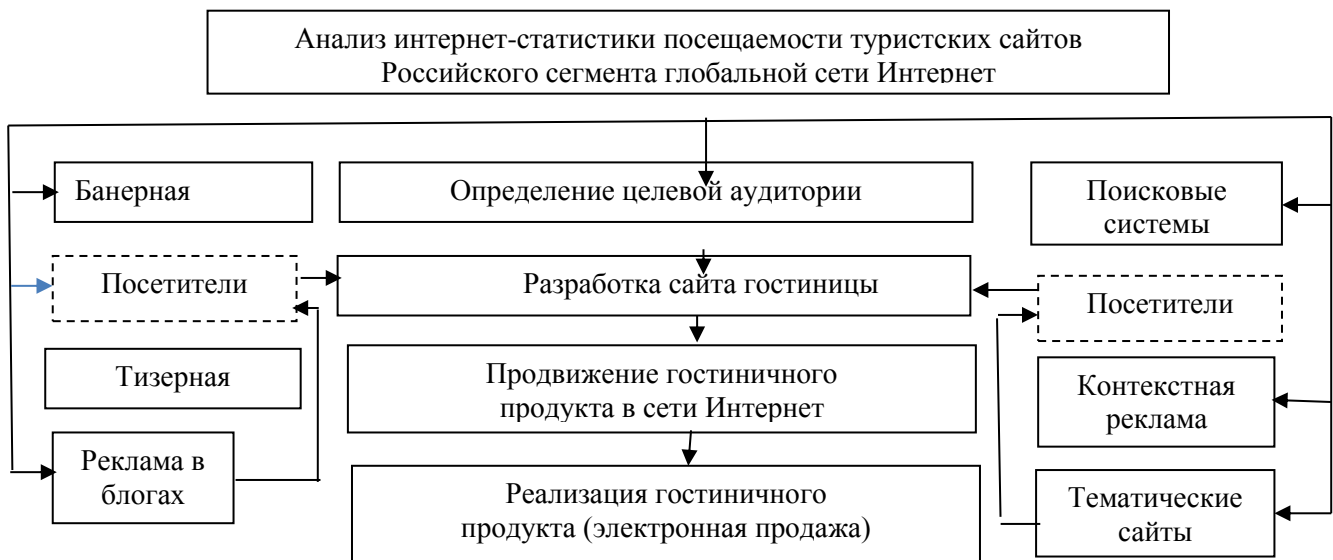


Рис. 3. Алгоритм продвижения и реализации гостиничного продукта через Интернет

В качестве особого элемента алгоритма продвижения и реализации гостиничного продукта посредством информационных технологий выделяется анализ статистики посещаемости туристских сайтов, на этом основан выбор средств продвижения, определение целевой аудитории и разработка «продающего» сайта, что позволит повысить эффективность продвижения и реализации гостиничного продукта, при использовании данного алгоритма продвижения и реализации гостиничного продукта посредством глобальной сети Интернет.

Внедрение данного алгоритма в систему продвижения и реализации гостиничного продукта позволит на основе актуальной и достоверной статистики посещаемости туристских сайтов в значительной степени повысить эффективность самой системы продвижения гостиничного продукта и его электронных продаж, но и при адекватном подходе позволит снизить издержки таких субъектов индустрии гостеприимства, как: производитель, потребитель, агент.

Система продвижения и реализации гостиничного продукта является частью комплекса маркетинговых коммуникаций, находящихся в постоянном взаимодействии между собой и предприятием, с его внешней и внутренней средой. Это, в свою очередь, позволяет говорить о наличии определенной интегрированной системы маркетинговых коммуникаций [5].

При разработке системы продвижения и реализации гостиничного продукта как части маркетинговой коммуникационной стратегии необходимо учитывать следующие аспекты:

- насколько данная стратегия способствует достижению маркетинговых и коммуникационных целей;
- какие выгоды получит организация в результате реализации стратегии;
- какую степень интеграции всех применяемых коммуникационных инструментов она обеспечивает;
- в какой степени стратегия учитывает использование конкурентных преимуществ организации;
- в чем преимущества данной стратегии в сравнении с другими вариантами стратегии;
- какие средства есть в распоряжении организации для контроля реализации маркетинговой коммуникационной стратегии.

Литература

1. Ильина, Е. Л. Современные технологии продвижения гостиничного / Е. Л. Ильин, М.В. Кобяк, А.Н. Латкин, Е.Н. Валединская, М.А. Евтеев. – М. : Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2014. – 244 с.
2. Интернет как инструмент продвижения услуг для индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] URL : <http://www.digitalwill.ru/blog/internet-kak-instrument-prodazh> (дата обращения 10.10.2017)
3. Янковская, Г.В. Формирование интегрированных маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга гостиничного предприятия / Г. В. Янковская // ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2014. - №1. – С. 138-141.
4. Информационные технологии в гостинице, отеле [Электронный ресурс] URL : <http://hotelstartup.ru/services/information-technology/> (дата обращения 09.10.2017)
5. Лаврушина, Е. Г. Информационные технологии в туризме и гостиничном хозяйстве [Текст] : учебник / Е. Г. Лаврушина. – М. : Кнорус, 2012. – 560 с.

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

Я.Г. Глумова,

ассистент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Е.В. Аноприева,

старший преподаватель кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Туризм в Абхазии является одной из наиболее перспективных отраслей развития, как экономики, так и страны в целом. В связи с этим появляется необходимость в развитии туристско-рекреационного комплекса и распределения туристских потоков по территории Республики. Минусом ТРК Абхазии является неравномерность его развития: Западная часть намного превосходит Восточную, как по состоянию туристско-рекреационного комплекса, так и по количеству туристов, поэтому предлагаем провести небольшой сравнительный анализ двух частей страны, чтобы наглядно показать, что Восточная Абхазия ничем не уступает Западной в отношении наличия в ней природных и историко-культурных богатств, способных заинтересовать туристов. А также отразить новые объекты, возможность рекреационного использования которых будет перспективна в будущем.

Преобладающая часть туристов распределяется в трех западных районах страны: наибольшее количество прибывших наблюдается в приграничном районе – Гагрском (76,6%), далее – Гудаутском (14,9%), и небольшая часть отдыхающих отправляется в столицу – Сухум (8,2%) [6]. Такое преобладание в Западной части обусловлено тем, что именно здесь выделены природные объекты, наиболее успешно эксплуатируемые в туристских целях на сегодняшний день. Однако, если проанализировать географическое положение страны и её физико-географические особенности, можно говорить о том, что природа Абхазии едина. А значит, учитывая наличие большого количества возможностей туристско-рекреационной деятельности на территории Западной Абхазии, справедливым будет предположение, что эти же виды деятельности возможны и на территории Восточной Абхазии.

Изучив природные объекты, пользующиеся спросом у туристов в западной части страны, можно подобрать аналоги таких объектов в восточной части Республики. Знаменитая Рицинская дорога, сопоставима с Кодорским ущельем, расположенным в северо-восточной Абхазии. Кодорское ущелье не уступает по живописности Бзыбскому. Противопоставлением озеру Рица является озеро Амткел – его иногда именуют «младшим братом» Рицы, поскольку оно также представляет собой природное богатство с чистой водой. Уникальность Амткел заключается в том, что это единственное «живое» озеро, уровень воды в котором постоянно колеблется, а амплитуда колебаний достигает 40 м. Если говорить о самом популярном курорте страны – Гагре, то остановимся на минеральных источниках, используемых здесь для санаторно-курортного дела знаменитой Гагринской водолечебницей. Термальный сероводородный источник «Гагра» известен своими лечебными свойствами благодаря малой минерализации (2,5 г/л) состава и достаточно высокой температурой воды (+43) [5]. В Восточной же Абхазии, в районе города Ткуарчал располагаются термальные минеральные воды, пользовавшиеся успехом еще в 19 веке [3]. Вода этих источников обладает большой радиоактивностью и достаточно высокой температурой воды (+43), что является большой радоновой ценностью и позволяет использовать её в ваннах.

В северных районах расположен Гегский водопад – самый популярный объект среди туристов. В противовес этому водопаду можно предложить целый каскад водопадов, именуемых Шакуранскими, расположенными в Гульрипшском районе Республики. Вблизи водопадов располагается самшитовый лес, представляющий собой уникальность при-

роды Абхазии. Если сравнивать пещеры западной и восточной областей страны, то лучше остановиться на Новоафонской и пещере Абрскила. По наличию пещерных образований последняя ничем не уступает знаменитой Новоафонской. Особенность пещеры в Новом Афоне заключается в наличии уникального подземного метро.

Существует много вариантов трекинговых маршрутов по территории страны, по которым предлагается направить туристов в восточную часть Республики. Например, маршрут «Сухум – озеро Малая Рица» (рис.1) можно заменить на «Сухум – озеро Амткел» (рис.2), либо маршрут «Сухум – Новый Афон» (рис.3) на «Сухум – пещера Абрскила» (рис.4) [4].

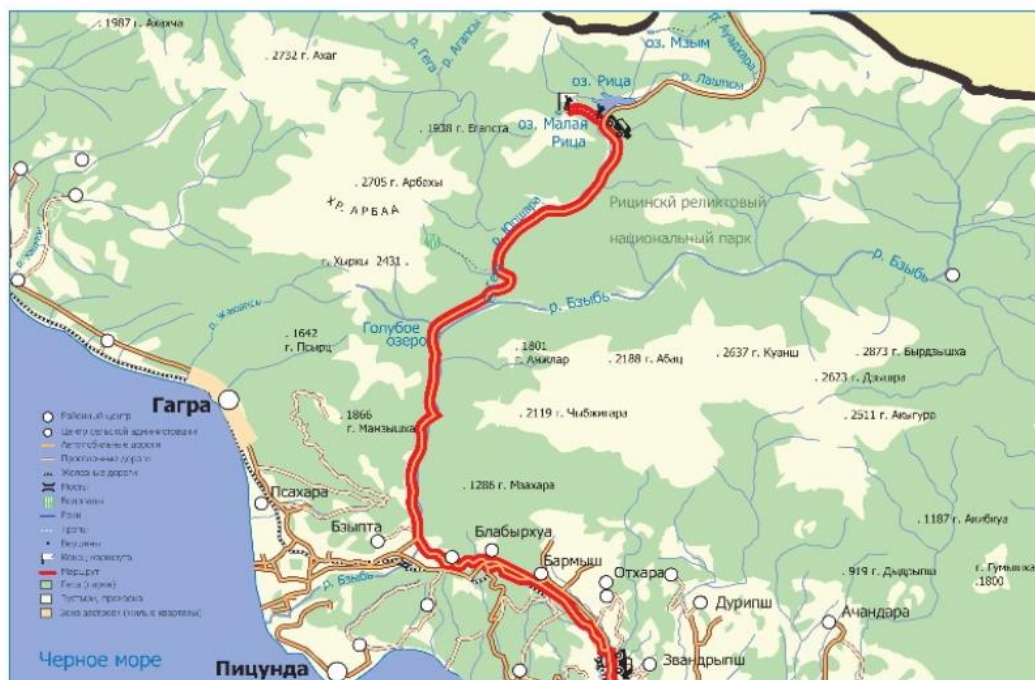


Рис. 1. Туристский маршрут «Сухум – озеро Малая Рица»

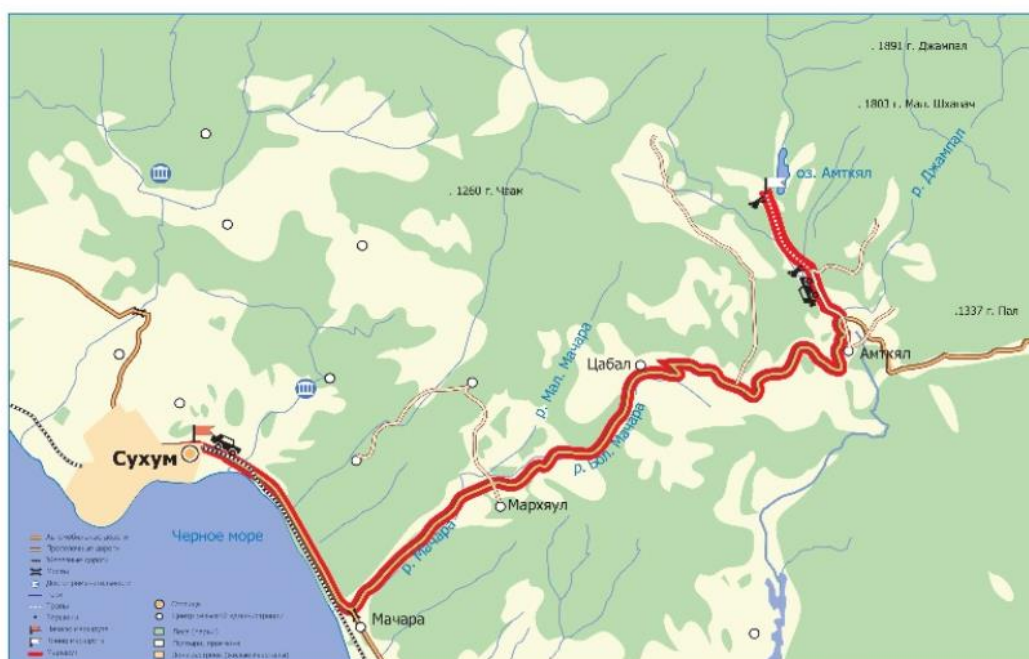


Рис. 2. Туристский маршрут «Сухум – озеро Амткел»



Рис. 3. Туристский маршрут «Суходум – Новый Афон»



Рис.4. Туристский маршрут «Суходум – пещера Абрскила»

Таким образом, результаты проведения вышеописанного сравнительного анализа – это потенциальные возможности развития туристско – рекреационного комплекса страны, которые, в свою очередь, не могут быть реализованы без решения ряда социально-экономических проблем. В целом следует отметить, что для выхода страны на международный рынок в сфере оказания туристско - рекреационных услуг, стране необходимо

обеспечить интенсивное и динамичное развитие ТРК. Это создаст условия для устойчивого роста занятости и доходов населения, развития смежных с туризмом отраслей и увеличения инвестиций в национальную экономику. Для формирования современного конкурентного туристического рынка, приоритетными направлениями развития являются:

- развитие ТРК с учетом регионального ресурсного потенциала страны;
- продвижение туристского продукта Абхазии на внешний рынок;
- повышение количества и качества предлагаемых туристских услуг [2].

Реализация этих направлений включает в себя широкий спектр задач, стоящих перед страной. Среди них правовые механизмы, направленные на создание различного рода проектов и стратегий развития ТРК; организационно-управленческие механизмы, занимающиеся содержательной частью развития ТРК и подразумевающие регулирование всех аспектов развития ТРК; финансово-экономические механизмы, отвечающие за привлечение инвестиций в страну и ведение рекламно-маркетинговой политики. Кроме того необходимо учитывать научно-методические механизмы, позволяющие делать мониторинг современного состояния рынка и анализировать спрос на те или иные туристские услуги; кадровые механизмы, направленные на повышение уровня квалификации кадров туристской индустрии; и, наконец, информационные механизмы, необходимые для должного обеспечения информацией заинтересованных в посещении страны людей [1; 24].

Современный туристический бизнес Абхазии ориентирован, в основном на российского потребителя, составляющего свыше 95% от всего туристического потока. В связи с востребованностью абхазского направления у российских туристов, динамика прибытий в страну растёт неплохими темпами, что отражено на графике (рис.5). Мы видим, что количество отдохнувших в санаторно-курортных объектах за последние 3 года выросло более, чем на 20 тыс. человек.

Количество отдохнувших в санаторно-курортных объектах РА за 2013-2015 гг.

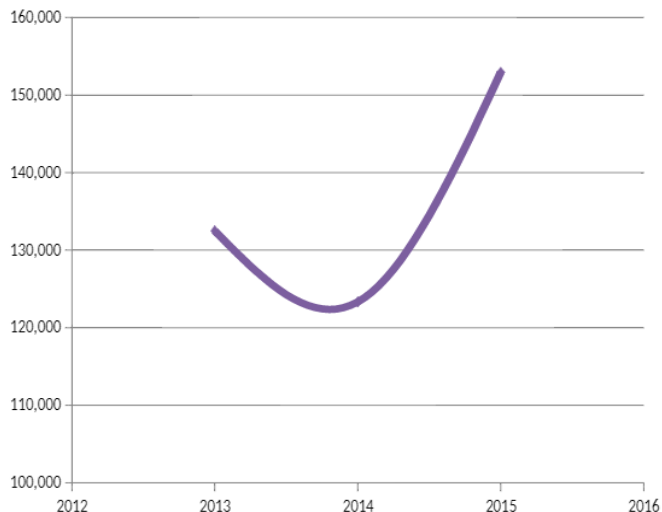


Рис.5. График: количество отдохнувших в РА за 2013-2015 гг.

Но для дальнейшего роста этих показателей, стране необходимо преодолеть некоторые трудности, тем самым восстановив былую популярность черноморского курорта и достигнув уровня мирового туристского центра.

Литература

1. Абайкина К.Ю., Сотова Л.В. Экономико-географическая оценка рекреационной сферы Абхазии // Материалы XVIII научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов национального исследовательского Мордовского университета им. Н.П. Огарева. – Ч.2. – Саранск: Изд-во Мордов.ун-та, 2014.

2. Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы // Материалы Международной научно-практической конференции пос. Небуг, 25-26 апреля 2013 г.

3. <http://абхазия.рф/o-стране/города-и-районы/ткуарчал-и-ткуарчалский-район> - Официальный сайт Республики Абхазия, материалы по Ткуарчалскому району.

4. <http://abkhazia.travel/routes/361/html> - Министерство по курортам и туризму Республики Абхазия, туристические маршруты.

5. <http://www.gree-tour.ru/offer/231> - Туроператор ГринТурЛюкс, материалы о Гагринской водолечебнице.

6. http://tppra.org.ru/publikacii/tourism_analysis_2016 - Торгово-промышленная палата Республики Абхазия, анализ туристических потоков в Абхазии.

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКОЙ НА УРОВНЕ РЕГИОНОВ РФ

В.Ю. Жиленко,

кандидат биологических наук,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Постоянно трансформирующееся региональное хозяйство способствует подбору новых методов и подходов к управлению территориальным развитием и функционированием для поддержания высокого уровня качества жизни населения и конкурентоспособности региона. Социально-экономическое развитие региона в условиях сервисной экономики, становится стратегическим, ориентированным на развитие территории. Стратегия развития региона с сервисной экономикой, характеризуется ориентацией на повышение качества услуг и обслуживания клиента.

Несмотря на значительное количество исследований в области управления отраслевых составляющих сервисной экономики таких ученых, как Н.С. Бакаева [2], А.Н. Белоусова [3], М.Ю. Варавва, О.С. Лазарева [4], И.Р. Закирова [6], О.В. Заруба [7], М.В. Филипов [9], М. Bell [11], R. Bisso [12] нет единой системы управления и нет общего механизма регулирования.

Сфера услуг в РФ занимает в структуре ВВП значительную часть и необходимо подробное ее исследование (табл. 1).

В соответствии с методологическими исследованиями, была взята структуризация отраслей ОКВЭД, в соответствии с типологией секторов экономики, которая была предложена Irving Fisher [13] и затем уточненная Colin Clark [14].

По предложенной Фишером типологии можно выделить три сектора экономики:

1. к данному сектору экономики относятся деятельность, которая связана с получением первичных ресурсов, связанных с факторами производства: сельское и лесное хозяйство, рыболовство, горнодобывающая промышленность);

2. данный сектор характеризуется такими отраслями экономики как отрасли обрабатывающей промышленности (машиностроение, металлургия, нефтехимия и др.).

3. в данный сектор экономики входит сфера услуг:

- оптовая и розничная торговля;
 - ремонт домов и домашнего оборудования;
 - ресторанный и гостиничный бизнес;
 - транспорт, связь, складские услуги;
 - финансовое посредничество (страховые услуги, пенсионные фонды);
- услуги, связанные с недвижимостью (наем, прокат);

- государственное обслуживание и оборона, обязательное социальное страхование;
- образование;
- здравоохранение и деятельность государства в социальной сфере; ассенизация и вывоз мусора;
- содержание городских свалок; обслуживание отдыха;
- ведение домашнее хозяйство.

Таблица 1

Структура выпуска по видам экономической деятельности
(в текущих основных ценах; в процентах к итогу), 2012-2016 гг.

Выпуск в основных ценах	2012	2013	2014	2015	2016	Темп роста
в том числе по видам экономической деятельности:	100	100	100	100	100	-
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,4	3,5	3,7	4,1	4,3	126,4
рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	150,0
Всего	3,6	3,7	3,9	4,4	4,6	-
добыча полезных ископаемых	7,4	7,3	7,2	7,5	7,3	0,99
обрабатывающие производства	24,4	24,6	24,6	25,1	25,2	103,2
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,2	5,3	5,3	5,0	5,2	100,0
Всего	37,0	37,2	37,1	37,6	37,7	-
Строительство	7,9	7,4	7,0	6,9	6,6	119,7
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	13,9	13,7	13,9	14,1	13,6	97,8
гостиницы и рестораны	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	90,0
транспорт и связь	8,6	8,5	8,5	8,3	8,4	97,6
финансовая деятельность	3,1	3,4	3,4	2,9	3,2	103,3
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	12,0	11,9	12,6	12,5	12,5	104,1
государственное управление и обеспечение военной безопасности						
социальное страхование	6,4	6,7	6,1	5,8	5,9	92,0
образование	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	94,4
здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,8	2,9	3,0	3,0	3,2	114,3
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	107,1
деятельность домашних хозяйств	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	100,0
Всего	59,2	59,1	59,0	58,0	57,8	-

[Источник: официальный сайт Федеральной службы государственной статистики]

Таким образом, в соответствии с классификацией отраслей ОКВЭД, был проведен анализ и структуризация отраслей экономики по следующим видам:

1. В первую группу вошли: сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, и рыболовство, рыбоводство.

2. Ко второй группе были отнесены: добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства и производство и распределение электроэнергии, газа и воды.

3. К третьей группе, наиболее укрупненной группе, относятся: строительство; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; гостиницы и рестораны, транспорт и связь; финансовая деятельность; операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование; образование; здравоохранение и предоставление социальных услуг; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг и деятельность домашних хозяйств.

В соответствии с данными, в структуре ВВП третья группа (в которую входят и предприятия сферы услуг), занимает 59,2 % в 2012 году и в 2016 занимает 57,8%, в то время как в 2013-2015 гг. наблюдался рост доли сферы услуг. Приостановление роста доли сферы услуг может свидетельствовать о том, что происходит насыщение рынка сферы услуг, возникает необходимость в изменении системы управления сервисной экономикой.

В РФ действует кластерная политика управления сферой услуг. Организационное взаимодействие государственных заказчиков с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации в рамках реализации введенных программ осуществляется на основе заключенных соглашений с потенциальными инвесторами в рамках государственно-частного партнерства.

При исследовании кластерной политики в сфере услуг можно выделить наиболее распространенные кластеры:

- туристско-рекреационные кластеры;
- транспортно-логистические кластеры;
- кластеры информационных технологий.

Например, в сфере туризма, в соответствии с Федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.)» [1] реализовано 6 туристско-рекреационных кластеров в различных регионах РФ, 17 находятся в стадии реализации [8].

По итогам 2011–2016 гг. в рамках Программы предусмотрена реализация инвестиционных проектов на общую сумму более 87,2 млрд. рублей, в том числе за счет средств федерального бюджета – 17,9 млрд. рублей, бюджетов субъектов Российской Федерации – 5,2 млрд. рублей и внебюджетных источников – 64,1 млрд. рублей.

В настоящее время уже введено в эксплуатацию 34 новых инфраструктурных объекта, общее количество койко-мест на которых составило 35,4 тыс. единиц.

При анализе стратегий экономического развития территорий регионов РФ, можно сделать вывод, что самым приоритетным направлением является развитие территориальных кластеров именно в сфере услуг.

Например, на долю территориального кластера в Новосибирске, в области IT-технологий приходится 10% в валовом региональном продукте. В Самарской области, также запланировано к 2030 году занять 58,6% в структуре валового регионального продукта - туристско-рекреационным, транспортно-логистическим и информационно-телекоммуникационными кластерами.

Таким образом, кластеризация является объективной тенденцией развития в сфере услуг, за счет интеграции взаимодействия хозяйствующих субъектов на взаимовыгодных условиях, происходит непрерывное социально-экономическое развитие

регионов (уменьшается уровень безработицы, улучшается инфраструктура, обеспечивается рост доходов в местных бюджетах регионов, способствуют формированию положительного имиджа территории [5]).

Литература

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)». Утверждена постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644.
2. Бакаева Н.С. Развитие рынка услуг в России. /Н.С. Бакаева // Novainfo.ru №57-2, 2016. С. 201-204.
3. Белоусова А.Н. Роль сферы услуг в рыночной экономике / А.Н. Белоусова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 16-19.
4. Варавва М.Ю. Развитие сферы услуг как условие формирования сервисной экономики в России / М.Ю. Варавва, О.С. Лазарева //Символ науки. – 2016. – № 4-1.
5. Жиленко В.Ю. Особенности формирования имиджа туристской территории на примере Белгородской области / В.Ю. Жиленко // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». –2015. – №1. – С.4-12.
6. Закирова И.Р. Теоретические аспекты исследования конкурентного потенциала сервисных предпринимательских структур /И.Р. Закирова // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 7-2. – С. 357-361.
7. Заруба О.В. Стратегия сервисизации экономики региона: содержание и процесс разработки / О.В. Заруба // Проблемы и перспективы регионально-отраслевого развития: социально-экономические и политические аспекты: Сб.трудов.- Тюмень: ТюмГУ.- 2012.- С. 90-95.
8. Туристские кластеры России [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/maps/?um=gv42F13KC-kA4KkPE0ardbjirbwFgweU&l=map&mode=usermaps&ll=42.647295%2C54.403813&z=7>(дата обращения: 24.03.2017).
9. Филиппов М.В. Влияние информационных технологий на конкурентоспособность предприятий сферы сервиса / М.В. Филиппов // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. — 2011. — №1 (14). — С. 84-86.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru/>
11. Bell M. SOA Modeling Patterns for Service-Oriented Discovery and Analysis. – Wiley & Sons, 2010. – P. 34-36.
12. Bisso R. Clusters and development strategies: reflections for a developing country's SME policy. Latin American network information center. URL: <http://www.lanic.utexas.edu> (дата обращения: 24.03.2017).
13. Irving Fisher, Elementary Principles of Economics (New York: MacMillan, 1912), p. 330.
14. Clark C. The Conditions of Economic Progress. 3-rd ed., largely rewritten. London, Macmillan, N.Y., St. Martin's Press, 1957. XV, 720 p.

СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ТУРИЗМЕ

Т.Б. Климова,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Создание турпродукта – это создание потребительской ценности, где каждый участник, специализируясь на определенном бизнесе, формирует общее впечатление от туристского продукта. Большое количество взаимозависимостей и взаимосвязей приводит к созданию сетевых конструкций, которые в итоге образуют цепочку создания ценности, тем самым, способствуя повышению конкурентоспособности турпродукта, росту эффективности деятельности предприятий, входящих в сеть, а также территории в целом как туристской дестинации.

Выстраивание своеобразных «мостов» позволяет объединить разреженные сегменты рынка, достичь мультипликативного эффекта и в результате совместных усилий получить отношенческую ренту, которая не может быть достигнута каждым из участников в отдельности. Формально независимые стейкхолдеры [3] или агенты сети для формирования дополнительных компетенций и реализации совместных целей объединяют свои ресурсы. Таким образом, расположенные в различных звеньях цепи активы предприятий, интегрируются в сеть, что позволяет участникам сети снижать издержки и риски, тем самым способствуя росту конкурентоспособности за счет создания общей стратегии развития, разработки системы управления качеством турпродукта, внедрения единых программ подготовки персонала и пр.

Если говорить о сервисной экономике и сфере туризма, в частности, то как правило, это небольшие игроки отраслевого рынка, которые, являясь элементами квазиинтегрированной структуры, выстраивают свои взаимодействия по производству целостной туристской услуги. Они могут приобретать кумулятивный «виртуальный» размер, что дает им возможность успешно конкурировать и с более крупными участниками рынка, и с другими квазиинтегрированными структурами, количество которых постоянно увеличивается [3]. Стоит отметить, что сетевые конструкции позволяют участникам сети найти баланс между сотрудничеством и конкуренцией, ведущий к снижению уровня конкуренции, но в то же время не сдерживающий инвестиционную деятельность в сфере туризма.

Сетевые конструкции как объект управления содержат в себе множественность срезов. В плоскости сервисной экономики в сетевом взаимодействии компаний фактор создания ценности для потребителя является основополагающим и может рассматриваться как вызов подходам экономии издержек. Определяя ценность для потребителя доминирующим фактором в формировании турпродукта, архитектура сети может изменяться, но в фокусе внимания остается консолидация цепочек создания ценности турпродукта, устойчивость связей в сети, так как разрыв цепочки сразу же отражается на конечном продукте, снижает ценность турпродукта и, как следствие, общее впечатление о нем. Вопросы проектирования и оптимизации действующих цепочек создания стоимости в туризме затрагиваются в работе А.Ю. Александровой, которая отмечает, что стоимость туристского продукта создается на протяжении всей логистической цепочки и «проявляется» только на последней стадии - при продаже конечному потребителю [1].

В настоящее время сетевые принципы взаимодействия в бизнесе активно обсуждаются теоретиками [3-8]. Большой пласт работ посвящен вопросам развития международных гостиничных сетей, сетевого взаимодействия авиакомпаний, туроператоров и турагентов, развитию глобальных систем дистрибуции и систем бронирования, обеспечивающих взаимодействие разных агентов рынка в режиме реального времени.

Преимущества сетевого взаимодействия очевидны. К примеру, в гостиничном сегменте, когда компания или частное лицо бронирует отель международной цепочки, они становятся не просто клиентами этого отеля, а глобальными клиентами гостиничной кор-

порации. Гостиничные сети объединяют гостиничные предприятия в единую структуру и систему стратегического сотрудничества в целях создания совместных отличительных характеристик. Развитию сотрудничества способствуют единая стратегия и совместные взаимовыгодные стратегические действия, особенно в маркетинге. Общая система информационного взаимодействия, основанная на единой системе бронирования и глобальной дистрибутивной системе, сильный сетевой бренд способствуют усилению конкурентных позиций отелей сети и формированию дополнительных активов в рамках сетевой формы взаимодействия. Отметим, что сетевая форма ведения бизнеса признана одним из лучших способов формирования узнаваемого имиджа и унифицированного продукта.

Через электронные системы, применяемые международными операторами, различные отели сети легко обмениваются данными о клиенте. Например, отели MarriottInternational - имеют профайл на каждого гостя. Когда клиент этой группы гостиниц останавливается в том или ином отеле цепочки, персонал уже готов к приезду, прекрасно осведомлен о его требованиях и предпочтениях. Проблемы собственно обслуживания, качественной работы персонала отеля, его умения общаться с гостем решаются в сетевых отелях, по общему мнению многих экспертов, на высоком уровне, от которого пока отстают гостиницы независимые.

С учетом серьезных проблем, связанных с неразвитой инфраструктурой российского туристического рынка, именно сети гостиниц могут стать катализатором развития внутреннего и въездного туризма.

Выгоды от создания стратегических альянсов, которые также относят к сетевым формам взаимодействия, хорошо прослеживаются на примере авиаперевозок. В условиях глобализации авиаперевозчики, образовавшие стратегические альянсы и представившие сетевые предложения существенно выиграли по сравнению с конкурентами, действующими в одиночку. Так, альянс SAS и Lufthansa, образовавшийся в 1996 году позволил компаниям интегрировать систему движения багажа и регистрации билетов в аэропортах, ввести программы зачета накопленных пассажиром миль на рейсах каждого из перевозчиков, при этом устранив дублирование многих функций [7].

О своем взаимодействии и широком партнерстве не так давно объявили авиакомпании Эмирейтс и flydubai. Цель такого взаимодействия - объединение усилий двух дубайских авиалиний и предоставление клиентам уникальных возможностей во время авиапутешествий. Управление обеими компаниями останется независимым, однако Эмирейтс и flydubai будут использовать маршрутные сети друг друга, чтобы расширить деятельность и ускорить рост. Инновационное сотрудничество выходит за рамки код-шеринга и подразумевает всестороннее взаимодействие по маршрутной сети и скоординированное расписание. Клиенты flydubai получают доступ к удобным стыковкам с рейсами Эмирейтс, которые выполняются в города на пяти континентах. Клиентам Эмирейтс партнерство открывает доступ к широкой региональной сети flydubai.

Обе авиакомпании продолжают развивать свой хаб в Международном аэропорту Дубая. Они синхронизируют свои системы и операционную деятельность, чтобы обеспечивать комфортные путешествия через этот современный аэропорт, являющийся самым загруженным в мире по числу международных пассажиров.

Новое партнерство позволит раскрыть высокую ценность взаимодополняющих моделей обеих компаний как для клиентов, так для самих авиалиний. В настоящее время объединенная маршрутная сеть компаний состоит из 216 направлений. Партнерство направлено на оптимизацию маршрутных сетей и полетных программ обеих авиакомпаний, открытие новых стыковочных направлений и расширение возможностей выбора для клиентов. Это также позволит авиалиниям увеличить нагрузку на рейсах обеих дополняющих друг друга маршрутных сетей. Планируется, что к 2022 году совместная маршрутная сеть Эмирейтс и flydubai достигнет 240 направлений и будет обслуживаться авиапарком, в совокупности состоящем из 380 самолетов [2].

Команды Эмирейтс и flydubai будут вместе работать над реализацией ряда инициатив, охватывающих коммерческое и маршрутное планирование, операционную деятельность в аэропортах, работу с клиентами и координацию программ лояльности.

В работе [3] отмечается, что ряд исследователей считают диаду компаний простейшей межфирменной сетью, другие при изучении сетей используют диаду только как единицу анализа, не признавая одиночную пару сетей. Несмотря на такое разногласие, преимущества от взаимодействия очевидны. Приведенный пример доказывает это. Стратегические альянсы позволяют объединить ресурсы без финансового слияния или переплетения партнеров, приспособив продукты и процессы к политическим и культурным различиям разных регионов, предлагая интегрированный и постоянно обновляемый продукт, удовлетворяющий разные запросы потребителей к размерам сети, скорости трансфера, качеству услуг и признанию статуса клиента [7].

Новые возможности для компетентного продвижения турпродуктов, привлечения туристов и развития отрасли в целом открывают информационные технологии, которые уже давно так или иначе присутствуют на каждой стадии «жизненного» цикла турпродукта. Интернет трансформировал туристский сектор два десятилетия назад, сегодня происходит вторая революция связанная с быстрым увеличением услуг, предоставляемых через мобильные устройства. Менее чем за два года доля онлайн-бронирования взорвалась от 9% до почти 33%. Безусловно, туристское информационное пространство безгранично и очень сложно конкурировать в нем. Тем не менее, это незаменимый ресурс, который информационно-ориентированное общество будет и дальше вынуждать все компании более активно использовать его, погружаться в глобальное сетевое пространство и формировать устойчивые отношения с потребителями.

Таким образом, создание сетевых конструкций в туризме и использование принципов сетевого взаимодействия не вызывает сомнений. Формирование устойчивых партнерств и сетей долгосрочного сотрудничества между множеством стейкхолдеров туристского рынка, соединение ресурсов и специфических возможностей для производства турпродукта, эффективное управление портфелем отношений и взаимодействиями в рамках сетевых конструкций, информационные технологии определяют векторы дальнейшего развития туризма в нашей стране, ее регионах. При этом, основной ориентир - создание ценности для потребителя. Впечатление, эмоциональное состояние туриста, в конечном итоге, будут определять потребительскую ценность территории и желание посетить тот или иной туристский регион.

Литература

1. Александрова А.Ю. Туристские «ловушки» регионального развития тенденции / А.Ю. Александрова // Инициативы XXI века. 2014. - № 2.- С.52-57.
2. Авиакомпания Emirates и flydubai объявили о партнерстве [Электронный ресурс]. URL : <https://delo.ua/business/aviakompanii-emirates-i-flydubai-objavili-o-partnerstve-332837/>
3. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса / Науч. ред. Шерешева М.Ю. - М. : ИД Высшей школы экономики, 2014. 448 с.
4. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999. - С. 494-505.
5. Чистяков С.В. Сетевая организационная форма и сетевые экономические отношения / С.В. Чистяков // Вестн. Моск. ун-та. Серия 21 Управление (государство и общество). 2012. - № 2. - С. 74-85.
6. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний / М.Ю. Шерешева. - М. :Издат. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. - 339с.
7. Шерешева М.Ю. Сети в туризме / М.Ю. Шерешева // В сборнике: Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов Материалы I Всероссийской науч-

но-практической конференции с международным участием. Под общ. ред. А. Н. Полухиной. 2015. - С. 35-45.

8. Оборин М.С. Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере / М.С. Оборин, М.Ю. Шерешева // Управленец. 2017.- №4(68). - С. 24 –31.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА РОССИЙКОМ РЫНКЕ ТУРИНДУСТРИИ

М.Е. Комарова,

кандидат географических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Сегодня развитие гостиничного сервиса выступает одним из важнейших факторов повышения конкурентоспособности региональной экономики. Для многих регионов высокий уровень гостиничного сервиса может стать конкурентным преимуществом, способным значительно повысить его позиции на российском рынке туристической индустрии.

Не смотря на то, что в России накоплен большой опыт организации гостиничного сервиса, в большинстве регионов все еще наблюдается не соответствие пакета и уровня предоставляемых услуг мировым стандартам из-за недостаточной профессиональной подготовки работников индустрии гостеприимства, недостаточно развитой инфраструктуры и целого ряда других причин.

С целью определения ключевых индикаторов, дающих полную информацию о сегодняшнем состоянии гостиничной индустрии в Белгородской области и выработки сценария повышения ее конкурентоспособности, был проведен информационный, базовый и проблемный региональный мониторинг. Цель мониторинга состояла в создании надежной и объективной основы для выработки стратегических решений по обоснованию мер государственной поддержки данного сегмента экономики. Предметом регионального мониторинга выступили региональная ситуация на рынке гостиничных услуг и проблемы, которые нашли отражение в количественных и качественных, одномоментных и динамических статистических показателях [3].

В качестве количественных показателей состояния региональных гостиничных услуг были рассмотрены:

- 1) доля гостиничных услуг в структуре общего объема реализации услуг населению Белгородской области;
- 2) общее количество гостиниц в регионе;
- 3) единовременная вместимость койко-мест;
- 4) количество гостиниц по категориям;
- 5) общее количество гостиничных номеров в регионе;
- 6) количество гостиничных номеров по категориям.

К качественным показателям были отнесены категорирование отелей региона, удовлетворенность клиентов качеством гостиничных услуг, наличие спектра дополнительных услуг и т.п.

Анализ данных Ростуризма показал, что на 2015 г. в структуре общего объема реализации услуг населению Белгородской области на услуги гостиниц и других средств размещения приходится всего 1,3%, тогда как в Воронежской области этот показатель составляет – 3,2%, в Курской – 1,6%, Липецкой области – 1,8% .

По объему услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению – 936, 1 млн. руб., Белгородская область уступила только Воронежской области. Однако инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения, в Белгородской области составили всего 18, 2 млн. руб., тогда как в Воро-

нежской и Курской областях – 105, 3 млн. руб. и 24, 0 млн. руб. соответственно. Белгородской области по данному показателю уступила только Липецкая область, где данный показатель составил 4,9 млн.руб. [5].

Согласно данным Белгородстата за последние годы наблюдается динамика числа КСР, растет и их вместимость. В составе КСР преобладают предприятия гостиничного типа (без учета микропредприятий) (табл. 1) [4].

Таблица 1

Количество коллективных средств размещения в 2013-2015 гг., ед.

Показатель	Годы			Темп роста, %	
	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
Число средств размещения	83	133	114	160,2	85,7
Гостиничного типа	59	109	90	184,7	82,5
Специализированные	24	24	24	100	100
Вместимость (число коек)	5690	6120	6 126	107,5	100,0
- гостиничного типа	2380	2810	2816	118,0	100,2
- специализированные	3310	3310	3310	100	100
Жилая площадь (площадь номеров) КСР, тыс. кв. м	66,0	77,5	77,8	117,4	100,4

По данным табл. 1 можно сделать вывод о положительной в целом динамике по всем основным показателям деятельности предприятий коллективных средств размещения. По данным на 2016 г. общее количество гостиничных предприятий на территории Белгородской области составило 92 гостиницы (с учетом микропредприятий), большая часть которых сосредоточена в Белгороде, в Белгородском районе, в Старом Осколе. На протяжении анализируемого периода наблюдается расширение жилой площади КСР, так площадь номерного фонда в 2014 г. выросла на 11,5 тыс. кв. м (17,4%), а в 2015 увеличилась еще на 0, 3 тыс. кв.м., что было связано с реконструкцией старых средств размещения гостиничного типа.

В рейтинговых оценках конкурентоспособности регионов, одним из важных показателей привлекательности выступает обеспеченность гостиничными номерами. Несмотря на сравнительно большое число отелей в Белгородской области, обеспеченность КСР номерным фондом остается низкой, этот показатель составляет 2,8 гостиничных номера на тысячу человек (табл. 2) [5].

Таблица 2

Сравнительный анализ номерного фонда КСР по регионам России (по состоянию 2015 г.)

Регион	Число КСР, единиц	Число номеров, единиц
Белгородская область	114	2 758
Воронежская область	216	8 737
Курская область	99	2 754
Липецкая область	83	2 847

Источник: Федерального агентства по туризму РФ

Сравнительный анализ номерного фонда КСР по регионам ЦЧР России показал, что Воронежская область по данному показателю опережает Белгородскую область почти в 2 раза. Из соседних регионов Белгородской области по числу номеров уступает только Курская область, при этом население Курской области меньше на 428,4 тыс. чел.

Численность размещенных в КСР граждан России и иностранных граждан представлена в таблице 3 [5].

Численность размещенных в КСР граждан России и иностранных граждан на территории Белгородской области за 2013-2015 гг.

Показатель	Годы			Изменение, %	
	2013	2014	2015	2014/2013 гг.	2014/2015 гг.
Численность граждан России, размещенных в КСР, тыс. человек	156,8	171,7	151,5	109,5	88,2
Численность иностранных граждан, размещенных в КСР, тыс. человек	6,3	11,9	11,5	188,9	96,6
Всего	163,1	183,6	162,9	112,5	88,7

Согласно данным, представленным в табл. 3, за анализируемый период темп роста численности иностранных граждан, размещенных в КСР в 2014 г. составил 188,9%, т. е. почти в 2 раза больше показателя предыдущего года. В 2015 г. темп роста данного показателя значительно снизился. В 2016 году по данным Института комплексных стратегических исследований прирост числа туристов в Белгородскую область составил (+89.6%).

Исходя из анализа категоричности отельной базы Белгородской области, был сделан вывод о том, что большая часть отелей имеют категорию «три звезды» и «четыре звезды». Более половины отелей вообще не имеют звезд. Отели более высокой категории сосредоточены в региональном и муниципальном центрах – г. Белгороде, г. Старом Осколе, г. Губкине. Единственный отель, имеющий категорию «пять звезд», расположен в г. Белгороде. Классификация гостиниц Белгородской области по звездам представлена в таблице 4.

Таблица 4

Классификация гостиниц Белгородской области по звездам

Звездность гостиницы	Наименование гостиницы
5*	1. Аврора
4*	1. Белый город. 2. Белгород. 3. Континенталь. 4. Европа. 5. Белогорье. 6. Веретено. 7. Амакс. 8. Гранд отель. 9. Лидер. 10. Стойлянка
3*	1. Муравский тракт. 2. Гараж. 3. Лебедь. 4. Руда. 5. Две реки. 6. Фьюжн. 7. Милан. 8. Винсент. 9. Денисовский. 10. RedHouse. 11. Арт-отель. 12. Салют. 13. Гамильтон. 14. Мир. 15. Спектр. 16. Владимирская. 17. Лидер. 18. Версаль. 19. Металург. 20. Улыбка. 21. Космос. 22. Африка. 23. Жилье люкс. 24. Центральная
2*	1. Юго-Западная. 2. Пилигрим
1*	1. Успех

Согласно требованиям регионального мониторинга, критериями оценки в гостиничном сервисе признаются те квалификационные требования, которые зафиксированы в стандартах деятельности и приведены в «Системе классификации гостиниц и иных средств размещения», а также в Приказе Минспорттуризма РФ от 25.01.2011 г. №35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи» [3].

Сравнительная характеристика регионов ЦЧР по категории гостиниц представлена на рис. 1.

Как показал сравнительный анализ, Воронежская область опережает Белгородскую область и соседние регионы по числу отелей категории «пять звезд», однако ос-

новная масса белгородских отелей, входит в самую востребованную категорию «три звезды», что можно считать ее конкурентным преимуществом.

Несмотря на динамику роста числа гостиниц в Белгородской области, международным стандартам соответствует единицы. Связано это с тем, что в международные сети может войти только гостиница вместимостью более 120 номеров.

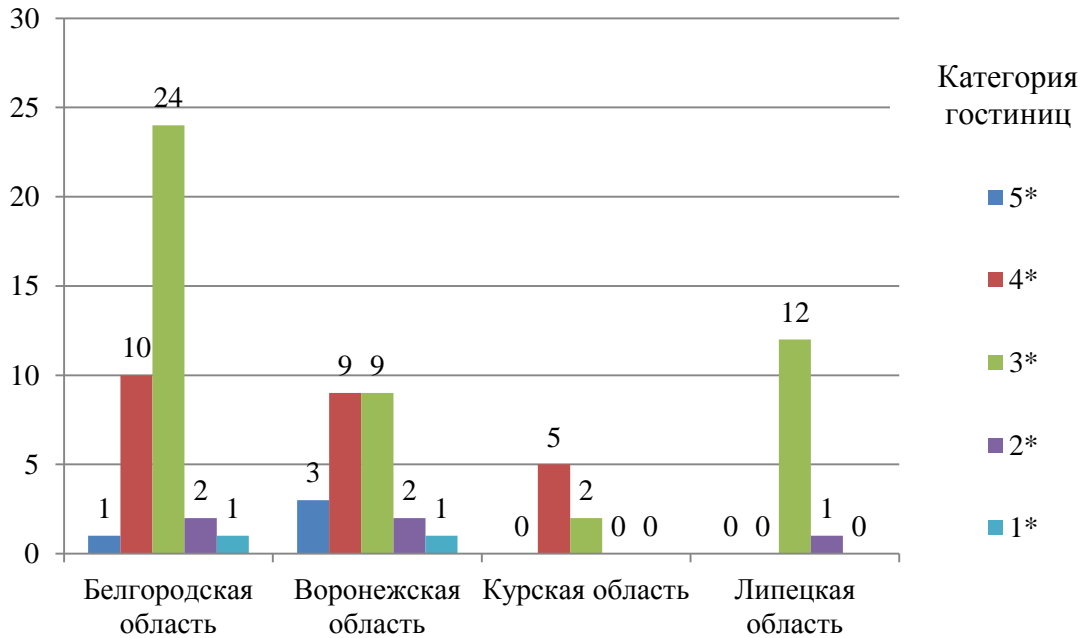


Рис. 1. Сравнительная характеристика регионов ЦФР по категории гостиниц в соответствии с Европейской системой классификации

Группировка гостиниц Белгородской области по количеству номеров представлена в таблице 5.

Согласно данным таблицы 5 по вместимости номерного фонда гостиничные предприятия Белгородской области преимущественно отнесены к малым (до 100 номеров). Категорию средние (от 100 до 300 номеров) составили следующие гостиницы: «Амакс» – самый большой отель Белгородской области (271 номер), «Континенталь» (144), «Аврора» (119), «Белгород» (103). На рис. 2 представлено соотношение гостиниц Белгородской области по номерному фонду.

По представленным данным в Белгородской области преобладают гостиницы с малым номерным фондом, на долю средних гостиниц приходится всего 4 % от общего числа гостиниц региона.

Несмотря на это, гостиничный сервис Белгородской области разнообразен, он включает придорожные гостиницы, гостиницы при спортивных и оздоровительных комплексах, бизнес-отели, транзитные отели, hostels. Архитектура и дизайн интерьера гостиниц тоже разнообразны. По ценовой категории отели варьируют в значительных пределах – от дешевых отелей, предлагающих койко-место, до изысканных президентских апартаментов, способных удовлетворить запросы самых требовательных клиентов.

Отдельно следует выделить группу гостиниц делового назначения, которые обслуживают лиц, пребывающих с деловыми целями. Такие гостиницы, как правило, расположены вблизи административных, общественных и прочих центров города без обязательного наличия озелененной территории для отдыха и спортивной деятельности. В таких гостиницах преобладают одноместные номера с обязательным наличием в номере рабочей зоны, номера максимально изолированы от внешней среды, имеются помещения для проведения совещаний, переговоров, семинаров и др. есть бизнес-центр, имеются

службы финансового обеспечения. Среди гостиниц Белгородской области к категории бизнес-отелей были отнесены следующие: «Амакс», «Европа», «Белый город», «Аврора», «Континенталь», «Белгород», «Белгорорье», «Винсент», «Владимирская», «Русь», «Две реки», «Руда», «Лебедь», «Рудный край», «Металлург». В этих отелях оборудованы рабочие зоны, есть комнаты для переговоров и конференц-залы.

Таблица 5

Классификация гостиниц Белгородской области по количеству номеров

Категория	Номерной фонд	Название
Малые	до 10	«Милан», «Эдельвейс», «7 чудес», «Денисовский», «Гамильтон», «Африка», «Шамбала», «Постоялый двор», «Северная Пальмира», «Жилье люкс», «Красный подсолнух», «Гостинный двор», «Заря», «Золотая руда», «Химзавода», «Титовский бор», «Южная», «Алина», «Гостевой дом», «Юго-западная», «Приват», «Затерянный рай», «Транзит31», «Стрелец», «Хостел Вагаск», «Дом лесника», «Парма», «Грация»
	от 10 до 20	«АртОтель», «Хостел «Квартира 31», «Славянка», «Полярная звезда», «Веретено», «Фьюжн», «Успех», «Березка», «Энергомаш», «Гараж», «Любава», «Аркадия», «Пример», «Лидия», «Сотканный ветром», «Усадьба у Людмилы», «Тихая Заводь», «Вираз», «Центральная», «Спорт», «Уют», «Южная», «Надежда», «Альпика»
	от 20 до 30	«БелОтель», «Владимирская», «Белые росы», «Салют», «Винсент», «Олимп», «Русь», «Белая гора», «Пилигрим», «Уют», «Муравский тракт», «Рудный край», «Горняк», «Русское подворье», «Белогорье», «Гостевой домик», «Славянка»
	от 30 до 50	«Гранд отель», «Лидер», «Две реки», «Центральная», «Мир», «Белый город», «Белогорье», «Тихая сосна», «Руда», «Спектр», «Прохоровское поле»
	от 50 до 100	«Европа», «Патриот», «Лебедь», «Металлург», «Космос», «Стойлянка», «Русь», «Улыбка»
Средние	от 100	«Амакс», «Аврора», «Континенталь», «Белгород»

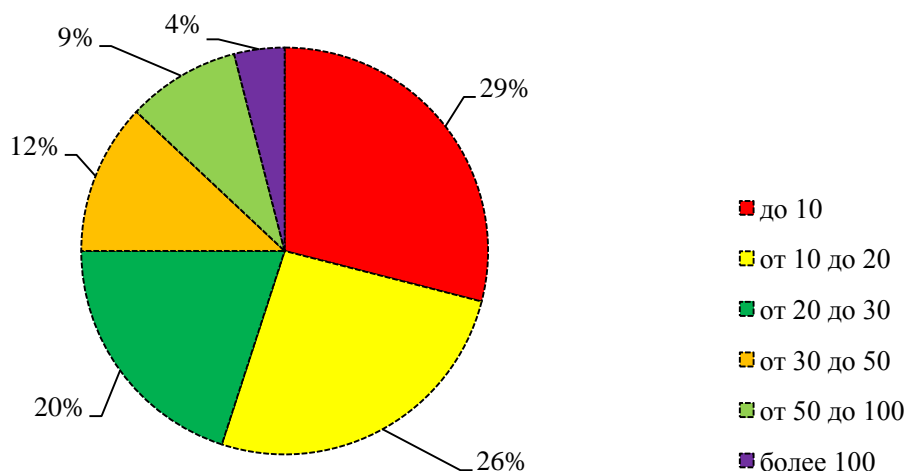


Рис. 2. Распределение гостиниц Белгородской области по количеству номеров, %

Важным этапом в процессе проведения мониторинга гостиничных услуг является изучение всего комплекса предоставляемых услуг. Спектр дополнительных услуг большинства гостиничных предприятий Белгородской области, как показал проведенный анализ, достаточно широк. Среди дополнительных услуг, предлагаемых КСР Белгородской области, преобладают услуги конференц-залов, бассейнов, саун, фитнес-центров (тренажерных залов), бильярдные, продажа сувенирной продукции и т.п.. Эти услуги предлагают самые крупные гостиницы Белгородской области. Однако не во всех гостиницах есть возможность организовать бытовое обслуживание гостей и предоставить им полный перечень услуг. Но при этом важно помнить, что чем разнообразнее спектр сопутствующих услуг, тем выше результат исполнения основной услуги.

При оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Согласно мониторингу удовлетворенности качеством и ценами товаров и услуг, проведенного на территории Белгородской области в 2016 г., гостиничные услуги по пятибалльной шкале получили среднюю оценку качества (ниже 3 баллов) – 2,49 балла. Следует отметить, что 1/3 опрошенных из выборки 334 человек затруднились дать оценку данной категории, в связи с тем, что не пользуются данными услугами из-за специфики рынка [2].

Важно отметить, что качество обслуживания во многом зависит от квалификации персонала. Оценка кадрового потенциала и качества его работы дает широкие возможности для организации мониторинга. Количество человек, занятых в гостиничном сервисе в 2015 г. несколько снизилось и составило 2,0 тыс. чел., что на 4,8% меньше показателя предыдущего года. Однако в 2016 г. темп роста данного показателя составил 110,0% или 0,2 тыс. чел. Довольно мало занятых остается в сфере туризма, зато в динамике лет наблюдается тенденция роста, что оценивается, безусловно, положительно.

Таким образом, показатели состояния развития гостиничного сервиса Белгородской области имеют положительную динамику. Этому во многом способствует проведение мероприятий в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Белгородской области на 2013-2017 годы и подпрограммы «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса», а также государственной программы «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы».

Для формирования конкурентоспособного туристского рынка, составной частью которого являются гостиничные услуги, необходима эффективная стратегия по продвижению регионального туристского продукта. Развитие гостиничного сервиса Белгородская область имеет большой потенциал, реализовав который можно значительно повысить конкурентоспособность региона. Выявленные сильные стороны и внешние возможности могут быть реализовываться через перечень мероприятий, направленных на их использование и усиление. К числу таких мероприятий следует отнести:

- 1) организацию работы по классификации некатегорийных гостиниц;
- 2) расширение спектра и повышение качества гостиничных услуг;
- 3) повышение квалификации кадров в гостиничном сервисе и туризме;
- 4) активизацию маркетинговой деятельности в направлении продвижения территории;
- 5) специализацию предложений, расширение социальной базы туристского спроса, усиление индивидуализации потребностей туристов.

Литература

1. Департамент экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL : <http://www.derbo.ru>.
2. О состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Белгородской области по итогам 2015 года [Электронный ресурс] : доклад Департамента эко-

номического развития. – Белгород, 2016. – URL : http://www.derbo.ru/assets/files/otd-strateg-planirovaniya/Doklad_2015.pdf.

3. Михеева Н.А. Региональный мониторинг гостиничных услуг и прогнозирование: учебник./ Н.А. Михеева – СПб : Троицкий мост, 2013. – 184 с.

4. Социально-экономическое положение Белгородской области в 2015 г. : территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области (Белгородстат) [Электронный ресурс]. – Белгород, 2016. URL : http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts.

5. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL : <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-porf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2015-god/>

ПРОБЛЕМЫ ТИПИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

И.С. Королева,

кандидат географических наук,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Современное состояние рекреационного освоения связано с предысторией освоения и ее функционирования, изменениями, произошедшими в структуре предпочтений туристов. Потребность отдыха в природных или слабо окультуренных ландшафтах позволили территориям, имеющим давнюю историю промышленного или сельскохозяйственного освоения расширить свою специализацию, благодаря возникновению и становлению новой для них функции – рекреационной. В результате традиционные формы природопользования характерные для сельской местности стали соотносить с видами туризма (охоту, рыбалку, сбор лекарственных растений, ягод, орехов с промысловым туризмом), а земли лесного, водного фонда, особо охраняемых территорий и объектов, сельскохозяйственного назначения и поселений находящиеся в сельской местности стали включать в рекреационные пространства.

Интерес к отдыху в сельской местности появился еще в XIX веке и был обусловлен реакцией на рост и уплотнение промышленных городов, появлением и развитием концепции устойчивого и экологического туризма. В современном мире сельский туризм занимает устойчивую нишу – доля сельского туризма в мировом туристическом потоке варьирует от 12 до 30 %, – поскольку обеспечивает потребности туристов в отдыхе в слабоокультуренных ландшафтах, создание привлекательных рабочих мест, обустройство сельских территорий, комплексное использование природного и культурного потенциала. Но, не смотря на факторы, благоприятствующие росту сектора сельского туризма, его доля в Российской Федерации составляет 2%, [5]. По мнению экспертов, спрос населения на сельский отдых в нашей стране удовлетворен только на 12-15 % [8]. Следовательно, в состав рекреационных пространств будут включаться все новые и новые территории. Эти территории имеют разнообразные аттракторы, природные, культурно-исторические, трудовые ресурсы, уровень экономического развития и транспортной доступности. В связи с этим, от рекреационного потенциала рекреационного пространства сельской местности будут зависеть темпы роста сектора сельского туризма, обусловленные спросом на новые туристические продукты. Это исследование посвящено изучению существующих туристических продуктов сельской местности и типизации сельского туризма, с целью формирования новых видов туристических продуктов. Следовательно, в данном исследовании необходимо решить следующие задачи:

– уточнить сущность понятий «сельский туризм», «туризм в сельской местности» и структуру данного направления туризма,

– определить состав рекреационных ресурсов сельского туризма.

Методологические аспекты, типология сельского туризма представлена в работах И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, С.А. Арутюняна, М.Б. Биржакова, А.Н. Бородина, Н.А. Мозгунова, В.Г. Гуляева, О.М. Никитиной, Ю.Е. Вашукевича, М.А. Здорова, А.В. Трухачева и других. Основной акцент у многих авторов сделан на специфику различных видов отдыха в сельской местности. В том числе следует отметить труды отечественных и зарубежных авторов Е.Н. Кисловой, Е.Я. Лебедеко, А.Л. Медкова, Н.В. Межоновой, И.Н. Меренковой, Т.Г. Мозжерина, С.Н. Моревой, В.Е. Торикова, рассматривающих сельский туризм как одно из направлений устойчивого туризма. Все это свидетельствует о применении различных трактовок понятия «сельский туризм», его подвидов, подходов к типологии и классификации.

В настоящее время понятия «сельский туризм» и «туризм в сельской местности» взаимосвязаны между собой. Каждый из видов базируется на природном, социально-экономическом и культурно-историческом потенциалах сельской местности. Сельская местность представляет собой территорию, для которой характерен специфический сельский жизненный уклад, а природные ресурсы являются источниками и факторами социально-хозяйственной деятельности людей. Под ней могут понимать как село или деревню, так и всю обитаемую территорию внегородских поселений. Неоднозначность в понимании термина сельская местность позволяет рассматривать его с 2 позиций. В первом случае следует рассматривать аттракции характерные для села (деревни), во втором – для не урбанизированных (городских) территорий. Соответственно для каждой из территорий будет характерна своя специфическая инфраструктура. В первом случае туристы будут размещаться в сельских домах, усадьбах и фермах, во втором – в сельских гостиницах, этнографических деревнях, кемпингах, базах отдыха. Туристические услуги будут предоставлять сельские семьи или специализированные предприятия. Таким образом, туризм в сельской местности является достаточно широким понятием, поскольку включает в себя все виды рекреационной деятельности возможные как в селе, так и вне городской местности. Соответственно в границах сельской местности возможен туризм в зависимости от:

- цели: релаксационный и рекреационный;
- способа организации: организованный и самостоятельный;
- рода основной деятельности: деловой, познавательный (гастрономический и этнографический), экологический, прогулочно-промысловый, агротуризм (рис. 1).

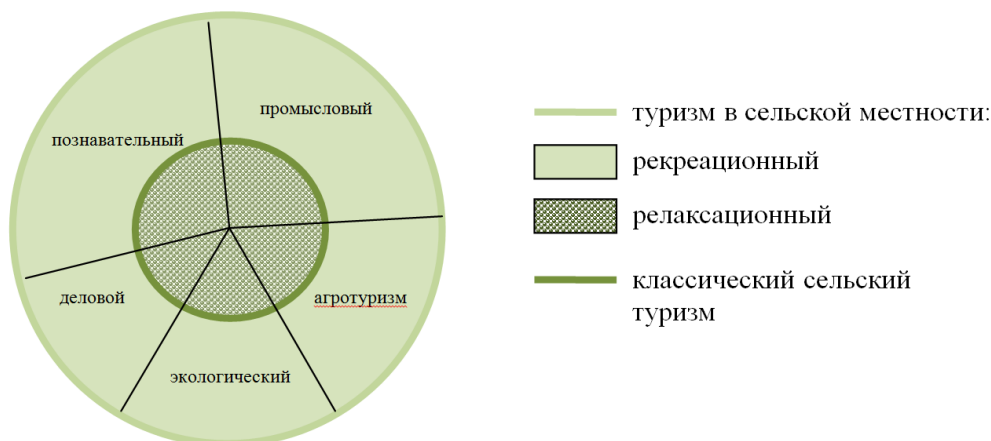


Рис. 1. Соотношение видов туризма, связанных с сельской местностью

В зарубежной литературе сельский туризм чаще упоминается как «агротуризм», фермерский, деревенский, зеленый и даже как экологический. Аграрный туризм относится к виду рекреационной деятельности, ориентированному на использование природных,

культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта ассоциация международного экономического развития (МЭР). Начиная с 1972 г. в мировой практике он выделяется в отдельную отрасль: как отдых горожан в сельской местности часто связанный с уборкой урожая [1]. В Испании, Португалии сельский туризм ограничивается агротуризмом, в Англии – распространяется за пределы городского пространства, а в Италии – в горной местности [7]. Данным термином не следует подменять понятие сельский туризм, поскольку не все туристы его предпочитающие принимают участие в сельскохозяйственной деятельности. А.В. Трухачев отмечает, что сельский туризм не может быть отождествлен с такими видами туризма, как агротуризм, зеленый, деревенский, экологический и другими, поскольку он представляет собой обобщающее понятие [9].

Рассматривая феномен сельского туризма нельзя не отметить, что в отечественной и зарубежной литературе представлено достаточно широкое разнообразие подходов:

✓ J. W. Kloeze под сельским туризмом понимает всю туристскую деятельность, развивающуюся в сельской среде.

✓ Согласно D. Matei, сельский туризм представляет собой набор действий и услуг, которые предлагаются местными фермерами и крестьянами для привлечения туристов в их местность, а также с целью получения дополнительной прибыли от данного вида деятельности. Сельский туризм дает возможность каждому туристу не только отдохнуть на лоне природы, но и проникнуться в традиции и обычаи местного населения [4].

✓ Кусков А.С., Джаладян Ю.А. отмечают, что сельский туризм – это путешествие и отдых горожан на сельских территориях в гостевых домах, созданных сельской семьей (имеющей собственную сельскую территорию с усадьбой), которая обеспечивает проживание, питание и знакомство с местными сельскими достопримечательностями [3].

✓ Полякова И.Л. под сельским туризмом понимает специализированный вид туризма, включающий в себя элементы организованного и неорганизованного отдыха путешественников на сельской территории с целью их приобщения к местной природе, образу жизни населения и ознакомления с местными этнокультурными комплексами и их ценностями [3].

✓ Колчинский Ю. Л. предложил следующее определение сельского туризма – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в сельскую местность в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте пребывания [6].

Такое разнообразие подходов позволяет относить к сельскому туризму, как классический сельский туризм – туризм, цель которого удовлетворить потребность рекреантов прежде всего в тишине и спокойствии посредством ресурсов сельской местности, используя для этого базовый набор услуг – размещения и организации питания [2], так и более сложные его виды, в зависимости от имеющихся аттракторов. В мировой практике туристические аттракторы, построенные на «идентичности» и «аутентичности» обеспечивают процветание многочисленных сельских усадеб и ферм. В качестве таких аттракторов могут выступать национальные блюда и напитки (в сельские фермы Италии едут за пармезаном, мацареллой, пкорино, вином и другими), традиции, праздники, ремесла, архитектура, растительный и животный мир, в том числе эндемики и реликты, технологии производства. Следовательно, каждый аттрактор способен удовлетворить специфические потребности сельских туристов. А.В. Трухачев отмечает, что в рамках отдыха на сельской территории туристом не целесообразно какие-либо отдельные потребности и цели использовать как признаки отнесения продукта к феномену сельского туризма [9]. Поскольку в основе любой цели пребывания должен быть отдых в сельской местности, включающий набор базовых услуг питание и проживание, позволяющее познакомиться с сельским бытом, все остальные потребности реализуются посредством дополнительных услуг.

Содержательный анализ публикаций, в которых рассматривается специфика сельского туризма, позволил систематизировать цели пребывания туристов в сельской местности в зависимости от их потребностей и аттракторов, определив для каждого из них «идентичные» и «аутентичные» туристические ресурсы (таблица 1).

Классический сельский туризм в соответствии с релаксационной целью отдыхающих может включать дополнительные услуги: экскурсионные, развлечения и оздоровления. Услуги оздоровления связаны с принятием солнечных и воздушных ванн, иппотерапией, медотерапией и другими местными ресурсами. Таким образом, данный вид сельского туризма имеет ряд конкурентных преимуществ, во-первых, это экологически чистая, в некоторых случаях даже аутентичная продукция, во-вторых индивидуальный подход к оздоровлению в зависимости от потребностей клиента, в-третьих данный вид туризма не исключает элементы других видов туризма.

Выделенные виды туризма по-разному сочетаются между собой, образуя разнообразие направлений и аутентичных туристических продуктов для различных категорий населения с разным уровнем достатка, имеющих конкурентноспособные преимущества в рамках внутреннего или выездного туризма.

Таблица 1

Типология видов туризма в сельской местности по цели пребывания туристов

Вид туризма	Цель туристов	Ключевой аттрактор	Идентичные	Аутентичные
			туристические ресурсы	
релаксационный				
классический сельский	отдых в сельской местности (проживание и питание, принятие солнечных ванн, купание, катание на лошадях и т.д.)	ресурсы и инфраструктура сельской местности	знакомство с сельским бытом	натуральные продукты, национальные жилища
рекреационный				
агротуризм	знакомство с традиционными формами деятельности сельского населения, уборка урожая	результаты сельскохозяйственного производства	народы и национальности	натуральные продукты
экологический	посещение садово-парковых комплексов, памятников природы, фотоохота	экотуристические ресурсы	объекты природного наследия	эндемики, краснокнижные виды
деловой	знакомство с новыми технологиями производства, сортами и т.д.	ресурсы и инфраструктура сельской местности	центры селекции	новые виды и сорта, технологии производства
познавательный: гастрономический	знакомство с национальной кухней	результаты сельскохозяйственного производства	народы и национальности	национальные блюда и напитки
этнографический	знакомство с местной культурой, обычаями, традициями	ресурсы и инфраструктура сельской местности	народы и национальности	национальные праздники, ремесла
промысловый	охота, рыбалка, сбор лекарственных растений, ягод, орехов	промысловая деятельность	промысловые уголья	промысловые виды животных (эндемики и реликты), виды рыб, травы, грибы, ягоды, плоды

Сельский туризм является составной частью туризма в сельской местности, поскольку реализуется в границах сельских поселений имеющих административные границы. Разнообразие видов и форм сельского туризма определяют ключевые аттракторы, а наличие идентичных и аутентичных туристических ресурсов формирует конкурентные преимущества перед другими видами туризма. Данные классификационные признаки должны быть положены в методологическую основу методики оценки потенциала сельского туризма.

Литература

1. Курьшева М.В. К вопросу о развитии туризма на сельских территориях [Текст] / М.В. Курьшева // Академия профессионального образования. – 2013. – №3-4. – С. 55-58.
2. Мозгунов, Н. А. Географические факторы развития сельского туризма в Центральной России [Текст] / Н. А. Мозгунов // Вестник МГУ. – 2011. – 110 с.
3. Полякова И.Л. Сельский туризм: классификация и особенности организации [Электронный ресурс] / И.Л. Полякова, М.П. Григорьева // Сервис в России и за рубежом. – 2017. - № 5 (75). – С. 31 – 43.
4. Пустовойтенко, С. И. Проблемы терминологии туризма [Текст] / С. И. Пустовойтенко, А. А. Сарян // Российское предпринимательство. – 2012. – №7(205). – 138 с.
5. Сельский туризм – перспективное направление в развитии поселений: метод. реком [Электронный ресурс] – М.: ФГБНУ «Росинформ-агротех», 2015. – 108 с.
6. Сельский туризм опыт, проблемы, перспективы развития в России. – М., 2008. – 72 с.
7. Сенин, В. С. Организация международного туризма [Текст] / В. С. Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 400 с.
8. Трухачев А.В. Концептуальные основы государственной политики развития сельского туризма в Российской Федерации: автореф. дис. на соискание уч. степни д.э.н. – С-П, 2016.
9. Трухачев А.В. Проблемы классификации сельского туризма [Электронный ресурс] / А.В. Трухачев // Сервис в России и за рубежом. – 2014. - № 8 (55). – С. 56 – 69.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА И ОПТИМУМЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Г.Н. Лихошенстова,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Рассматриваемая проблема обеспечения экономической безопасности Российского государства явление многоаспектное и требует особой проработки исследований действующих теоретико-методологических подходов, в соответствии с временем и пространством, а также исследования ратификации реализации векториальной направленности предлагаемых форм и методов в соответствии с полученными знаниями.

Многоуровневое представление о экономической безопасности, определяемое с одной стороны, как совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию», а с другой стороны, готовность и способность институтов власти создавать механизмы реализации и защиты национальных интересов развития отечественной экономики, поддержания социально-политической стабильно-

сти общества, обуславливается одним обязательным условием – достижением результативности по ее обеспечению на основе эффективной нормативно-правовой системы [2]. При этом важное практическое значение оценки уровня экономической стабильности государства имеет устройство уровней норм права и механизм правового регулирования обеспечения экономической безопасности, сущность которых сводится к специфической форме правового воздействия, реализуемых правом, как нормативным и общеобязательным регулятором, результатом которого является воздействие на общественные отношения. В связи с чем в настоящее время возникла необходимость в совершенствовании правового механизма, его усиления и закрепления в новом Федеральном законе о безопасности.

Российское государство имеет определенный опыт в области построения системы экономической безопасности государства и определенный опыт в оценке ее обеспечения. Имеющийся практический задел в области обеспечения экономической безопасности позволяет Российскому государству определять и своевременно подвергать корректировке меры и мероприятия в программных и концептуальных положениях стратегии по оценке ее уровня, устанавливать количественные и качественные критерии пороговых значений индикативных показателей.

Особую значимость в данном контексте приобретает процесс разработки эффективного механизма кодификации законодательства в области обеспечения экономической безопасности, определяемого базой выработанных законов и нормативно-правовых актов, формирующих принципиальные основы реализации мер посредством правовых аспектов. Одним из обуславливающих факторов обеспечения системы экономической безопасности государства является его законодательно-правовая база [1]. Процесс дальнейшего развития и преобразования системы нормативно-правового обеспечения экономической безопасности государства требует совершенствования государственной политики и норм права в сфере безопасности. Несовершенство механизма правового регулирования экономической безопасности проявляется в части закрепления норм права в правовых нормах в виде абстрактных логических конструкций, которые, как видится, сводятся лишь к установлению математических подсчетов и формированию некоторых статистических данных, а именно динамики происходящих событий с применением норм права, что приводит в конечном счете такой подход к подчинению системы норм права к какому-то частному случаю. Но в таком случае, такая система закрепления норм права в правовых нормах в виде абстрактных логических конструкций не может обеспечивать единства вопросов и задач обеспечения безопасности. В связи с этим, правовая институционализация решения современных проблем обеспечения экономической безопасности Российского государства должна быть подвержена адаптации и совершенствованию специально установленных юридических функций права во времени, общепринятой и обязательной направленностью которых является упорядочение общественных отношений и осуществление защиты основ государственного строя. Изменяющиеся условия настоящей рыночной экономики, экономический кризис, видоизменение законодательной и нормативной базы, имеющийся практический опыт, вызывают явную необходимость и беспорность продолжений исследований по рассматриваемой проблематике для научного обоснования и формирования действенных механизмов по исследуемой проблематике.

Процесс совершенствования правового механизма, по нашему мнению, должен быть включен в рамки планирования внутригосударственной системы/стратегии обеспечения экономической безопасности с учетом мониторинга правовой и финансово-экономической ситуации в мире. Сложность предлагаемых мер усугубляется отсутствием комплексного и целостного механизма по их решению в едином программном документе и единой концептуальной линии объединяющей цели и задачи в контексте экономических, правовых и специальных мер по обеспечению безопасности. Скорректированный подход на основе и с учетом практики применения отечественных и

международных норм права, в области обеспечения безопасности, позволит определять на уровне соподчиненности и структурной иерархии, роль и ответственность каждого ролевого представителя органа власти принимающего участие в разработке единого программного документа и выработке единой концептуальной линии. Следствием такого подхода будет являться, на уровне исполнительной власти, обеспечение формирования единого программного блока в виде последовательных действий, на уровне законодательной власти – реализация парламентского контроля за ходом претворения в жизнь, а на уровне общественных организаций и институтов – реализация контроля с позиции соблюдения прав и интересов различных социальных групп и слоев. В этой связи потребует обновления и действующая система законов и правовых актов и как следствие, соответственно механизм их реализации. К направлениям корректировки могут быть отнесены:

- 1) во-первых, Федеральный закон «О безопасности», формирующий законодательную юридическую основу практически по всем направлениям, определяющий сферу национальной безопасности, включая в т.ч. и экономическую безопасность;
- 2) во-вторых, законы, связанные с обеспечением экономической безопасности в реализуемых нормах права по борьбе в сфере экономических преступлений.

Предложенный аспектный подход направлен на выработку новой концептуальной линии, обеспечивающей межуровневое методологическое единство норм права и стратегии социально-экономического развития Российской Федерации на перспективу, скорректированную на уровень повышенного экономического риска в сфере обеспечения безопасности.

Проведенный анализ проблематики обеспечения экономической безопасности государства, как фактора и объекта правового регулирования устойчивого развития экономики и общества, показал, что процесс константно изменяющихся нормативно-правовых блоков, законов и программ является одной из важных задач по обеспечению и реализации комплекса мер принимаемых государством в области обеспечения экономической безопасности. Введение западных санкций в отношении Российской Федерации повысило внимание к проблеме экономической безопасности в России в связи с чем, основные мероприятия, претворяемые в жизнь Правительством РФ направлены в большей мере на защиту от санкционных мероприятий, нивелирование которых должно быть заложено в антикризисном плане по защите экономической безопасности страны. С учетом принятого в январе 2015 года Антикризисного плана (Распоряжение Правительства РФ от 27 января 2015 г. N 98-р «О плане первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 г.») действующая в настоящая время нормативно-правовая база системы экономической безопасности должна продолжить процесс совершенствования и усиления.

Для целей поэтапного совершенствования действующей системы обеспечения экономической безопасности по созданию высокоэффективного правового механизма, действующая документально-правовая система, как один из вариантов, может быть условно ориентирована на формирование блочно-ориентированного механизма по ее совершенствованию:

- блок первого порядка, основу составляют документы, формирующие основу экономической безопасности государства;
- блок второго порядка, формируется на нормах и документах, относящихся к системе видов развития и видам безопасности по отраслям;
- блок третьего порядка, как блок наиболее подверженный факторному влиянию и соответственно постоянному изменению документов, регламентирует программные документы и стратегию развития системы экономической безопасности.

Таким образом, резюмируя проведенное исследование, следует, что современные подходы по формированию нормативно-законодательных актов в сфере экономической безопасности должны быть подвержены более жесткой регламентации и определены, по

нашему мнению, более выраженной законодательно-правовой формой, отличающейся от ранее действовавших, своей взаимосвязью с друг другом. Построение системы проводимых работ по совершенствованию действующей законодательной системы должно быть ориентировано на конечный результат, а именно, на создание результативной и эффективной базы системы обеспечения экономической безопасности страны, определяемой как «отправная точка» устойчивого и эффективного развития экономики Российской Федерации. Построение механизма целесообразно реализовывать с учетом трехуровневой блочно-ориентированной системы: индивид → общество → страна.

Исследование теоретико-методологических подходов к проблеме современного состояния уровня правового обеспечения экономической безопасности Российской Федерации позволило сделать ряд следующих выводов:

- 1) сфера обеспечения экономической безопасности в настоящее время является одной из наиболее значимых проблем современного рынка и современности;
- 2) нормативно-правовое построение системы экономической безопасности строится по принципу: от актов более низкого порядка к актам более высокого уровня;
- 3) экономическая безопасность является одновременно как базисом, так и условием по реализации мер, направленных на обеспечение безопасности: личности → общества → государства в целом;
- 4) обеспечение экономической безопасности основано на принципе законности и совместной целенаправленной деятельности, в которой деятельность граждан, общества и государства, носит строго правовой характер;
- 5) система правового регулирования требует совершенствования обеспечения экономической безопасности, поскольку экономическая безопасность являясь многоуровневой научной категорией, обусловлена, как минимум, трехуровневой системой: индивид → страна → мировая экономическая система.

В целом, правовая система обеспечения экономической безопасности представляет собой единство системы правовых и иных средств, с помощью или при помощи, которых, осуществляется целенаправленное государственно-правовое воздействие на общественные отношения в различных сферах, включая процесс по обмену, распределению и потреблению материальных и нематериальных благ.

Современной проблемой российского государства остается, во-первых, совершенствование защиты и сохранения информационной конфиденциальности, формирование высокоорганизованной информационной среды, ресурсная совокупность которой, предназначена для удовлетворения информационных потребностей личности, общества, государства и, способствующая обеспечению экономической безопасности; во-вторых, совершенствования правового регулирования экономической безопасности в части дефиниции определения критериального перечня/уровня пороговых параметров с точки зрения соответствия национальным интересам в области экономики и, собственно, экономической безопасности Российской Федерации.

Литература

1. Гришина, Н. В. Информационная безопасность предприятия. Учебное пособие: моногр. / Н.В. Гришина. - Москва: Наука, 2015. - 240 с.
2. Шлыков, В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В.В. Шлыков. - М.: Алетейя, Санкт-Петербургский университет МВД России, Рязанский институт права и экономики МВД России, 2015. - 144 с.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ ДНР В УСКОРЕННОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Л.А. Овчаренко,

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»*

Задача ускоренного социально-экономического развития региона предусматривает не только восстановление разрушенных войной предприятий и традиционных отраслей промышленности ДНР, но и поиск новых перспективных сфер деятельности, способных в кратчайшие сроки дать экономический эффект и решить острые социальные проблемы в регионе. Одной из таких отраслей экономики является туристско-рекреационная. Недоступность традиционных рекреационных территорий для населения ДНР по причине военных действий, психологическая напряженность в обществе обусловили повышенную потребность в рекреации и в рекреационных услугах. Курорты Донецкого региона (зона Святогорья «Донецкая Швейцария», Славянск и Краснолиманская зона) в настоящее время находятся под контролем ВСУ, другие украинские курорты в настоящее время также проблематично и небезопасно посещать по причине политической напряженности в Украине. Курорты Российской Федерации и Крым в существующих условиях финансово недоступны для подавляющего большинства населения ДНР. Следовательно, формирование новых рекреационных центров на территории самой Республики, отвечающих критериям доступности и высокого качества, могло бы решить проблему рекреации населения ДНР. Создание подобных центров в дальнейшем может стимулировать развитие въездного туризма в регионе и, как следствие, способствовать пополнению республиканского бюджета, повышению уровня занятости населения и т.д.

Формирование инновационной туристско-рекреационной отрасли в регионе на базе имеющихся рекреационных ресурсов возможно на основе прогрессивных подходов, к которым, в частности, можно отнести государственно-частное партнерство. В условиях ограниченности республиканского бюджета, невысокой привлекательности региона для внешних инвесторов (в связи с продолжающимся военным конфликтом) и невысокой платежеспособности населения Республики государственно-частное партнерство рассматривается как один из инструментов формирования новой для Республики туристско-рекреационной отрасли экономики, достижения высокого качества и доступности рекреационных услуг для населения, а также как эффективный стимулирующий фактор развития въездного туризма на территории региона.

Практика ГЧП включает самые разнообразные формы такого сотрудничества, но в условиях ДНР самыми эффективными формами взаимодействия государства и частного капитала в туристско-рекреационной сфере представляются государственно-частные предприятия в форме акционерных обществ (АО) и концессионные соглашения.

В туристско-рекреационной сфере, которая очень чувствительна к уровню развития инфраструктуры, привлечение инвестиций – важный фактор, влияющий на эффективность развития отрасли. Применение акционерной формы хозяйствования в туристско-рекреационной сфере позволило бы привлечь не только государственные средства в этот перспективный с экономической точки зрения и социально значимый сектор экономики, но и средства частных инвесторов.

В туристско-рекреационной сфере создание АО с государственным участием представляется эффективным инструментом за счет вовлечения в ГЧП не только стратегических и портфельных инвесторов, но и населения. В Китае, например, в период формирования фондового рынка, инвесторами становились даже домохозяйки и студенты. Такой подход не только расширяет круг потенциальных инвесторов (что приводит к увеличению инвестиционных средств), но и является основой вовлечения населения в процессы экономического развития региона. Чувство сопричастности к строительству

экономики и распределению благ (даже в виде дивидендов) увеличивает заинтересованность населения в успешной реализации инвестиционных проектов, что в туристско-рекреационной сфере имеет весомое значение, поскольку дружелюбие и гостеприимство местного населения рассматриваются как один из основополагающих факторов в развитии международного туризма.

Выпуск и распространение акций – это не только дополнительный источник доходов для владельцев акций, но и эффективный метод привлечения средств для формирования, расширения и модернизации производства в рамках АО. В туристско-рекреационной сфере – это, например, формирование современной инфраструктуры гостеприимства, повышение качества обслуживания, расширение линейки предлагаемых услуг.

В современных условиях хозяйствования ориентация только на государственные бюджетные средства малоэффективна, в частности, потому, что контроль деятельности профильных предприятий по сути формален и открывает окно для коррупции, что, в конечном счете, ведет к снижению качества предоставляемых услуг. Опыт экономически развитых стран мира показывает целесообразность привлечения частных инвестиций.

В ДНР потребность в инвестировании туристско-рекреационного сектора экономики очень высока. Учитывая тот факт, что численность населения ДНР в настоящее время составляет свыше 2,3 млн. чел., а численность ЛНР – 1,5 млн. чел., предоставление доступных и качественных туристско-рекреационных услуг (особенно в летний период) является первоочередной задачей. Центром рекреации в ДНР является пгт Седово на Азовском побережье, в пределах которого функционируют 30 действующих коллективных учреждений размещения, характеризующихся удовлетворительным состоянием и принимающих рекреантов. Остальные учреждения не функционируют по тем либо иным причинам, среди них, например, 8 коллективных средств размещения разрушены и разграблены в ходе войны и нуждаются в проведении ремонтно-восстановительных работ, а 11 объектов требуют значительных капиталовложений. В летний сезон наплыв желающих отдохнуть на территории пгт Седово так высок, что дефицит койко-мест провоцирует необоснованно завышенные цены при отсутствии качества.

Таким образом, поиск механизмов эффективной реализации ГЧП для восстановления имеющейся материально-технической базы рекреации и формирования инновационно ориентированного туристско-рекреационного комплекса Республики – это задача, которую можно рассматривать как один из приоритетов в реализации государством ускоренного социально-экономического развития. Отдача от таких инвестиций начинает поступать в первый же сезон после окончания строительно-ремонтных работ.

Одним из вариантов решения данной задачи является создание Республиканской управляющей компании (РУК), например, на базе уже существующего государственного предприятия «Санатории Донбасса», созданного Указом Главы ДНР в 2015 г., но практически не осуществляющего с момента создания никакой деятельности.

Государственное предприятие «Санатории Донбасса» предлагается рассматривать как республиканскую управляющую компанию в составе Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР, чье основное предназначение – развитие санаторно-курортного комплекса республики для: обеспечения высококачественных и доступных населению ДНР услуг отдыха и оздоровления; организации гарантированного государством социального отдыха отдельных категорий населения; привлечения на территорию республики в перспективе отдыхающих из-за рубежа (в первую очередь из России), что положительно отразится на республиканском бюджете и развитии туризма в регионе.

Функции ГП «Санатории Донбасса» должны заключаться в поэтапном выполнении ряда мер по развитию санаторно-курортного комплекса республики и включают в порядке очередности:

1) резервирование потенциально пригодных территорий под дальнейшее туристско-рекреационное освоение (бронирование данных территорий на законодательном уровне);

2) моделирование туристско-рекреационной территории (в первую очередь, инфраструктуры, а, в случае необходимости, проведение мероприятий природно-антропогенного характера для формирования привлекательного ландшафта) для каждой отдельно взятой территории в зависимости от наличия имеющихся природных рекреационных и туристических ресурсов, их количества и качества;

3) технико-экономическое проектирование туристско-рекреационных объектов на каждой конкретной территории (выполняется на основе привлечения проектных институтов, специалистов в области строительных технологий, предпочтительно, на конкурсной основе);

4) поиск и привлечение инвестиций под реализацию готовых проектов (санаториев, СПА отелей и других курортных объектов) на основе государственно-частного партнерства. Инвесторами могут выступать стратегические, портфельные инвесторы и население республики;

5) поиск и привлечение инвестиций под реализацию проектов создания сопутствующей инфраструктуры (магазины, стоянки, спортивные и развлекательные комплексы и т.д.), а также коллективных средств размещения, не представляющих стратегического значения для государства (по причине незначительных размеров, месторасположения и др.) на основе частного капитала;

6) контроль за соблюдением экологических, природоохранных ограничений и экономико-правовых нарушений в деятельности туристско-рекреационных объектов.

Представленный перечень функций ГП «Санатории Донбасса» ориентирован на среднесрочную и долгосрочную перспективу. В краткосрочной перспективе (параллельно с реализацией первой функции вышеперечисленного списка) следует:

1) провести работу с собственниками действующих туристско-рекреационных объектов на территории ДНР (подавляющее большинство таких объектов, а именно 45, расположено в Новоазовском районе в г. Новоазовск и в пгт Седово, 6 и 39 объектов соответственно), направленную на формирование понимания необходимости форсированной модернизации учреждений отдыха с целью обеспечения их конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынке. В случае отсутствия понимания или финансовых средств для проведения соответствующей модернизации в каждом отдельном случае следует рассмотреть следующие варианты:

передача (продажа) учреждения отдыха в собственность государству;

реорганизация и смена организационно-правовой формы учреждения отдыха, создание ОАО и привлечение необходимых инвестиций путем эмиссии и продажи акций;

2) лоббирование в правительстве вопросов, связанных с облагораживанием и формированием общей инфраструктуры туристско-рекреационной зоны в Новоазовском районе: транспортная сеть, озеленение и ландшафтный дизайн курорта, вопросы логистики и т.д. Данные мероприятия должны проводиться в соответствии с реализацией второй функции вышеперечисленного списка, а именно, в рамках моделирования туристско-рекреационной территории. На примере пгт Седово следует провести комплекс мер по обустройству пляжей (демонтаж незаконных оградительных сооружений, обустройство удобных спусков к воде, пирсов, зон для принятия солнечных ванн) и облагораживанию береговой линии.

Комплексное выполнение вышеперечисленных мер позволит через 3-5 лет значительно повысить качество отдыха в Республике, а через 10-15 лет до неузнаваемости изменить туристический имидж региона.

Одной из задач РУК «Санатории Донбасса» должно стать рассмотрение проектов создания учреждений рекреации (отдыха) для населения, поиск и привлечение инвесторов для реализации лучших проектов, координация процесса формирования туристско-

рекреационного комплекса Республики. При этом РУК «Санатории Донбасса» от лица Государства должна выступить одним из акционеров создаваемых (модернизируемых) туристско-рекреационных учреждений наравне с другими акционерами – юридическими и физическими лицами (в том числе иностранными). Государство в лице РУК «Санатории Донбасса» выступает одним из акционеров в каждом проекте, рекомендуемая доля акций – не менее 10 %, что обеспечит государству возможность влиять на деятельность каждого АО (в том числе – на ценовую политику в случае экономически необоснованного завышения цен на туристско-рекреационные услуги для населения). Дивиденды РУК «Санатории Донбасса» в полном объеме следует направлять на финансирование социального отдыха в Республике. Схематично процесс перераспределения финансовых результатов может выглядеть следующим образом: если в n-м туристско-рекреационном учреждении ГП «Санатории Донбасса» принадлежит 10%-ный пакет акций, то 10 % койко-мест в данном учреждении гарантировано отводятся под социальный отдых (пенсионеры, инвалиды, дети из многодетных семей и другие социальные категории граждан). Таким образом, государство получает 10% от имеющегося фонда койко-мест в каждом туристско-рекреационном объекте и использует этот фонд для развития социального туризма отдельных наименее защищенных категорий населения республики (на частично платной или бесплатной основе). Дополнительно для увеличения квоты социальных койко-мест в туристско-рекреационных учреждениях Республики могут выделяться государственные субсидии, привлекаться средства профсоюзов, а также средства самих отдыхающих. В СССР граждане имели возможность ежегодно отдыхать в здравницах страны благодаря доступности отдыха. Оплата, например, 10% стоимости путевки (остальное оплачивалось профсоюзами) позволяла населению страны регулярно оздоравливать себя и членов своих семей. Возрождение лучших достижений советской эпохи в условиях современности – актуальная задача для молодого формирующегося государства.

Наряду с РУК «Санатории Донбасса» акционерами туристско-рекреационных учреждений могут выступать физические и юридические лица. В нашем конкретном примере оставшийся пакет акций (90%) находится в свободной продаже. ГП «Санатории Донбасса» подыскивает и привлекает инвесторов, в том числе население Республики и иностранный капитал. Соответственно и оставшийся блок койко-мест (в нашем примере он равен пакету акций всех остальных акционеров кроме РУК «Санатории Донбасса» или 90 %) – реализуется населению и гостям Республики по рыночным ценам. При этом РУК в лице государственного предприятия «Санатории Донбасса» контролирует заполняемость n-го туристско-рекреационного учреждения в ДНР, при необходимости координирует политику ценообразования, вмешиваясь в деятельность АО на правах акционера.

Чтобы избежать коррупции с дивидендами (искусственное занижение чистой прибыли АО под предлогом реинвестирования средств в улучшение условий отдыха, закупку инвентаря, строительство и т.д., предотвращение практики «откатов» между чиновниками ГП «Санатории Донбасса» и другими акционерами рекреационного учреждения, целесообразно предусмотреть ежегодный контроль финансовой деятельности АО Ревизионной комиссией (например, в составе представителей профсоюзов, специалистов Министерства финансов и других государственных структур, не имеющих прямого взаимодействия с ГП «Санатории Донбасса»). В целях повышения эффективности таких проверок и во избежание формирования коррупционных схем состав Ревизионной Комиссии должен меняться ежегодно. Ревизионная комиссия проверяет целевое использование прибыли туристско-рекреационного учреждения с тем, чтобы обеспечить защиту интересов мелких акционеров (миноритариев) и «социальных» категорий населения, являющихся пользователями туристско-рекреационных услуг на бесплатной или частично платной основе.

В качестве инвесторов могут выступать сотрудники трудовых коллективов предприятий, учреждений (в том числе образовательных) Республики.

В том случае, когда акционерами туристско-рекреационных учреждений выступает население (физические лица), по решению акционера сумма дивидендов может быть выплачена ему по результатам финансового года. В качестве альтернативы эта сумма может накапливаться на личных счетах (возможно, параллельно с зачислением бонусов) и использоваться для личного (семейного) отдыха таких акционеров в данном туристско-рекреационном учреждении, но по «специальной внутренней цене». Такой подход станет дополнительным стимулом для населения к участию в ГЧП в форме АО в туристско-рекреационной сфере ДНР.

Еще одной перспективной формой ГЧП в туристско-рекреационной сфере ДНР являются концессионные соглашения. Концессионные соглашения рационально применять только в тех сферах туристско-рекреационной деятельности, которые не имеют стратегического значения для формирования туристско-рекреационного комплекса ДНР. Например, не следует выделять лучшие земельные участки (с пляжами) под концессию инвесторам, которые будут ориентироваться не на население республики, а на более обеспеченные категории отдыхающих из-за рубежа или на элитные прослойки местных сообществ. Это нарушает права граждан ДНР на достойный отдых и оздоровление и неизменно приведет к возмущению в среде населения. Наиболее ценные с туристско-рекреационной точки зрения земли целесообразнее выделять под государственно-частные предприятия в форме АО, а под концессии отводить, например, земельные участки «второй линии» (удаленные от пляжей или отделенные проезжей частью), а также территории, требующие более значительных капитальных вложений, в том числе и по обустройству территорий и пляжей.

Создание комплексных туристско-рекреационных центров включает целый ряд объектов туристско-рекреационной инфраструктуры, среди них, например, средства размещения туристов, развитая сфера отдыха и развлечений (экскурсионные бюро, тематические парки, анимации), спортивные комплексы, выставочные залы. Концессионные соглашения как раз и позволяют реализовать все перечисленные направления на основе сотрудничества государства и бизнеса. Схема взаимодействия сторон в этом случае выглядит следующим образом: государство передает *n*-й объект (или земельный участок) в пользование организации (или частного лица), которая в свою очередь его развивает (модернизирует, расширяет, совершенствует), в том числе создает объекты туристско-рекреационной инфраструктуры. В итоге такая организация получает право пользования данным объектом (и земельным участком) на *n*-й период. Функции государства заключаются в том, чтобы упростить бюрократические барьеры для концессионера и обеспечить развитие необходимой для туристско-рекреационного объекта смежной инфраструктуры (подъездные пути, вокзалы, аэропорты). Основным принципом в дальнейшем взаимодействии сторон является минимизация вмешательства государства в деятельность концессионера, однако с оговоркой, что при возникновении непредвиденных обстоятельств, среди которых, например, банкротство концессионера, нарушение им законодательства или ненадлежащее выполнение условий концессионного договора, государство получает право выкупить или вернуть объект (в зависимости от конкретных обстоятельств) в ведение государства.

Таким образом, ГЧП – выгодная форма сотрудничества и взаимодействия между государством и бизнесом, позволяющая, с одной стороны, решать важные социальные и экономические задачи, а с другой – минимизировать риски (фактически государство и бизнес перестраховывают друг друга). Для ДНР, испытывающей острый дефицит бюджетных средств, такая форма стимулирования развития отрасли является в настоящее время наиболее эффективной. Роль государства в формировании данного сектора экономики чрезвычайно важна, поскольку эффективность его развития во многом зависит от соблюдения экологических норм и рекреационных нагрузок на

природные комплексы. Участники ГЧП (организации, фирмы, отдельные акционеры) могут меняться, может смениться даже государственный строй, но туристско-рекреационные ресурсы должны быть сохранены для последующих поколений и обеспечивать высокое качество жизни (за счет рекреации, отдыха населения и туризма). Предложенная в статье модель ГЧП в форме создания акционерных обществ с государственным участием и концессионных соглашений может рассматриваться как один из вариантов для развития в республике туристско-рекреационной отрасли экономики и решения острых социальных проблем, связанных с отдыхом и оздоровлением населения ДНР.

АНАЛИЗ ОПЫТА ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ДЛЯ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРИЗАЦИИ

Т.А. Попова,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»*

Современное развитие экономических отношений в мире и в рамках отдельных стран требует постоянного сравнения характера производственных потенциалов и качества выпускаемых товаров, оказываемых услуг. Такая необходимость обусловлена общими тенденциями процесса глобализации, в которых возрастает значимость такого стратегически важного показателя деятельности современного хозяйствующего субъекта и государства в целом, как международная конкурентоспособность.

Особенностью оценки конкуренции на кластерном уровне является возможность объективного анализа инновационной составляющей деятельности предприятий различных отраслей в условиях ограничения масштабов деятельности и ресурсов, необходимых для реализации этой деятельности. За последнее десятилетие в мире произошли кардинальные технологические изменения, благодаря которым внедрены новейшие технологии (микроэлектроника, нанотехнологии, телекоммуникации, компьютеры, мобильные устройства, биотехнологии и т. п.). Эти технологии предполагают использование новых форм организации инновационных процессов. Не случайно во многих странах кластерный подход стал активно использоваться при формировании и осуществлении национальной политики.

Цель данного исследования – проанализировать опыт кластеризации экономики как одного из наиболее эффективных способов повышения конкурентоспособности Республики.

Анализ показал, что кластерный подход позволяет еще более эффективно взаимодействовать частному сектору, государственным органам, торговым объединениям, учебным и научно-исследовательским институтам в инновационном процессе. Кластерный подход может послужить основой для налаживания долгосрочного сотрудничества между представителями предпринимательской сферы и государства с целью нахождения путей для эффективной реализации существующих инвестиционных возможностей и необходимых мер государственной политики [1].

Высокое социально-экономическое значение кластеров демонстрируется примером многих экономически развитых странах. В некоторых странах Европы сформированы ключевые промышленные кластеры, как например, в Германии (химическая и машиностроительная отрасли) и Франции (производство продуктов питания, косметики) в 50-60х гг. целые отрасли стали взаимодействовать внутри кластеров, способствуя мультиплика-

тивному эффекту в отношении увеличения рабочих мест и обмена технологий в национальной экономике [5].

В Дании проведенная за ряд лет работа по исследованию и внедрению экономически перспективных организационных форм вывела страну на лидирующие позиции в мире по кластеризации экономики. В этой стране сегодня успешно функционируют 29 ведущих кластеров. Больше всего в Дании развита сельскохозяйственная отрасль и поэтому создание кластеров на ее основе носит закономерный характер. Помимо сельскохозяйственно-го, в Дании развиваются и другие кластеры. Примером может служить телекоммуникационный кластер NorCOM. В рамках этого кластера осуществляются различные разработки и производство оборудования для связи и навигации, оборудования для мобильной связи, беспроводных устройств [5].

Кластер беспроводных технологий и коммуникаций располагается на северо-западе Дании вблизи города Альборга. Кластер состоит из более чем 40 фирм и исследовательских центров. Предыстория кластера началась с одной фирмы, добившейся успехов в области морской связи в 1970-х гг. Позже росту кластера способствовало образование компании Nordic Mobile Telephony system.

В Италии формой интеграции предприятий являются индустриальные округа (ИО). Итальянская кластерная модель предполагает более гибкое и лояльное сотрудничество предприятий любого масштаба. Считается, что для ускорения инновационного развития экономики наиболее удобной формой организации производства является кластерная форма. Из общего числа фирм, а их в Италии около 3,5 млн., около 3 % считается крупными, на каждом из которых задействовано от 1 тыс. и более работников. В Италии насчитывается около 200 ИО, в которые входят около более 50 тыс. фирм с числом работников 570 тыс. чел., а с учетом производственной кооперации в ИО функционируют более 800 тыс. малых и средних предприятий.

Предприятия ИО, наращивая свою технологическую базу, переходят к освоению других регионов. Предприятия, которые раньше производили обувь, осуществляют выпуск оборудования для ее производства. К выпуску оборудования для производства упаковки и консервов перешли компании, которые ранее занимались переработкой овощей, фруктов [3].

Многие предприятия Италии занимаются производством узкой номенклатуры продукции, представленной в большинстве стран мира. Можно привести пример двух кластеров Пьемонти и Стрениа, объединяющих более 300 предприятий по выпуску клапанов, вентилях кранов и производящих продукции на общую сумму в 30 млрд. евро. Эти фирмы поставляют оборудование для кластера машиностроения, который представлен двумя группами из 30 предприятий. А у подножия г. Монблан сосредоточено около 1200 фирм текстильного кластера по производству ткани из кашемира, пошиву одежды [5].

Кроме округов, в Италии получили развитие другие формы кластерного подхода. Так, для поднятия слабых регионов страны, которыми являлись Сицилия и Сардиния, был использован опыт создания «Силиконовой долины» в США. Основой для развития стала фирма ST Microelectronics. К участию были привлечены университет Stanford, компания HP (Hewlett Packard).

В начале 1980-х гг. компания ST совместно с различными университетами создали программы перспективных направлений для обучения молодых специалистов и курсы переподготовки для работников предприятий. Благодаря освобождению островов от налогов, предприятия смогли сократить издержки по зарплате более чем на 30%. Также увеличилось количество работников компании на 2 тыс. человек, образовалось около 200 фирм по производству электронных компонентов, крупными инвесторами в регионе стали такие гиганты, как Nokia, Canon. Основной компанией в Сардинии стала компания Tiscali, благодаря которой Интернет-технологии получили еще большее развитие, а научными разработками занимался исследовательский центр Carlo Rubbia.

Благодаря высокой роли государства, которое поддерживает производителей конкурентоспособной продукции, обеспечивая скидки на экспорт, выдачу гарантий для получения кредитов, привлечение инвесторов, консалтингом, Италия стала сильнейшим европейским производителем конкурентоспособной продукции.

Гармоничное развитие кластеров в рамках единой государственной экономической политики в области промышленного производства стало особенностью становления и развития конкурентоспособности экономики Италии.

Ученые США раньше других занялись исследованием развития региональных экономик, а самым известным как в США, так и за их пределами, разработчиком кластерного подхода является известный ученый Майкл Портер. Задача по формированию и укреплению региональных инновационных кластеров была включена в число важных национальных приоритетов в докладе Совета по конкурентоспособности 2001 г. Многие штаты, города представили свои предложения по созданию кластеров.

Одним из ярких примеров кластера является «Силиконовая долина», где занимаются созданием высокотехнологичного оборудования, программного обеспечения. В этом кластере трудятся более 2 млн. человек.

В США созданы комиссии по поддержке создания кластеров, которые распределяют доли участников кластеров, помогают преодолевать различные бюрократические и финансовые трудности. Создание кластера происходит за счет средств штата, на территории которого функционирует кластер.

Участие в глобальной конкуренции является характерной чертой для американских кластеров. В США ведутся различные исследования кластерных комплексов для определения целесообразной структуры создаваемого кластера. В ходе проведения исследований интенсивности взаимосвязей между отраслями, кластерами, секторами кластеров были выделены 23 производственные кластерные группы, объединенные в 4 блока, в которых было объединено до 116 секторов-участников; в них входили от 80 до 102 тыс. предприятий с количеством занятых от 38 тыс. до 4,5 млн. чел. Добавленная стоимость некоторых предприятий достигала 324 млрд. долл. [5].

Продукция кластеров США экспортоориентирована. Предложения производителей внутри кластера предопределили лидирующие позиции субъектов экономики США в высокотехнологичных отраслях промышленности на мировых рынках. Основная масса предприятий кластера расположена в одном регионе и максимально использует его природный, кадровый потенциал. В структуре развития кластеров происходит объединение действующих систем с новыми программами, стратегиями, но существуют и общие способы проведения исследования и экономического анализа территории локализации, привлечения высококвалифицированных специалистов и профессиональных работников, привлечения инвестиций.

Япония добилась колоссальных успехов в производстве высокотехнологичной продукции. Также Япония первой в мире произвела автомобиль с гибридным двигателем, работающим на биотопливе.

Кластерный подход был применен на острове Хоккайдо. Здесь получили распространение не только промышленные кластеры, но и одна из разновидностей форм кластера - технополис. Концепция технополисов была утверждена законодательно. Темпы роста товарооборота высокотехнологичной продукции в технополисах гораздо выше, чем в отдельных предприятиях по стране. В создании кластеров участвовали не только заинтересованные предприятия, но и правительственные организации, научно-исследовательские институты.

Одним из важных генерирующих центров стал университет города Саппоро, обладающий мощной научно-исследовательской базой. В г. Саппоро был создан центр взаимодействия научных и образовательных учреждений, правительства, промышленных отраслей экономики, в задачи которого входило проведение деловых встреч для заключения сотрудничества, проведение совместных исследований и производство продукции, оказа-

ние консалтинговых услуг, переподготовка и повышение квалификации предпринимателей.

У Финляндии есть богатый опыт внедрения и функционирования промышленных кластеров, особенно в лесной промышленности. Долгосрочная программа, направленная на развитие лесного кластера, акцентировалась на интеграции лесного хозяйства с другими этапами технологической цепочки, такими, как производство, сбыт, маркетинг.

Ключевыми задачами программы являлись налаживание тесного сотрудничества между научно-исследовательскими учреждениями, повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий в сфере производства оборудования для лесопереработки. По территориальному охвату программа носила национальный уровень. Промышленность Финляндии в настоящее время полностью кластеризована. При составлении министерством торговли и промышленности Национальной промышленной стратегии были проанализированы перспективные отрасли, в которых присутствовал устойчивый экспорт и приток внешних инвестиций.

Результатом работы, проведенной в течение десяти лет, стал рост экономики Финляндии благодаря высокотехнологичным отраслям и кластерам. Анализ, проведенный Институтом исследования экономики Финляндии (ETLA) показал, что сильными кластерами являются телекоммуникационные технологии и лесной комплекс. На Финляндию в настоящее время приходится около 10% от мирового экспорта деревообрабатывающей продукции, а также более 20% экспорта бумаги. Компании, которые занимаются деревообработкой, обладают одним из самых высоких уровней производительности труда в промышленности на внутреннем и внешнем рынке [2].

В Финляндии очень сильно развит телекоммуникационный кластер. Ярким примером является корпорация Nokia, выпускающая мобильные телефоны, а также оборудование для мобильной связи. В кластере создана эффективная система образования, система развития инновационных технологий, сеть связанных производств и услуг и прочие обладают самостоятельной ценностью и формируют условия для развития устойчивых конкурентных преимуществ. Темпы развития данного кластера прогнозируются на уровне около 8% в год вплоть до 2019 г. В кластере вокруг Nokia сосредоточено около 100 компаний, которые специализируются на выпуске микросхем и программном обеспечении.

В последние годы идет работа над развитием кластера здравоохранения. По степени развития к латентным относятся строительный и продовольственный кластеры.

Развитию кластеров в Финляндии способствовал высокий уровень взаимодействия участников кластеров, в том числе и правительства страны. Можно отметить, что эффективное развитие производства продукции с высокой добавленной стоимостью и активные инновации происходили в секторах, испытывавших недостаток природных ресурсов. Отсутствие собственных энергетических ресурсов стимулировало поиск и разработку энергоэффективных технологий, кластера стали основой для увеличения объемов экспорта продукции металлообрабатывающей, химической промышленности, существенного повышения качества переработки сырьевых ресурсов.

Германия развивает высокотехнологичное производство, в котором важную роль играют научно-исследовательские организации. Финансирование промышленных кластеры получают из федеральных и местных источников. В Германии функционируют 3 из 7 мировых кластеров высоких технологий, находящиеся в городах Гамбург, Мюнхен и Дрезден [5]. Немецкие кластеры являются одним из лидеров в создании высоких технологий и инновационных систем.

В Германии рынок труда, взаимодействие предпринимателей и представителей научных организаций регулируется законодательством. Кластерные инновационные разработки ориентированы, прежде всего, на такие отрасли, как химия, машиностроение, автомобилестроение. Что касается автомобилестроения, то благодаря кластерам технические характеристики двигателей, производимых компанией BMW, являются передовыми, что подтверждается первыми местами в различных автомобильных рейтингах. В разра-

ботке инноваций для них активное участие принимают исследовательские центры, государственные учреждения и иностранные специалисты [4].

Мюнхен известен кластером биотехнологий. Большую роль в развитии биотехнологических исследований и производства в Мюнхене сыграла фармацевтическая компания Boehringer Mannheim (сегодня - Roche Diagnostics). Но биотехнологическим регионом Мюнхен стал благодаря наличию большого числа исследовательских организаций. Мюнхенский центр является лучшим среди трёх центров благодаря работе Технического университета и ряда других институтов. Немаловажную роль в этом сыграли государственные органы.

Также необходимо отметить, что в Мюнхене есть квалифицированные кадры для работы в этих кластерах. Центр в Гамбурге занимает второе место благодаря развитию инновационных предприятий в телекоммуникациях и мультимедийных разработок. Последний в этом ряду - центр в Дрездене. Его участниками являются технологический центр, компании, производящие микросхемами и фотокамеры. Ведущий разработчик и производитель компьютеров, электронных компонентов, компания AMD (США) организовала предприятия по выпуску полупроводников.

В Великобритании в начале 1990-х гг. прошлого столетия была сформулирована прогнозная технологическая программа, основой которой послужил смешанный секторально-кластерный подход. Результатом программы стала успешная деятельность регионов Великобритании в сфере производства электроники, автомобилей и комплектующих, медицинских препаратов, продовольственных продуктов.

Район г. Ньюпорт известен электронным кластером. В кластер вошли крупные иностранные компании из Японии, США. В экономике Уэльса развито производство автомобилей, электроники, разработка информационных технологий, телекоммуникаций. Благодаря развитию электронной промышленности появилась инфраструктура электронной отрасли, стала осуществляться подготовка кадров. За 12 лет (1994- 2006 гг.) работы в кластере компании с мировым именем провели переориентацию и переподготовку персонала, обеспечивая его высокий профессионализм [5]. Кластер нацелен на реализацию трёх ключевых программ: повышение квалификации, взаимодействие промышленных предприятий с университетами, повышение конкурентоспособности малых и средних фирм.

Систематизированные данные о развитии кластеров в различных государствах позволяют утверждать, что развитие кластеров в различных регионах имеет дифференциальный характер. Различия определяются историческими, демографическими, географическими особенностями развития государств. Технологический разрыв в развитии отраслей различных стран не отражается на конкурентоспособности кластеров, потому, как их развитие происходит лишь на инновационной основе, развитой в конкретной отрасли.

Таким образом, сравнение кластеров различных государств зачастую невозможно, так, например, технологически развитая Америка не сможет состязаться с высокоразвитой отраслью энергетики России. В Германии развиваются машиностроительные кластеры, которые не могут соперничать с кластером производства лекарственных препаратов в Израиле. Кластеры предопределяют точечные превосходства одних стран над другими. С другой стороны, культивирование идей развития кластерного подхода в экономическом развитии отраслей представляется интересным.

Таким образом, опыт стран, внедривших кластерный подход в той или иной форме, показал, что кластеризация вывела их на новую ступень экономического развития. Выпускаемая продукция является конкурентоспособной во всем мире. Достижения высокотехнологических кластеров используются во многих странах в различных сферах. Интеграция правительства, исследовательских организаций и предприятий позволяет эффективно реализовывать потенциальные возможности экономики страны. А глобализация, как фактор современных межгосударственных взаимоотношений, усиливает взаимообмен новыми технологиями, инновациями, тем самым сделав возможным использование их обычными потребителями.

Литература

1. Бухвальд Е. Укрупнение регионов: перспектива или суррогат реформирования федеративных отношений // Федерализм. - 2004. - 345 с.
2. Портер М. Конкуренция: Учеб. пособие: Пер. с англ. М.: Вильямс, -2004. - 450 с.
3. Сахал Д. Управление инновациями М.: Мегapolis – Контакт. - 2003. - 360 с.
4. Фримен Х. Инновационный бизнес М.: Наука. - 2002. - 325 с.
5. Наджафов В.Н. Обзор зарубежного опыта внедрения кластеров // Вестник МГОУ. – 2015. - №4 . – С36-43.

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Н.В. Разбейко,

преподаватель кафедры хозяйственного права, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Сервисная экономика ориентирована прежде всего на удовлетворение интересов клиента. Для понимания сущности сервисной экономики следует выделить несколько точек зрения.

По мнению Стоуньер Т. постиндустриальная экономика – это экономика, в которой промышленность по показателям занятости и своей доли в национальном продукте уступает первое место сфере услуг, а сфера услуг есть преимущественно обработка информации. Сдвиг к сервисному сектору в постиндустриальной экономике вывел на первое место услуги, связанные со знанием, – деловые и профессиональные услуги. Теоретически важно отличать этот постиндустриальный сервисный сектор от доиндустриального, состоявшего в основном из домашней прислуги и некоторых категорий мелких торговцев[1].

Рубцова Н. В. под эффективной деятельностью в сфере сервисной экономики предлагает понимать обеспечение удовлетворенности ее участников и других членов общества, достижение прежде всего качественных, социально ориентированных целей, а не преимущественно экономических (количественных), доминирующих в индустриальной экономике. Сервисная экономика - такой тип хозяйства, где в отличие от индустриальной экономики в сфере услуг занята основная часть экономически активного населения, а доля этого сектора в объеме национального производства существенно превышает долю других секторов [2, с. 5, 8].

Для расширения понятия сервисной экономики автором предлагается ее рассмотрение более детально - это часть экономики, часть хозяйственной деятельности участвующая в реализации общественных потребностей, которая укрепляет социальную безопасность, вносит заметный вклад в обеспечение современного развития производственных коллективов, по средством организации труда, быта и отдыха каждого человека, и ориентированная на потребление и прямо связана с уровнем экономического развития государства и личными доходами граждан [3, с. 194].

При этом О.В. Заруба предложил формирование «ядра» сервиса из субъектов, способных инициировать других участников сервисной деятельности, у которых для этого имеются реальные возможности (наличие качественных ресурсов, стратегическая совместимость корневых компетенций компаний и ключевых компетенций рынка сервисных услуг и др.). Им предложено формирование сервисной экономики ориентировано на максимальное удовлетворение потребностей клиентов путем изменения структуры регионального хозяйства за счет перехода отдельных видов сервиса в точки роста на условиях равноправного функционирования с ключевыми производствами[4, с. 16].

О.В. Заруба предлагается разделить сервисные зоны на три типа в зависимости от потенциала их развития и клиентоориентированности:

- сервисные виды деятельности, «встроенные» в цепочку создания стоимости продукции в составе особых экономических зон промышленно-производственного типа;
- территориально связанные сервисные зоны - группы географически локализованных и взаимосвязанных субъектов сервиса в рамках определенного профиля специализации;
- интегрированные сервисные зоны - вертикально и горизонтально интегрированные виды сервисной деятельности, сконцентрированные в одном субъекте РФ (географически не всегда локально), взаимодействие которых имеет ярко выраженный синергетический эффект. [4, с. 14-15].

Наиболее важными учеными при изучении формирования сервисной экономики являются Х. Иннис, Кобб-Дуглас, В. Леонтьев, А. Лёш, В. Кристаллер, Т. Манн, А. Маршалл, Г. Мюрдаль, Ф. Перру, М. Портер, П. Потье, Р. Солоу и др. Основа теории секторов и формирования сервисной экономики была заложена в работах Д. Белла, Дж. Гэлбрейта, К. Кларка, Дж. Э. Стиглица, А. Фишера, Дж. Фурастье, Л.И. Донсковой, В.С. Занадворова, А.В. Занадворовой и др.

Вопросам стратегического управления посвящены труды таких известных зарубежных ученых, как И. Ансоффа, П. Друкера, Р.С. Каплана, Ф. Котлера, Д.П. Нортон, А. Дж. Стрикленда, А. Томпсона, а также отечественных исследователей: А.А. Арбатова, А.С. Астахова, О.С. Виханского, Г. Б. Клейнера, В.Д. Марковой и др.

Теоретико-методические основы регионального управления освещены в работах И.В. Андроновой, А.Г. Гранберга, А.А. Зубарева, В.Н. Лексина, Д.С. Львова, В.В. Пленкиной, О.А. Романовой, Н.М. Сурниной, А.И. Татаркина, Л.Л. Тоньшевой, А.Н. Швецова и др. Совершенствование управления сервисной деятельностью рассматривалось в работах отечественных ученых-экономистов Е.В. Егорова, О.Д. Проценко, В.А. Черненко, Б.Н. Чернышева, В.В. Щербакова и др.

Различные аспекты функционирования сферы услуг затрагивали в своих работах такие ученые и специалисты как: Т.Н. Арасланов, В.Э. Гордин, Е.В. Демченко, В.Н. Калышенко, В.Д. Маркова, Р. Мердик, Н.В. Миронова, В.Б. Николайчук, Э.В. Новаторов, С.В. Носков, Е.В. Песоцкая, Л.А. Сосунова, А.М. Ракова, Н.П. Резникова, А. Челенков, К. Хаксевер, Р.В. Шеховцов. Различные аспекты управления предприятиями сферы услуг и их конкурентоспособностью рассматривали в своих работах такие авторы, как Е.П. Голубков, А. Нещадин, Е. Попов, Г. Хэмел, К.К. Прахалад.

Анализ последних публикаций показал, что правовому обеспечению сервисной деятельности внимания уделено недостаточно.

Несмотря на проведенные научные исследования по проблемам развития сервисной экономики, недостаточно разработанными остаются правовые основы управления предприятием в условиях сервисной экономики.

Так, стратегическое управление развитием региона в условиях формирования сервисной экономики изучал О.В. Заруба. Им в рамках реализации стратегических инициатив по созданию сервисных зон предусматривались конкретные тактические действия в разрезе нормативно-правового, организационного, информационного, производственно-технологического и финансового обеспечения. [4, с. 16].

Однако конкретные предложения по внесению изменений в законодательство не были предложены.

В связи с вышеизложенным, для обеспечения эффективного развития сервисной экономики предлагается обсудить возможность принятия в России Хозяйственного кодекса (далее в тексте – ХК). В разных странах Хозяйственные кодексы уже существуют и называются коммерческими, торговыми, экономическими кодексами.

Коммерческие (торговые) кодексы имеются, например, в Австрии, Аргентине, Бельгии, Болгарии, Венесуэле, Германии, Греции, Египте, Испании, Корее (Южной), Ку-

вейте, Люксембурге, Мексике, Польше, Румынии, Словакии, США, Уругвае, Франции, Чехии (1961), Чили, Швеции, Эстонии (1995) и Японии.

Поставлен вопрос о разработке коммерческого кодекса в парламенте Великобритании.

В странах, где торговое право выделяется как отдельная отрасль, часто одновременно принимаются и гражданский, и торговый кодексы, причём общая часть гражданского кодекса содержит нормы, которые действуют и для торгового права. Так, в Германии в 1900 году вступили в силу Германское гражданское уложение и Германское торговое уложение [5]. Гражданский кодекс Германии в торговом праве служит лишь дополнительным источником торгового права, то есть его положения применяются в том случае, когда отсутствуют специальные нормы торгового права. Таким образом, Торговый кодекс Германии (сокр. ТК, также Коммерческий кодекс, Германское торговое уложение) – основной источник хозяйственного права Германии, регулирующий отношения между коммерсантами, зарегистрированными в государственных реестрах. Торговый кодекс Германии также содержит положения об открытом торговом обществе (*OffeneHandelsgesellschaft, OHG*), коммандитном обществе (*Kommanditgesellschaft, KG*) и негласном обществе (*stilleGesellschaft*).

С 1938 года Торговый кодекс Германии действовал и в Австрии. В январе 2007 года в Торговый кодекс Австрии внесены обширные изменения согласно Закону о внесении изменений в Торговый кодекс Австрии, и он был переименован в Предпринимательский кодекс Австрии (*Unternehmensgesetzbuch, UGB*).

Кроме этого, во Франции вместе с Гражданским кодексом Наполеона (1804) был принят Торговый кодекс Франции (1807), который был заново кодифицирован в 1999 г. со следующей структурой: 1) общие положения о торговле; 2) о торговых товариществах и группах, объединенных экономическим интересом; 3) о некоторых формах продажи с исключительными условиями; 4) о свободе цен и конкуренции; 5) Об оборотных документах и гарантиях; 6) о трудном положении предприятий; 7) об организации торговли; 8) о некоторых профессиях, подлежащих регламентации; 9) положения, относящиеся к заморским территориям [6, с. 21].

В Японии также наряду с Гражданским кодексом и самостоятельным Торговым кодексом имеется также Хозяйственный кодекс, который является скорее инкорпорацией, чем кодификацией. Тем не менее, его существование свидетельствует о том, что ни Торговый, ни тем более Гражданский кодексы не в состоянии охватить все правовые институты, посредством которых осуществляется регламентация современного хозяйствования, в частности государственного регулирования хозяйственной деятельности.

В Соединенных Штатах Америки действует Единообразный Торговый (коммерческий) кодекс (далее - ЕТК) [7]. Кодекс был внедрен по всей территории США. При этом процесс утверждения ЕТК в отдельных штатах имел до некоторой степени принудительный характер, т.к. в случае «провала» Кодекса предполагалось вмешательство федеральной власти в процесс регулирования торговых отношений и узурпации таким образом традиционных полномочий штатов в торговой сфере. При этом наличие в ЕТК норм не только материального, но и процессуального характера показывает, что Кодекс воплощает в себе специфику кодифицированных правовых актов как европейского образца, так и собственно американского права, принадлежащего к семье общего права. Что касается *содержания*, то ЕТК США регулирует весьма широкий круг вопросов, связанных не только с внутренней и внешней торговлей, но и с правоотношениями иного характера (аренды, обращения ценных бумаг, защите прав потребителей и др.), которые не являются предметом регулирования торгового права [8].

Основными причинами создания Кодекса можно назвать: рост мобильности населения; активизация торговых контактов; моральное устаревание многих законов в коммерческой сфере, вызванное непрерывным развитием деловой практики и технологий; наличие в действующем законодательстве множества юридико-технических недостатков,

которые при неблагоприятном стечении обстоятельств или умышленно могли быть использованы для злоупотреблений или вести к произволу; сложность и противоречивость действующих правил осуществления торговой деятельности, снижавшие эффективность взаимодействия предпринимателей, банков и корпораций. Кроме того, пробелы и недостатки торгового законодательства штатов активно использовались в ходе различных злоупотреблений. По словам одного из основных разработчиков ЕТК первой и наиболее важной причиной создания Кодекса явилось то, что «право, которое регулирует нашу торговлю и коммерческие финансы, плохо знакомо большинству юристов... и почти полностью неизвестно большей части бизнесменов» [8].

ХК может системно регулировать общественные отношения в таких институциональных подсистемах, как рыночная, индустриальная, гражданская, экологическая. Роль ХК будет основополагающей при создании актуальных новых значимых школ институционализма с учетом новых вызовов современности.

ХК поможет регламентировать процесс сочетания частноправовых и публично-правовых начал помогает развивать разнопланово и устойчиво экономику страны.

Хозяйственный кодекс имеет целью обеспечить рост деловой активности субъектов хозяйствования, развитие предпринимательства и на этой основе повышения эффективности общественного производства, его социальную направленность в соответствии с требованиями Конституции РФ, утвердить общественный хозяйственный порядок в экономической системе.

Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» не может и не должен объединять в себе все нормы о регулировании сервисной экономики [9].

Хозяйственный кодекс призван регулировать не чисто экономические проблемы, а экономические проблемы во взаимосвязи с социальными, политическими, этическими и правовыми проблемами. Принятие Хозяйственного кодекса поможет институционализму выработать современную актуальную общую методологию, создать современную единую научную школу, разработать и взять на вооружение общую, логически стройную теорию.

Кроме вышеуказанного, можно утверждать, что принятие в России ХК позволяет устранить из существующего законодательства остатков «рыночного романтизма» и идеологии рыночного фундаментализма (идеологии о том, что любые ограничения свободы конкуренции снижают эффективность рыночного механизма, поэтому им следует противиться).

ХК может включать положения, позволяющие

- определить основные направления стратегической и текущей экономической политики государства (структурно-отраслевой, инвестиционной, амортизационной, ценовой, бюджетной, денежно-кредитной политики и политики институциональных преобразований);

- обеспечить ответственность государства перед человеком за свою деятельность;

- защитить национального товаропроизводителя; запретить незаконное вмешательство органов государственной власти и органов местного самоуправления, их должностных лиц в хозяйственные отношения;

- зафиксировать средства государственного регулирования хозяйственной деятельности.

Большой массив законодательства будет интегрирован в одном акте (Хозяйственном кодексе РФ), что позволит работать комфортно не только юристам, но и руководителям предприятий, частным предпринимателям, поскольку четко определены «правила игры». Концентрация норм в одном кодексе не сузит гибкость государственных органов в процессе принятия политических решений по вопросам экономики, а сузит произвол государственных органов и повысит их ответственность перед обществом. Ложны доводы о том, что в одном случае государство заинтересовано в получении как можно больше доходов в бюджет и повышает налоги, а в другом случае государство заинтересовано в раз-

витии сельского хозяйства и предоставляет работникам сельского хозяйства субсидии, и, соответственно этому, часто меняется экономическая политика государства, а в связи с этим, якобы, принятие ХК теряет свою целесообразность. Но, именно для того, чтобы соотнести частноправовые и публично-правовые начала, помочь предпринимателям при изменении «правил игры», и необходим Хозяйственный кодекс.

На мой взгляд, это позволит:

1. Преодолеть спады и содействовать подъемам в экономике, смягчить негативные проявления конкуренции.
2. Обеспечить долговременное функционирование многоукладной экономики.
3. Повысит самозанятость населения, пополнение налоговых отчислений и как результат повышение покупательской способности населения, что даст новый толчок к производству.
4. Позволит более эффективно использовать общий рынок товаров, капиталов, рабочей силы и услуг.

Выводы. В сервисной экономике для обеспечения ее эффективной деятельности и обеспечения удовлетворенности ее участников и других членов общества, достижения качественных целей, – необходимо разработать правовое обеспечение.

Боле того при определении эффективности деятельностью в сфере сервисной экономики необходимо учитывать характеристики правового обеспечения:

- степень разработанности правового обеспечения в каждом секторе (кластере) сервисной экономики;
- степень доступности и удобстве поиска правового обеспечения для субъектов хозяйствования;
- степень разработанности правового обеспечения сочетания частноправовых и публично-правовых начал.

В этих условиях важно установить «правила игры» сервисной экономики как клиентоориентированной по своему характеру. Для этого необходимо принять один глобальный нормативный акт (Хозяйственный кодекс), для того чтобы хозяйствующим субъектам было легко и удобно понимать, где искать эти «правила игры».

Литература

1. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики //Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 392-409.
2. Рубцова, Н. В. Оценка эффективности сервисной деятельности : автореферат дис. ... кандидата экономических наук / Н. В. Рубцова. – Иркутск : 2006. – 23 с.
3. Рочева О. А. Экономическое исследование понятия сервисного сектора экономики / О. А. Рочева // Вестник Казанского технологического университета. – 2011.– №22. – С.189-194 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-issledovanie-ponyatiya-servisnogo-sektora-ekonomiki> (дата обращения: 20.10.2017).
4. Заруба, О. В. Стратегическое управление развитием региона в условиях формирования сервисной экономики : автореферат дис. ... кандидата экономических наук / О.В. Заруба. – Тюмень: 2012. – 24 с.
5. Handelsgesetzbuch in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 4100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das durch Artikel 1 des Gesetzes vom 10. Mai 2016 (BGBl. I S. 1142) geändert worden ist [Электронный ресурс]. URL : <http://www.gesetze-im-internet.de/hgb/index.htm>
6. Коммерческое (торговое) право зарубежных стран : учеб-ник для магистров / отв. ред. В. Ф. Попондопуло, О. А. Макарова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 575 с. – Серия : Магистр. ISBN 978-5-9916-2868-6

7. Единообразный торговый кодекс США (извлечение) 1952 г. Международное частное право: Иностранное законодательство / Предисл. А.Л. Маковского; сост. и научн. ред. А.Н. Жильцов, А.И. Муранов. М.: "Статут", 2000. 892 с. С. 528-551. // <https://pravo.hse.ru/intprilaw/doc/0201>

8. Литаврина С. А. Единообразный торговый кодекс США: история создания и роль в правовой системе США : диссертация ... кандид. юрид. наук / С.А. Литаврина.- Москва, 2009. - 195 с.

9. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [Электронный ресурс]. URL : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=221678&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.8524081943067452#0> (дата обращения: 19.10.2017).

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ И ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ

О.К. Слинкова,

доктор экономических наук, доцент,

профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Качество услуг является важнейшим фактором конкурентоспособности сервисной экономики и тем аспектом деятельности российских предприятий сферы услуг, который вызывает самое большое количество нареканий у потребителей. Имевшее широкое хождение высказывание «ненавязчивый сервис», характеризующее его качество в доперестроенной России, и сегодня, к сожалению, не утратило своей актуальности. Данная проблема имеет системный характер и требует серьезного научного осмысления. Сегодня многими исследователями признается, что решение данной проблемы отличается особой сложностью в силу «характерной для категории качества в целом высокой степени субъективизма» [1, с. 261]. Субъективность как имманентно присущая характеристика качества обуславливает трудности формализации его содержания, нахождения параметров и критериев его оценки, построения систем контроля и управления качеством. В наибольшей степени это имеет отношение к качеству услуг. Если в сфере производства товаров, имеющих материально-вещественное содержание и форму, субъективизм в отношении их качества в значительной степени преодолевается благодаря стандартизации, использованию количественных оценок и инструментальных методов испытаний, то применительно к услугам данные возможности имеют весьма ограниченный характер.

Как известно, одной из фундаментальных характеристик услуг является непостоянство их качества, обусловленное, прежде всего, неотделимостью услуги от ее конкретного исполнителя, что, в свою очередь, и определяет доминирование субъективных факторов при формировании и оценке качества услуг. Обратимся к исходному понятию «качество» для обеспечения более четкой его интерпретации применительно к услугам.

Качество представляет собой центральный объект внимания во всех без исключения сферах человеческой деятельности. Различные подходы к трактовке качества можно свести к трем позициям (рис. 1):

- рассмотрение понятия «качество» в лексическом смысле (терминологический аспект);
- рассмотрение понятия «качество» с точки зрения корпоративных, государственных и международных стандартов (практический аспект);
- рассмотрение понятия «качество» как научной категории (научный аспект). При этом следует понимать, что каждая наука вносит свои специфические акценты в это понятие.

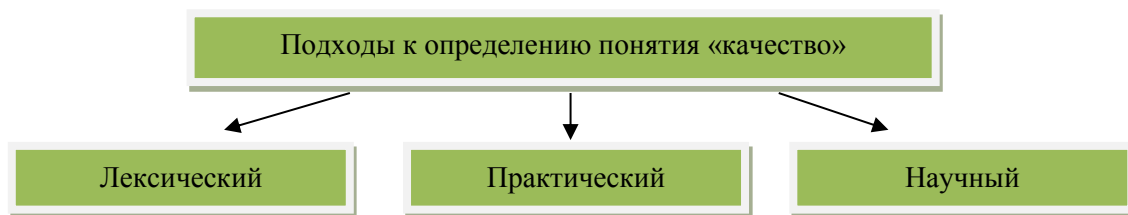


Рис. 1. Систематизация подходов к рассмотрению понятия «качество»

Безусловно, все эти три аспекта взаимосвязаны и должны рассматриваться в единстве.

Для выявления лексического смысла понятия «качество» обратимся к словарю русского языка С.И. Ожегова, где дана следующая формулировка: «*Качество* – совокупность существенных признаков, свойств, особенностей, отличающих предмет или явление от других и придающих ему определенность; *качество* – то или иное свойство, признак, определяющий достоинство чего-нибудь» [2, с. 213]. Таким образом, с позиций лексики качество определяется как некоторая совокупность наиболее значимых свойств и характеристик рассматриваемого объекта, отражающих его содержание, дающая возможность выделить его среди других аналогичных объектов.

Обратимся к практическому аспекту понимания термина «качество». В Национальном стандарте Российской Федерации указывается: «Качество продукции и услуг организации определяется способностью удовлетворять потребителей и преднамеренным или непреднамеренным влиянием на соответствующие заинтересованные стороны. Качество продукции и услуг включает не только выполнение функций в соответствии с назначением и их характеристики, но также воспринимаемую ценность и выгоду для потребителя» [6, с. 2]. Практический подход детализирует понятие качества применительно к производимым организациями продукцией и услугам и устанавливает два важных момента:

- прямую взаимосвязь качества продукции, услуг с их способностью удовлетворять соответствующие потребности;
- указание на такие составляющие качества, как функциональная полезность и воспринимаемая ценность продукции и услуг.

Вместе с тем, следует отметить, что с позиций практического подхода качество определяется как результат окончательной оценки, однако не уточняется, кем данная оценка осуществляется: производителем и/или потребителем продукции (услуг).

Научные трактовки качества отличаются большим разнообразием. Проведенный анализ научных подходов к определению качества услуг позволил произвести их систематизацию (рис. 2).

Системный подход к рассмотрению качества ориентирует внимание на учете всей совокупности взаимосвязанных факторов, его обуславливающих. Рассматривая качество с данных позиций, К. Исикава отмечает, что «*качество* означает качество работы, обслуживания, информации, процесса, подразделений, работы персонала (включая рабочих, инженеров, руководящих и административных работников), качество функционирования системы, фирмы, задач и т.п.» [4, с. 59].

Для иллюстрации системного подхода к рассмотрению качества услуг воспользуемся базовой моделью организации сферы услуг, которую предложили французские ученые П. Эйглие и Е. Ланжеард (рис. 3).

В соответствии с предложенной на рис. 3 моделью внутренние элементы сервисной организации можно укрупненно представить в виде четырех подсистем, каждая из которых вносит свой вклад в качество оказываемых услуг. В качестве наиболее важных факторов, определяющих качество услуг, можно выделить:

- на уровне подсистемы, объединяющей элементы невидимой материальной среды: наличие и соблюдение технических условий, технологических карт и других регламенти-

рующих производственные процессы документов;

- на уровне подсистемы, объединяющей видимые элементы материальной среды: экстерьер офисного здания, интерьер офисных помещений, наличие парковки и др.;

- на уровне подсистемы, представляющей невидимый офис: эффективность существующих систем управления, в том числе менеджмента качества, обслуживающих систем организации;

- на уровне контактного персонала определяющим фактором является профессионализм работников контактной зоны, предполагающий владение специальными для конкретной сферы сервиса навыками и навыками эффективной коммуникации.



Рис. 2. Систематизация научных подходов к рассмотрению понятия «качество услуг»



Рис. 3. Сервисная организация как система

Поскольку сервисная организация является открытой системой, основным фактором, влияющими на качество услуг на входе системы, является качество поставляемых из внешней среды ресурсов: оборудования, материалов, трудовых ресурсов, информации о состоянии рынка соответствующих услуг и т.п.

Представленная модель иллюстрирует также, что реальное качество оказываемых организацией услуг является важным компонентом обратной связи, дающим начало новым производственным циклам за счет формирования лояльности и приверженности потребителей.

Авторы, придерживающиеся *процессного подхода* к рассмотрению качества, акцен-

тируют свое внимание на том обстоятельстве, что качество формируется на всех последовательно взаимосвязанных стадиях производства и использования продукции (услуги). Так, например, И.И. Мазур отмечает необходимость создания и поддержания качества на всех этапах петли качества – начиная с маркетинга и заканчивая утилизацией отслужившей срок продукции [5].

Процессный подход предполагает выделение этапов предоставления и использования услуг и их вклада в формируемое качество. На рисунке 4 представлена модель, отражающая состав и взаимосвязь основных этапов процесса оказания и потребления услуги.

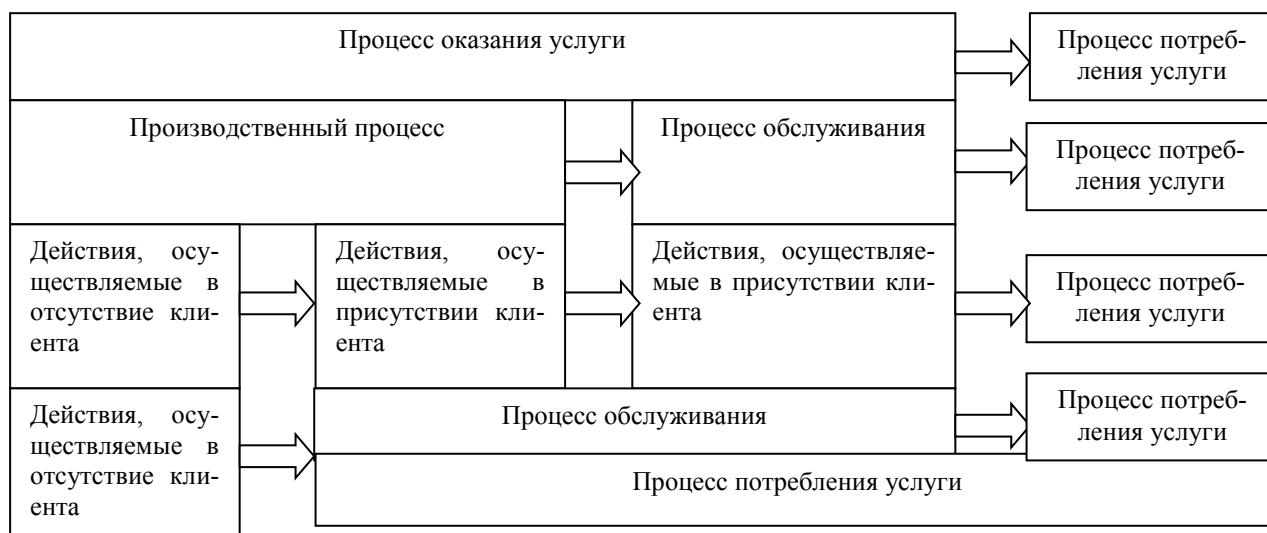


Рис. 4. Процесс оказания и потребления услуг и его составляющие

Представленная на рис. 4 модель выделяет три основных этапа процесса оказания и потребления услуг: производственный процесс, процесс обслуживания и процесс потребления услуги. В свою очередь, производственный процесс включает действия, осуществляемые только в отсутствие клиента (невидимые производственные процессы, например, ремонт автомобиля) и/или действия, осуществляемые в присутствии клиента. На этапе производственного процесса ключевое значение в формировании качества услуги приобретает прогрессивность используемых оборудования, материалов и технологий.

Процесс обслуживания – особый этап деятельности сервисной организации, значимость которого определяется неотъемлемым свойством услуги – ее неотделимости от исполнителя услуг. При этом, как это показано в модели, в отдельных случаях производственный процесс и процесс обслуживания могут совпадать (например, при оказании услуг пассажирского транспорта). На этом этапе основной вклад в качество услуг вносят такие факторы, как доброжелательность и приветливость персонала сервисной организации, предоставляемый уровень комфорта, безопасности, время нахождения в очереди, время оказания услуги и т.п.

Процесс потребления услуги, как следует из модели, неразрывно связан с производственным процессом, осуществляемым в присутствии клиента, и с процессом обслуживания, что определяется основным свойством услуги – отсутствием временного разрыва между ее получением и потреблением. Вместе с тем, процесс потребления услуги может иметь и пролонгированное действие за пределами сервисной организации (например, использование знаний и навыков, полученных в ходе предоставления образовательных услуг). На этапе потребления услуги в качестве значимых факторов, определяющих ее качество, выступают предоставляемые гарантии, функциональная и экономическая полезность услуг.

Особый интерес представляет рассмотрение качества с позиций *ситуационного подхода*. Как известно, особенностью ситуационного подхода является рассмотрение любого объекта, явления с учетом особенностей конкретной ситуации. Поскольку в мире не существует двух одинаковых ситуаций, данный подход концентрирует внимание на том, что качество – это относительное понятие: то, что в одной ситуации удовлетворяет требованиям качества, в другой ситуации может не соответствовать таковым. Поскольку ключевым субъектом ситуации на рынке является потребитель, ситуационный подход определяет качество не с позиции производителя товара (услуги), а с позиции потребителя. Так, например, А. Фейгенбаум отмечает: «основным и начальным условием обеспечения эффективного управления качеством является максимально точное определение всех требований потребителя» [3, с. 36]. Ситуационный подход к рассмотрению качества особенно актуален применительно к услугам в силу ограниченных возможностей их стандартизации и регламентации.

На рисунке 5 представлена авторская модель рассмотрения качества услуги с позиций ситуационного подхода.

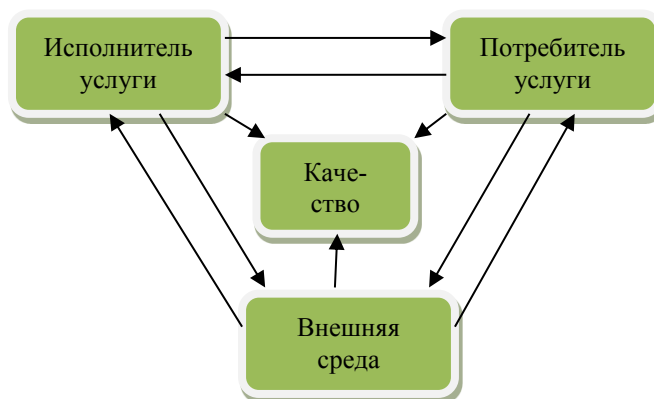


Рис. 5. Ситуационная модель качества услуги

В соответствии с представленной на рисунке 5 моделью основными ситуационными составляющими являются исполнитель услуги, потребитель услуги и внешняя среда. Соответственно, основными факторами, влияющими на фактическое и воспринимаемое клиентом качество услуг, являются:

- со стороны исполнителя услуги: уровень квалификации, настроение, физическое состояние, способность понять, в чем состоят запросы клиента и др.;
- со стороны потребителя услуги: актуальные потребности, ожидания, уровень запросов, финансовые возможности и др.;
- со стороны внешней среды: мнения родственников, знакомых, социальные нормы, основные тенденции моды и др.

Представленная систематизация подходов к рассмотрению понятия «качество услуг» позволяет сделать ряд принципиальных выводов, важных для понимания его сущности и содержания.

Во-первых, применение системного подхода определяет необходимость учета комплексного взаимодействия материальных и нематериальных факторов внутренней и внешней среды сервисной организации, определяющих качество услуг. К числу таких факторов следует отнести, прежде всего, прогрессивность используемого оборудования, материалов, технологий, используемых при производстве услуг, наличие стандартов качества и внутрифирменных систем менеджмента качества, а также способность организации гибко реагировать на изменение внешней среды в целом и поведения конкурентов, в частности.

Во-вторых, согласно процессному подходу качество услуг есть совокупность

свойств и признаков услуг, которые формируются и проявляются на всех стадиях жизненного цикла услуг. Применение процессного подхода требует рассмотрения качества как объекта управления, т.е. определения элементов процесса управления качеством услуг и разработки схемы их взаимодействия. При этом на первый план в рамках данного подхода выходят параметры степени профессионализма специалистов и соблюдения этических норм контактными персоналом сервисной организации.

В-третьих, согласно ситуационному подходу качество является фактором, направленным на формирование конкурентоспособности услуги с учетом особенностей ситуации, центральным звеном которой являются потребности, запросы и ожидания конкретного клиента. Соответственно, в рамках данного подхода качество следует рассматривать как способность услуги удовлетворять потребности клиента, соответствовать его запросам и ожиданиям. Рассмотрение качества с позиций ситуационного подхода ориентирует, в том числе, на учет потребительской ценности услуги, которая, являясь субъективной характеристикой, отражает взаимосвязь трех основных параметров услуги:

- функциональная полезность услуги, т. е. ее способность удовлетворить именно те потребности клиента (физиологические, эстетические, духовные и проч.), которые являются актуальными для него в данный момент времени;
- экономическая целесообразность, отражающая представления клиента о приемлемом для него уровне затрат на получение и использование услуги;
- социальная полезность, определяемая как соответствие услуги основным тенденциям моды, возможность поддержания за счет получения услуги определенного социального статуса, удовлетворения престижных потребностей и т.п.

Не подлежит сомнению, что системный, процессный и ситуационный подходы к рассмотрению качества услуг тесно взаимосвязаны и взаимно дополняют друг друга. Только совместное их использование позволяет максимально объективно оценить качество услуг путем создания взаимосвязанной системы параметров, отражающих различные аспекты этого сложного и многогранного понятия.

Литература

1. Соловьева Л. В. Методология исследования и оценки качества услуг как критерия качества жизни их потребителей // Пространство экономики. 2008. №3-2.
2. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: около 60000 слов и фразеологических выражений/С.И. Ожегов; Под ред. Л.И. Скворцова. – 25-е изд., испр. и доп. – М.: Оникс, Мир и Образование, 2007. – 976 с.
3. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. ГОСТ Р ИСО 9000-21015. Издание официальное. Москва. Стандартинформ, 2015.
4. Исикава, К. Японские методы управления качеством: сокр. пер. с англ./Научн. ред. и авт. предисл. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1988. – 215 с.
5. Мазур И.И. Управление качеством: учебное пособие для студентов узов, обучающихся по специальности «Упр. качеством»/И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – 3-е изд, стер. – М.: Изд-во Омега-Л, 2006. – 400 с.: илл. – (Высшая школа менеджмента).
6. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции: сокр. пер. с англ./Авт. предисл. и научн. реч. А.В. Гличев. – М.: Экономика, 1986. – 471 с.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

С.Н. Ясенюк,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

В настоящее время становится вполне очевидно, что гостиничный бизнес ежегодно, набирая обороты, создает свой собственный сегмент со своими правилами игры. И, конечно же, инновации неизбежно влияют на все сферы жизни человека и переворачивают представление о товарах, услугах и обслуживании. Хотелось бы отметить и вливание инновационных технологий в сферу гостиничного бизнеса, инновационная активность которого в последнее время, развивается довольно стремительно.

Даже в России, несмотря на то, что в нашей стране гостиничный бизнес находится в начале пути своего развития, а спрос на гостиничные услуги не удовлетворён в полной мере, гостиничные предприятия вынуждены участвовать в конкурентной борьбе и придумывать всё новые способы привлечения и удержания клиента [2].

Нельзя построить успешный гостиничный бизнес, игнорируя мировые тенденции и перемены.

В связи с быстро меняющимися условиями на современном рынке можно наблюдать открытие, так называемых, инновационных отелей, деятельность которых основана на современных технологиях, с целью совершенствования методов ведения деятельности и ввода новых услуг, чтобы оставаться полноценным участником рынка. Как известно, термин инновация подразумевает собой использование в той или иной сфере общества результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности, направленной на улучшение технологических и производственных процессов или их результатов.

Для анализа понятия «инновация» в контексте гостиничной деятельности необходимо учитывать специфику данного бизнеса. Гостиничный продукт представляет собой не только аренду жилого помещения, но и эмоциональный опыт гостя. Лояльность гостей во многом зависит от общего впечатления от отеля, которое, помимо удобства и чистоты гостиничного номера, формируется за счёт работы контактного персонала и спектра предлагаемых сопутствующих и дополнительных услуг.

Здесь следует подчеркнуть специфику инновационной активности предприятий гостиничного сегмента, которая, на наш взгляд, наиболее всего сосредоточена в двух сферах предоставляемых услуг:

- обеспечение материально-технических условий для поставки услуг клиентам;
- расширение ассортимента сопутствующих и дополнительных услуг.

Помимо этого, на региональных рынках и обычные гостиницы стараются внедрять в свою работы различные инновации, к которым следует отнести уникальные услуги, телевизионные и интернет-технологии, инновационные формы маркетинга и т. п. Инновационное развитие гостиничного рынка находится в прямой зависимости от инновационного развития и активности государства. Несмотря на рост количества отечественных предприятий индустрии гостеприимства, эту отрасль назвать инновационной нельзя, как и всю экономику РФ.

Конкуренция среди отельеров привела к серьезным и сильным изменениям и самой структуры гостиничного бизнеса. Так, многие современные отели уже сейчас представляют собой не одну компанию, а группу компаний, которые объединены в холдинговую структуру. На данный момент внимание руководства отеля смещается с вопросов управления номерным фондом на управление всеми ресурсами предприятия и организацию эффективного финансового менеджмента.

В настоящее время в России наблюдается катастрофическая инновационная пассивность предприятий. Доля принципиально новой продукции в совокупном объеме промышленного производства в России составляет только 0,4%. Например, в Финляндии этот

показатель равен - 16%, в Германии - 12%. Лишь 5-7% российских предприятий занимаются инновациями, в то время как доля таких предприятий в США и Японии составляет 75-80%. По объему экспорта высокотехнологичной продукции Россия уступает Южной Корее в 14 раз, а США – в 42 раза. В некоторых государствах гостиничный бизнес, обеспечивающий функционирование туристского сектора экономики, превратился в ведущую индустрию, обеспечивая прирост ВВП и занятость доли населения [4].

Действующая в настоящее время в России стратегия инновационного развития до 2020 года, определяет пути ее реализации и финансовые источники, развитие и совершенствование нормативно-правовой базы, однако, несмотря на все вышеперечисленное, в промышленном производстве реальных изменений в процессе введения новшеств не происходит. Затрагивая сферу гостиничного сегмента, необходимо сделать акцент на значительно малую долю применения инновационных технологий, отмечая в свою очередь, что инновационное развитие более характерно для мировых гостиничных корпораций, старающихся применять уникальные технологии во всех странах, в которых они представлены.

В деле внедрения инновационных технологий в гостиничный бизнес существуют, конечно, и препятствия. Большинство авторов, занимающихся проблемами внедрения инноваций в гостиничную отрасль, к их числу относят следующие:

- цену инновационной технологии или ее разработки;
- количество ресурсов, временных и интеллектуальных, которые будут потрачены на то, чтобы научиться работать с этой технологией;
- ориентация на получение дохода с предприятия.

К основным преградам внедрения новшеств в гостиничной индустрии следует также отнести и недостаточную конкуренцию на развивающемся рынке гостиничных услуг, отсутствие мотивации в гостиничных предприятиях для применения инноваций. Самой главной проблемой, на наш взгляд, остается проблема нежелания перемен в сознании руководства, ориентированного только на доход с деятельности организации, а не на видение возможностей получения большей выгоды в будущем, используя инновационные решения.

Для устранения вышеперечисленных проблем и повышения управляемости в гостиничной отрасли, необходимо применять инновационные технологии, активное использование которых позволяет предприятиями гостиничной индустрии контролировать качество предоставляемых услуг. Такие автоматизированные системы как FIDELIO, OPERA Enterprises Solution, Micros-Fidelio, KEI-Hotel являются одними из лучших в части функционального управления предприятиями гостиничного бизнеса. Каждая из средств автоматизации состоит из таких частей как:

- подсистема управления финансами;
- подсистема управления материальными потоками;
- подсистема управления сервисом;
- подсистема управления качеством;
- подсистема управления персоналом;
- подсистема управления сбытом;
- подсистема анализа финансов, себестоимости, оборотных средств, и т.п. [5].

Нельзя не отметить тот факт, что для развития инновационной деятельности, не только в России, в первую очередь нужна очень хорошая инфраструктура около гостиничных предприятий, за развитие которых должно отвечать государство. И здесь одной из самых острых проблем стоит проблема, связанная с отсутствием дальновидности и стремления повышать свой конкурентный статус, внедряя все больше инноваций, влекущих за собой новые правила и риски «новой игры на рынке».

В настоящий момент в мире одним из главных препятствий перехода на инновационный путь развития в регионах является и проблема ослабленной позиции страны на мировом рынке инноваций высокотехнологичных продуктов и услуг. Так, объем мирового рынка наукоемкой продукции составляет в настоящее время 2 трлн. 250 млрд. долларов

США. Из данной суммы в процентном соотношении большую часть имеет США-40 %, Япония – 29 %, Германия – 15 %. В то время как доля РФ составляет порядка 0,3 %, что является очень маленькой и несущественной цифрой в сравнении с другими странами. В настоящее время в России почти 7,5 тысяч гостиниц, а количество россиян, проживавших в 2016 году в гостиницах, санаториях и других гостиничных предприятиях, составила до 42,6 млн. человек [2].

Гостиничный бизнес в нашей стране является не только главным звеном индустрии гостеприимства, но и фундаментом туристской сферы, на которую приходится около 70% работников отрасли. С возрастанием платных услуг нужно улучшать качество обслуживания методом внедрения новшеств [3].

В качестве отправной точки, подтверждающей возможность достижения огромного прогресса в части создания инноваций и их внедрения, необходимой конкурентной борьбы на региональном рынке, является инновационный подход в сфере гостеприимства, включающий не только использование современных информационных технологий и предоставление новых услуг, но так же целый комплекс нововведений, затрагивающих абсолютно все сферы управления (управление качеством, финансами, персоналом и т. п.).

Известно, что основная проблема успешного развития бизнеса прямо зависит от скорости обмена и передачи информации, от ее актуальности, своевременности получения. Это же относится к любому предприятию индустрии гостеприимства, то есть успешное развитие отелей и других средств размещения предполагает обширное использование новшеств, ускоряющих обмен информацией на расстоянии.

Анализ современного состояния инновационного развития российского гостиничного бизнеса показывает, что дальнейшее развитие отрасли будет осуществляться путем обширного внедрения новшеств. Объективно важное место в системе инновационных решений гостиничного бизнеса отводится при этом техническому прогрессу, появлению и внедрению базовых инноваций (нано-технологии, биотехнологии), широкому использованию знаний.

В заключение хотелось бы отметить, что процесс инновационного развития гостиничного бизнеса довольно обширен. Растущая конкуренция среди предприятий гостиничного комплекса обязывает быть в курсе всех новаций и внедрять их для упрочения и сохранения своих позиций на рынке.

Литература

1. Белавина Я.А. Организация и управление гостиничными предприятиями в преддверии Чемпионата Мира по футболу 2018 / Я.В. Белавина, А.С. Ильюшенков // Вестник молодых ученых самарского государственного экономического университета. – 2016. - № 1(33). – С. 18-21.
2. Гареев Р. Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии туризма / Р.Р. Гареев, К.А. Милорадов // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Перспективы модернизации современной науки». – 2015. – С. 48-51.
3. Гареев Р. Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса / Р.Р. Гареев // Молодой ученый. – 2017. – №2. – С. 382-384.
4. Основные инновационные тенденции на рынке гостиничных услуг // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XLIV студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2017 – № 4(44) [Электронный ресурс]. URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4\(44\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(44).pdf) (дата обращения: 01.10.2017).
5. Инновационные подходы к управлению и маркетингу услуг в гостиничном бизнесе: адаптация международного опыта в условиях современного российского рынка. Е.А. Блинова, А.П. Ковальчук, Ю.А. Трифонова [Электронный ресурс]. <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/18c/18cdcd598f4a74a45eb0f8c15a3beb9a.pdf>

ОСОБЕННОСТИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ ПЕРМСКОГО КРАЯ

М.С. Оборин

*д.э.н., профессор кафедры «Экономического анализа и статистики»
Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова;
профессор кафедры мировой и региональной экономики,
экономической теории Пермского государственного
национального исследовательского университета*

Под институциональной средой в новой институциональной экономической теории понимается совокупность норм и правил, регулирующих экономическую, политическую, юридическую и иные сферы жизни общества. Институциональная среда рассматривается в качестве верхнего «слоя» общественной жизни, определяющего непосредственные формы управления и координации в обществе, взаимодействия между индивидами [4].

Институциональная среда формируется из совокупности различных институтов, созданных самим обществом для организации и координации взаимоотношений между людьми [3]. Любой институт может быть представлен как совокупность из пяти элементов: ситуации, адресата, предписываемого действия, гаранта (лица или группы лиц, следящих в ситуации за исполнением адресатом предписываемого действия) и санкции (наказания, которое гарант накладывает на адресата в том случае, если в ситуации он не совершает предписываемого действия).

Выделим функции институциональной среды: создание положительных условий для развития деятельности; гарантия экономической устойчивости; внедрение инновационных решений; уменьшение трансакционных издержек.

Институциональная среда обладает некоторыми характерными особенностями:

– *Плотность (институциональная насыщенность)*

Факторы плотности:

✓ наличие институтов, регламентирующих различные области взаимодействия в социуме;

✓ тесные взаимосвязи между различными институтами;

✓ способность их к совместным действиям в зависимости от меняющейся среды.

– *Структура (по пространственному или функциональному признакам):*

✓ макроинституциональная среда – определяет процессы на уровне национально-социально-экономического пространства;

✓ мезоинституциональная среда – регулирует процессы в региональных системах;

✓ микроинституциональная среда – регламентирует деятельность организаций и их взаимодействия;

✓ наноинституциональная среда – регулирует решения конкретных лиц.

– *Институциональные изменения*

Различают:

✓ Эволюционные изменения – продолжают предыдущую траекторию развития;

✓ Революционные изменения - не подразумевают преемственности изменений из существующей траектории развития.

На сегодняшний день не существует одной общей классификации институциональных теорий. Каждая теория имеет собственные особые сферы изучения.

Институты деятельности субъектов туристской индустрии способствуют росту экономической эффективности. Институт туристской деятельности воплощён в [ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»](#) и в Государственных стандартах.

Институт курортной деятельности отражён в ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». Недостаточное внимание уделяется

теме защиты курортных территорий, необходимо определить допустимую рекреационную нагрузку на курорты, создать правила охраны курортов от нерационального рекреационного использования. Институт гостиничной и ресторанной деятельности формирует принципы оказания гостиничных услуг.

В общем, институты деятельности субъектов туристской индустрии обеспечивают регламентирование туристской деятельности, защиту прав сторон договора, выявление стандартов качества.

Институты объектов туристского показа способствуют росту экономической эффективности посредством вовлечения ресурсов (культурные, исторические, природные, археологические ресурсы, спелеоресурсы, ресурсы альпинизма и горнолыжного спорта) в туристскую деятельность.

Важным компонентом развития институциональной среды являются инновации. В туризме можно выделить:

1. Инновационный продукт – последовательно изменен или кардинально улучшен, что влияет на коммерциализацию.
2. Инновационный процесс – постепенное или радикальное изменение производственного процесса, способа реализации услуги.
3. Организационная инновация – внедрение нового способа управления, организации производственного процесса.
4. Маркетинговая инновация – внедрение нового или постепенное изменение имеющегося способа сбыта услуг.

К особенностям туристско-рекреационных услуг можно причислить сохранение связей и компетенций при природных инновациях; создание инноваций новыми структурами при сохранении компетенций и знаний; революционные инновации, компетенции и знания усиливаются без изменения внешних структур; структурные инновационные изменения проявляются также в компетенциях.

Институциональная среда туристско-рекреационной сферы Пермского края представлена большим разнообразием коммерческих и государственных структур в сфере здравоохранения и санаторно-курортного комплекса. Рассмотрим динамику численности санаторно-курортных организаций с 2002-2015 гг. Количество санаториев и курортов иллюстрирует состояние комплекса в Пермском крае в сравнении с соседними регионами Приволжского федерального округа (табл. 1).

Таблица 1

Динамика численности санаторно-курортных организаций Пермского края и регионов соседей*

Регион	2002	2006	2007	2009	2010	2012	2013	2014	2015	Темп роста, % (2015 г. к 2002 г.)
Республика Башкортостан	79	80	81	80	79	82	78	76	74	93,7
Республика Татарстан	57	52	51	50	48	47	46	45	45	78,9
Республика Марий Эл										
Удмуртская Республика	33	32	32	34	32	33	32	31	29	87,8
Пермский край	74	58	61	53	48	46	45	43	38	51,3
Кировская область	30	21	20	17	17	17	17	17	16	53,3

* составлено по данным [2]

Согласно приведенным данным, наибольшее количество санаторно-курортных организаций на 2015 г. приходится на республику Башкортостан – 74 ед., на республику Татарстан – 45 ед., Пермский край – 38 ед., Удмуртскую республику – 29 ед. и Кировскую область – 16 организаций. На протяжении периода исследования с 2002-2015 гг. наибольшее количество здравниц в Удмуртии насчитывалось в 2009 г. – 34 организации, затем их число сокращается, что является неблагоприятным показателем. С 2002 по 2006 год наблюдается отрицательная динамика темпов прироста численности санаторно-курортных организаций на 8,8% в республике Татарстан; 3,1% в республике Удмуртия; 21,7% в Пермском крае; 30% в Кировской области. Это может быть связано с высокими затратами и низким уровнем рентабельности деятельности [1].

Прирост был зафиксирован в 1,2% только в республике Башкортостан. В 2015 году по сравнению с 2010 можно выявить следующую закономерность по формированию значения показателей численности санаторно-курортных организаций – отрицательная динамика на 6,4% (республика Башкортостан), 6,3% (республика Татарстан), 9,4% (Удмуртская республика), 20,9% (Пермский край), 5,9% (Кировская область). Данное изменение связано с финансово-экономическим кризисом и падением спроса.

Темпы прироста во всех регионах отрицательные, что говорит о существующих проблемах развития санаторно-курортного комплекса. В Пермском крае и Кировской области количество здравниц сократилось практически вдвое за исследуемый период.

Таким образом, особенностями институциональной среды туристско-рекреационной среды Пермского края являются снижение доли профильных предприятий санаторно-курортного комплекса, развитие сопутствующей инфраструктуры, повышение качества деятельности правовых институтов и развитие законодательства.

Литература

1. Оборин М.С. Социально-экономические условия и функции санаторно-курортной системы региона как фактор создания маркетинговой стратегии развития рынка санаторно-курортных услуг // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2015. № 2. С. 49-56.
2. Показатели развития санаторно-курортной деятельности. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/themes.do> (дата обращения: 15.12. 2016)
3. North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. – New York: Cambridge University Press, 1990.
4. Williamson O. E. Hierarchies, markets and power in the economy: an economic perspective // Industrial and corporate change. – 1995. – Vol. 4. – №. 1.

КВАЛИФИКАЦИЯ, КОМПЕТЕНЦИЯ, АТТЕСТАЦИЯ

Ю. В. Ушанов

*заместитель председателя Совета
по профессиональным квалификациям
индустрии гостеприимства (Москва)*

Л. В. Семенова

*канд. экон. наук, доцент Института рекреации,
туризма и физической культуры Балтийского
федерального университета и. И. Канта (Калининград)*

Вопросам подготовки конкурентоспособных специалистов в настоящее время уделяется значительное внимание. Это актуально как для подготовки выпускников СПО, так и для высших учебных заведений. Все большее значение в образовательном процессе за-

нимает взаимодействие организации, осуществляющей образовательный процесс и работодателей, непосредственно участвующих в оценке уровня подготовки выпускников. Этот процесс затронут все без исключения отрасли развития, в том числе в индустрию гостеприимства, характеризующуюся обеспечением высокой конкурентоспособности средств размещения в большей степени за счет квалифицированного и обученного персонала. В реальной жизни отели затрачивают большие средства на переподготовку и переобучения вчерашних выпускников вузов, которые не подготовлены к выполнению необходимых трудовых функций [1].

Для уменьшения этой негативной ситуации вуз и отель должны быть партнерами и активно взаимодействовать друг с другом. Среди основных направлений взаимодействия вуза и отеля можно выделить: независимую оценку программ подготовки бакалавров и магистров по подготовке гостиничного дела; независимую оценку качества подготовки выпускников; создание базовой кафедры на базе гостиницы и пр.

В постановлении Председателя Национального совета при Президенте России по профессиональным квалификациям А. Н. Шохиним отмечено, что одним из критериев оценки образовательных программ, реализуемых образовательной организацией при профессионально-общественной аккредитации является успешная сдача выпускниками экзамена в форме независимой оценки квалификаций, наличие востребованности выпускников образовательной программы на рынке труда. Здесь же отмечено необходимое участие работодателя в формировании и планировании образовательной программы, организации проектной деятельности учащихся, разработке и реализации программ практик, формировании планируемых результатов ее прохождения, а также в формировании тех выпускных квалификационных работ, значимых для соответствующих отраслей профессиональной деятельности [5].

Институт рекреации, туризма и физической культуры Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта (далее – БФУ им. И. Канта) уже дано реализует практикоориентированный подход при разработке образовательных своих программ различного уровня [2; 4]. Например, при разработке программы «Инновационные стратегии развития гостиничного бизнеса» был реализован поэтапный подход к формированию учебного плана. На первом этапе был проведен мониторинг среди управляющих и собственников средств размещения Калининградского региона с целью выявления наиболее актуальных и значимых для индустрии вопросов, необходимых для руководителей отеля. Затем, была разработана и представлена для оценки специалистам магистерская программа с перечнем основных курсов и направлениями научно-исследовательских работ. Руководители средств размещения высказывали свои пожелания и замечания, которые были учтены в окончательном варианте программы, успешно реализуемом в Институте.

Однако, необходимо отметить что, несмотря на внедряемые в процедуру оценки выпускников изменения, нередко это носит лишь формальный характер. Работодатели, являясь членами государственных экзаменационных комиссий, формально подходят процедуре оценивания и нередко даже не приходят на заседания экзаменационных комиссии для заслушивания оценки выпускных работ студентов. Эти негативные факторы могут нивелировать внедрение процедуры независимой оценки квалификации выпускника и сдача демонстрационного экзамена как оценочного критерия по усвоения практического направления обучения. Таким образом, схема оценивания выпускника может состоять из двух элементов (этапов) и выглядеть следующим образом (рис. 1).

Необходимо отметить, что региональная специфика субъектов РФ обуславливает необходимость внедрения демонстрационного экзамена в региональные стратегические проекты развития (например, карты экономического роста, дорожная карта стратегического развития и пр.).

Как уже было отмечено выше, одним из возможных способов повышения конкурентоспособности студентов может стать введение демонстрационного экзамена. Одним из способов внедрения этого мероприятия может быть применимо как для студентов

СПО, так и студентов, обучающихся по программам высшего образования. Рассмотрим возможность реализации этого предложения на базе Института рекреации, туризма и физической культуры Балтийского федерального университета им. И. Канта.



Рис. 1. Принципиальная схема оценивания выпускника образовательной организации

Институт рекреации, туризма и физической культуры Балтийского федерального университета им. И. Канта ведет подготовку по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело» и использует практикоориентированный подход при этом. Для этого на базе БФУ им. И. Канта был создан учебно-тренинговый центр, основной задачей которого стало формирование в процессе обучения компетентного и конкурентоспособного специалиста гостиничной отрасли [4]. В связи наличием ресурсов целесообразно было бы реализовать на базе Института рекреации, туризма и физической культуры следующую схему практического обучения (рис. 2).

В учебном плане Института рекреации, туризма и физической культуры БФУ им. И. Канта предусмотрено значительное количество часов, связанных с практическим обучением (от 216 до 324 часов в зависимости от курса). Процесс практического обучения (учебная и производственная практика) происходит на протяжении всего обучения в рассредоточенном режиме в установленном порядке учебного расписания и начинается у бакалавров 1 курса обучения с инструктажа по технике безопасности и охране труда, а также со знакомства с существующей материально-технической базой учебно-тренингового Центра. В течение недели студенты изучают специфику и особенности технологии уборки номеров (стандарты заправки кроватей, текущая и еженедельная уборка номеров, уборка санузла и душевой кабины, уборка кухни, комплектация тележки горничной, химические средства для уборки в средствах размещения и особенности их применения). После недельного знакомства с работой Центра бакалавры начинают проходить практику в рассредоточенном режиме согласно составленному графику прохождения практики. Одновременно для прохождения практики ежедневно выходят 4-6 бакалавров, выполняющие функции горничных (текущая, выездная и генеральная уборка номерного фонда гостиницы и хостела, включая замену постельного белья, уборку жилых помещений и санузла, уборка общественных помещений (коридоры, рекреация, помещение рецепции и помещения для персонала). Для успешной защиты практики студентам необходимо отработать установленное учебным планом количество часов в рассредоточенном режиме.



Рис. 2. Организация прохождения практики студентами вуза

Бакалавры второго курса, проходящие производственную практику на базе Центра (совмещают функции горничных и супервайзера, который осуществляет проверку качества уборки номерного фонда и общественных помещений; качество работы сменных дежурных, осуществляя контроль за работой бакалавров 1 года обучения). При условии успешного прохождения практики на первом и втором курсе и при сдаче соответствующих экзаменов студентам выдается сертификат горничной.

Бакалавры третьего года обучения (уже изучившие на втором курсе дисциплины «Технологии продаж» и «Информационные технологии») в рассредоточенном режиме отработывают практику в качестве администраторов, осуществляющих процесс поселения-выселения гостя, планирования загрузки и уборки номеров, проверка готовности номера к заселению гостей, приемки номера после выезда гостя, процедуры выдачи ключей, обеспечение запросов проживающих, оформление въезда и выезда, распределение работы горничным. Работа с информационными базами осуществляется только под руководством штатного администратора учебно-тренингового центра.

Бакалавры четвертого курса выполняют функции администратора, осуществляющих процесс поселения-выселения гостя, планирования загрузки и уборки номеров, проверка готовности номера к заселению гостей, приемки номера после выезда гостя, проце-

дуры выдачи ключей, обеспечение запросов проживающих, оформление въезда и выезда, распределение работы горничным, и кроме этого заполняют необходимые профайлы и сведения в базе гостей (Fideleo). По результатам производственной практики студенты третьего и четвертого курса студенты имеют возможность пройти он-лайн тестирование на сайте разработчиков системы OPERA, по оценке навыков работы с системой FIDELEO, с выдачей им соответствующего сертификата, подтверждающего их уровень и квалификацию. В настоящее время Институт заключил договор о создании базы практики на базе реального отеля уровня 4 «звезды» (отель «Кайзерхофф»), что позволит расширить возможности подготовки компетентных специалистов [3; 4].

Для увеличения конкурентоспособности на рынке труда студенты вуза по желанию могут сдать демонстрационный экзамен, который также может выступать в качестве промежуточной аттестации и отчета о прохождении практического обучения. Такое предложение было выдвинуто на проектно-аналитической сессии, прошедшей в Москве 11-12 сентября 2017 года (рис. 3) [6, с. 34].



Рис. 3. Применение демонстрационного экзамена как промежуточной аттестации в системе высшего образования

В настоящее время, к сожалению, наблюдается несогласованность федеральных образовательных стандартов (примерных образовательных программ), профессиональных стандартов и требований соревнований Волдскиллс (рис. 4).

Анализируя представленный рисунок можно сказать, что актуальные требования, предъявляемые к квалификации работника, должны быть заложены в профессиональном стандарте и могут проверяться при помощи утвержденных уполномоченными органами комплексов оценочных средств, разработанных для каждой трудовой функции. Одновременно, в индустрии должны быть синхронизированы (унифицированы) как терминологические дефиниции, так и требований, предъявляемых к оборудованию при проведении демонстрационного экзамена (сдачи квалификационного экзамена в системе независимой оценки квалификаций). Кроме этого, в рамках рабочего совещания было предложено проводить демонстрационный экзамен по базовой компетенции, относящейся к базовой ком-

петенции студентов (в нашем случае, это компетенция «администрирование отеля»). Затем, по желанию и собственному выбору студента, он может сдать второй демонстрационный экзамен в той компетенции, которую он считает важной для дальнейшей успешной профессиональной деятельности. Демонстрационный экзамен в этом случае может служить в качестве критерия оценивания компетентности студента, способом мониторинга качества образовательной программы вуза и основанием для адаптации разработанных в рамках ООП рабочих программ к требованиям реального рынка. Проводиться демонстрационный экзамен может и должен с привлечением экспертов центра независимой оценки квалификаций. Как вариант организации проверки уровня профессионального мастерства – создание центра оценки квалификаций (элемента независимой оценки квалификаций) на базе Волдскиллс.

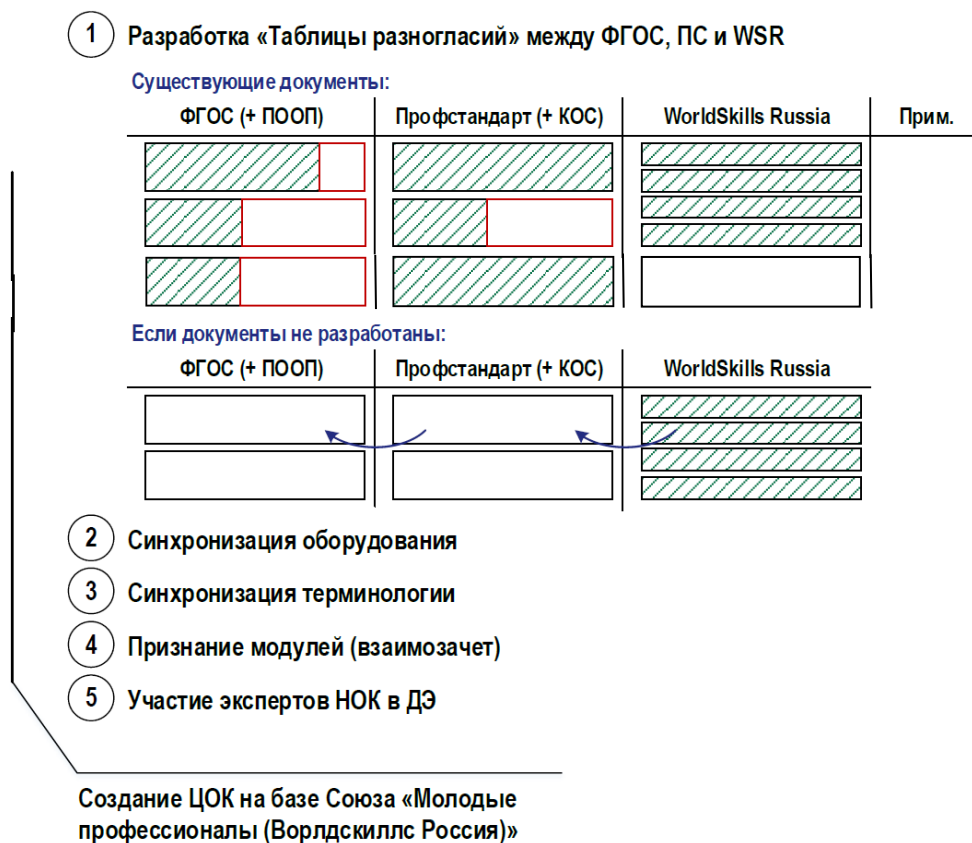


Рис. 4. Демонстрационный экзамен в системе независимой оценки квалификаций [6, с. 20]

В заключение хотелось бы отметить, что эффективность процесса обучения в значительной степени определяется правильным выбором и профессиональной реализацией технологий обучения, который предполагает проектирование учебного процесса с целью гарантированного достижения целей образования: образовательных ориентиров, формирования конкурентоспособного специалиста, отвечающего вызовам реального профессионального сообщества и требованиям настоящего времени.

Литература

1. Зайцева Н. А., Ушанов Ю. В. Национальная система профессиональных квалификации: организационно-методические основы создания : монография. М. : Русайнс, 2016. 184 с.
2. Korneevets V. S., Semenova L. V. Specifics of forming the competitive hotel complex in the Kaliningrad region of Russia // Asian Social Science. 2015. № 3, Iss. 11. P. 289-295.

3. Zaitseva N.A., Semenova L.V., Larionova A.A., Yumatov K.V., Hamnaeva N.I. The role of human resource capacity to ensure the competitiveness of the cross-border cooperation projects in the tourism and hospitality industry // IEJME: MATHEMATICS EDUCATION. 2016. № 7, Iss. 11. P. 1961-1970.

4. Семенова Л. В. Опыт реализации практико-ориентированного обучения специалистов индустрии туризма в Балтийском федеральном университете // Эффективные формы взаимодействия образовательных организаций, профессионального сообщества и общественных организаций при подготовке кадров индустрии туризма: тезисы докладов участников серии вебинаров . под редакцией Ю. М. Белозеровой. М. : Изд-во: Русайнс, 2017. С. 24-32.

5. Общие требования к проведению профессионально-общественной аккредитации основных профессиональных образовательных программ, основных программ профессионального обучения, дополнительных профессиональных программ : постановление Председателя национального совета при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям. Утв. 3.07.2017 [электронный ресурс]. URL: <https://e.mail.ru/attachment/15074823710000000487/0;1>

6. Сборочный отчет по итогам проектно-аналитической сессии «Демонстрационный экзамен как платформа оценки и поиска компетентных кадров». М. : «Точка кипения» АСИ, 2017. [электронный ресурс]. URL: https://worldskills.moscow/content/proektno_analiticheskaja_sessija_demonstratsionnyj_ekzamen_kak_platforma_otsenki_i_poiska_kompetentnyh_kadrov_/

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Авилова Ж.Н. - кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Агаркова Н.В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики, ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Аноприева Е.В. – старший преподаватель кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Астахов Ю.В. – кандидат социологических наук, доцент, докторант кафедры социальных технологий Института управления НИУ «БелГУ», Член-корреспондент Академии наук социальных технологий и местного самоуправления

Бабинцев В.П. – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»

Бабинцева Е.И. – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»

Богданов В.С. – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)

Богомазова И.В. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Бочарова Т.А. – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью Института управления, НИУ «БелГУ»

Валиахметов Р.М. – кандидат социологических наук, директор Башкирского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (ФНИСЦ РАН)

Винник А.Е. – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Вишневская Е.В. – кандидат экономических наук доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Власова Т.А. – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»

Волгина Т.А. – студентка 3 курса, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»

Гайворонская С.А. – руководитель проектного офиса аппарата ректора, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Герасименко О.А. - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Глумова Я.Г. - ассистент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Голодова А.А. - кандидат экономических наук, научный сотрудник МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»

ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»

Гукова Е.А. - кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

Гуляев И.И. – кандидат философских наук, заместитель директора Института управления

Гусев Р.В. - предприниматель, ИП «Гусев Р.В.»

Давитян М.Г. – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин экономического факультета, ФГБОУ ВО «Белгородский государственный аграрный университет В.Я. Горина»

Дахова М.Н. - старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»

- Джолдасова В.К.** – специалист отдела культурно-воспитательной деятельности НИУ «БелГУ»
- Долинский Н.И.** - кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью, НИУ «БелГУ»
- Ермолаева Е.В.** - м.н.с., Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
- Жиленко В.Ю.** – кандидат биологических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Заливанский Б.В.** – кандидат социологических наук, доцент, директор, МАУ «Институт муниципального развития и социальных технологий»
- Захаров В.М.** – д.с.н., профессор, директор Института управления «БелГУ»
- Зотов В.В.** – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры государственного и муниципального управления, Академия госслужбы (г.Курск)
- Каменева Т.Н.** – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и политологии, Курский государственный университет
- Климова Т.Б.** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Колпина Л.В.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Комарова М.Е.** – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Компаниец С.А.** – старший преподаватель кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»
- Королева И.С.** – кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Королькова Д.И.** – ассистент кафедры экономики и моделирования производственных процессов, НИУ «БелГУ»
- Кузьмина Л.Р.** - преподаватель кафедры менеджмента МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»
- Кулик А.М.**- кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов, НИУ «БелГУ»
- Лебедев С.Д.** – кандидат социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии и организации работы с молодежью Института управления, НИУ «БелГУ»
- Лепин А.П.** - кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий Института философии и социально-политических наук, Южный федеральный университет
- Лихошерстова Г.Н.** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Ломовцева О.А.** - доктор экономических наук, профессор, МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»
- Лунина В.Ю.** - кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Лунина В.Ю.** – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Любимова Н.И.** – кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин экономического факультета, ФГБОУ ВО «Белгородский государственный аграрный университет В.Я. Горина»
- Мавляров Р.З.** – научный сотрудник Башкирского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН

- Мочалин А.В.** – старший преподаватель кафедры менеджмента факультета Экономики и управления, Старооскольский филиал НИУ «БелГУ»
- Надуткина И.Э.** – кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ»
- Начкебия М.С.** – старший преподаватель кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Никонова О.В.** – аспирант Института управления НИУ «БелГУ»
- Никулина Н.Н.** - кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин экономического факультета, ФГБОУ ВО «Белгородский государственный аграрный университет В.Я. Горина»
- Оборин М.С.** - д.э.н., профессор кафедры «Экономического анализа и статистики» Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова; профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории Пермского государственного национального исследовательского университета
- Овчаренко Л.А.** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Павленко Е.А.** – советник Ассоциации «Совет муниципальных образований Белгородской области»
- Парфенова Е.Н.** - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
- Пономарева Я.А.** - научный сотрудник, МБОУ ВО «Волжский институт экономики, педагогики и права»
- Попова Т.А.** - кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДонАУиГС при Главе ДНР»
- Попова Т.А.** – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
- Почестнев А.А.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Социология, психология и социальный менеджмент» Института инженерной экономики и гуманитарных наук, ФГБОУ ВО «Московский Авиационный Институт (Национальный исследовательский университет)»
- Преликова Е.А.** – преподаватель кафедры охраны труда и окружающей среды, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»
- Прядко С.Н.** - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
- Разбейко Н.В.** – преподаватель кафедры хозяйственного права, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Разбейко Н.В.**- преподаватель кафедры хозяйственного права, ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
- Реутов Е.В.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Реутов Н.Н.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»
- Реутова М.Н.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Семенова Л. В.** – канд. экон. наук, доцент Института рекреации, туризма и физической культуры Балтийского федерального университета и. И. Канта (Калининград)
- Самохвалова Е.В.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Семибратский М.В.** -кандидат экономических наук, Начальник центра проектного управления Высшей школы управления НИУ «БелГУ»
- Серкина Я.И.** – старший преподаватель кафедры управления персоналом НИУ «БелГУ»
- Симонова Е.В.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и социальных технологий факультета управления и социальных коммуникаций Тверского государственного технического университета

- Слатинов В.Б.** - доктор политических наук, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления Курского государственного университета
- Слинков А.М.** - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
- Слинкова О.К.** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Стрельцова Т.П.** - канд. техн. наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
- Стручаева Т.М.** – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин экономического факультета, ФГБОУ ВО «Белгородский государственный аграрный университет В.Я. Горина»
- Тимохина О.А.** – кандидат экономических наук, ассистент, ассистент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»
- Тушаев А.В.** - старший преподаватель кафедры теоретической и прикладной политологии Института философии и социально-политических наук Южного федерального университета
- Ушамирский А.Э.** – кандидат юридических наук, доцент, декан юридического факультета, МБОУ «Волжский институт экономики, педагогики и права»
- Турьянский В.А.** – аспирант кафедры социологии и управления БГТУ им. В.Г. Шухова
- Тхориков Б.А.** - кандидат социологических наук, доцент заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, НИУ «БелГУ»
- Удалых О.А.** - кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»
- Ушанов Ю.В.** - *заместитель председателя Совета по профессиональным квалификациям индустрии гостеприимства (Москва)*
- Хашаева С.В.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью Института управления, НИУ «БелГУ»
- Хижняков Д.П.** – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры социальных технологий Института управления, НИУ «БелГУ»
- Целютина Т.В.** – кандидат социологических наук, доцент кафедры управления персоналом, НИУ «БелГУ»
- Чемерис О.С.** - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов, начальник отдела мониторинга, НИУ «БелГУ»
- Чумаков А.Н.** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Старооскольского филиала НИУ «БелГУ»
- Шаповал Ж.А.** – кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных технологий, НИУ «БелГУ»
- Шилова В.А.** – кандидат социологических наук, доцент, доцент ГАУГН, ведущий научный сотрудник ФНИСЦ РАН
- Яковенко О.В.** – старший преподаватель кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»
- Ясенок С.Н.** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, НИУ «БелГУ»

Научное издание

УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ

Сборник статей по материалам
Международной научно-практической конференции

(НИУ «БелГУ», 1 ноября 2017 года)

Статьи печатаются в авторской редакции

Оригинал-макет: Л.П. Котенко
Обложка: Н.М. Сысоева

Подписано в печать 29.11.2017. Формат 60×90/16
Гарнитура Times New Roman. Усл. п. л. 20,6. Тираж 100 экз. Заказ 267.
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»
308015 г. Белгород, ул. Победы, 85. Тел.: 30-14-48