



Чувашский государственный институт
культуры и искусств

СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА



Бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Чувашской Республики
«Чувашский государственный институт культуры и искусств»
Министерства культуры, по делам национальностей
и архивного дела Чувашской Республики

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Материалы
Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием
(Чебоксары, 20 августа 2021 г.)

Чебоксары
Издательский дом «Среда»
2021

УДК 330(082)
ББК 65.011я43
С69

Рецензенты: **Самигуллин Эльдар Валиевич**, д-р экон. наук, профессор Кыргызского экономического университета имени М. Рыскулбекова, Кыргызская Республика
Радина Оксана Ивановна, д-р экон. наук, профессор Филиала ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» в г. Новошахтинске

Редакционная коллегия: **Фомин Эдуард Валентинович**, канд. филол. наук, доцент, заведующий кафедрой БОУ ВО «Чувашский государственный институт культуры и искусств» Минкультуры Чувашии

Дизайн обложки: **Фирсова Надежда Васильевна**, дизайнер

С69 Социально-экономические процессы современного общества : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Чебоксары, 20 августа 2021 г.) / под ред. Э.В. Фомина. – Чебоксары: ИД «Среда», 2021. – 164 с.

ISBN 978-5-907411-61-6

В сборнике представлены статьи участников Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Социально-экономические процессы современного общества». В материалах сборника приведены результаты теоретических и прикладных изысканий представителей научного и образовательного сообщества в данной области.

Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за приведенные в исследовании экономические данные несут авторы.

ISBN 978-5-907411-61-6
DOI 10.31483/a-10304

© БОУ ВО «Чувашский государственный институт культуры и искусств»
Минкультуры Чувашии, 2021
© Издательский дом «Среда», 2021

Предисловие

БОУ ВО «Чувашский государственный институт культуры и искусств» Минкультуры Чувашии представляет сборник материалов по итогам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием **«Социально-экономические процессы современного общества»**.

В материалах сборника приведены результаты теоретических и прикладных изысканий представителей научного и образовательного сообщества в данной области.

По содержанию публикации разделены на основные направления:

1. Социально-экономические процессы в российском обществе и ближнем зарубежье.
2. Социально-экономические условия жизнедеятельности населения.
3. Вопросы социально-экономической эффективности предприятий.
4. Правовые проблемы развития российской государственности.
5. Социально-экономическое развитие общества: исторический аспект.
6. Проблемы социализации и профессионального становления личности.
7. Социальные процессы в контексте глобализации.

Авторский коллектив сборника представлен широкой географией: городами России (Москва, Санкт-Петербург, Бор, Грозный, Дзержинск, Казань, Красноярск, Орехово-Зуево, Самара, Саратов, Стерлитамак, Ухта, Хабаровск, Чита) и Кыргызской Республики (Бишкек).

Среди образовательных учреждений выделяются университеты и институты России (Балтийский гуманитарный институт, Башкирский государственный университет, Военная академия связи им. Маршала Советского Союза С.М. Буденного, Государственный гуманитарно-технологический университет, Дальневосточный государственный университет путей сообщения, Забайкальский государственный университет, Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП), Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина, Кубанский государственный технологический университет, Московский педагогический государственный университет, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Российский государственный гуманитарный университет, Самарский юридический институт ФСИН России, Сахалинский государственный университет, Университет управления «ТИСБИ», Ухтинский государственный технический университет, Чеченский государственный университет) и

Кыргызской Республики (Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова).

Участники конференции представляют собой разные уровни образования и науки: доктора и кандидаты наук, профессора и доценты, аспиранты, студенты, преподаватели вузов, а также научные сотрудники.

Редакционная коллегия выражает глубокую признательность нашим уважаемым авторам за активную жизненную позицию, желание поделиться уникальными разработками и проектами, участие во Всероссийской научно-практической конференции с международным участием **«Социально-экономические процессы современного общества»**, содержание которой не может быть исчерпано. Ждем Ваши публикации и надеемся на дальнейшее сотрудничество.

Главный редактор
канд. филол. наук, доцент, заведующий кафедрой
БОУ ВО «Чувашский государственный
институт культуры и искусств» Минкультуры Чувашии
Э.В. Фомин

Оглавление

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ И БЛИЖНЕМ ЗАРУБЕЖЬЕ

<i>Ахметова Л.Ф.</i> Формирование у старшеклассников мотивации на приобретение знаний в сфере предпринимательства.....	8
<i>Веллем Л.А., Потанькина И.А.</i> Современные миграционные процессы в России: анализ и особенности.....	13
<i>Грязнов С.А.</i> Современные модели экономических преступлений... 23	
<i>Кушнарёва И.М.</i> Анализ и оценка состояния кейтеринговых услуг в Кыргызской Республике	26
<i>Левкова Д.А.</i> Меры финансовой и денежно-кредитной политики России в современных условиях экономической нестабильности	32

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

<i>Андропова И.В., Чулкова А.С.</i> Структурные преобразования рынка труда в условиях цифровой экономики.....	36
<i>Грязнов С.А.</i> Особенности менеджмента XXI века.....	39
<i>Логачева Д.А.</i> Экология города как фактор роста социально-экономического благополучия населения.....	42
<i>Серафимов М.М., Соломаха Е.Н., Водопьянов С.В.,</i> Информационные технологии в муниципальном управлении	45

ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

<i>Бикметов Р.Ш., Мурзагулова А.Р., Садыкова Л.Г.</i> Построение эффективной системы мотивации персонала как фактор повышения производительности труда в организации.....	49
<i>Володина Д.Ю.</i> Анализ дефиниции финансового состояния компании ...	52
<i>Гусев С.С.</i> Виртуализация социально-экономических процессов	54
<i>Гусев С.С.</i> Использование прав на объекты промышленной собственности в производственно-хозяйственной деятельности предприятий.....	60
<i>Гусев С.С.</i> Надежность предприятия как основа формирования эффективной деятельности.....	64
<i>Идигова Л.М., Садулаева Х.Х., Абумуслимова Ф.И.</i> Эмоциональная маркетинговая концепция.....	68
<i>Ключевская И.С.</i> Причины организации взаимодействия фирм-рекламодателей с рекламными агентствами.....	75
<i>Михайлова В.М., Ющук Д.Д.</i> Основные этапы построения маркетинговой стратегии для предприятий, работающих на рынке очков и очковой оптики.....	78

<i>Павлов В.А., Милая А.В.</i> Бренд-менеджмент как инструмент эффективного управления организацией.....	85
<i>Сташ А.А., Ломакина О.В.</i> Проблемы эффективности автотранспортного предприятия с точки зрения производительности	89
<i>Швецова Е.Ю., Бикметов Р.Ш.</i> Принципы управления персоналом организации	94

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

<i>Адмаев О.В.</i> Нормотворчество в экологических задачах уполномоченного по правам человека в Российской Федерации – Доклад-2021	97
<i>Валиков Н.С.</i> Возможности общественной приемной уполномоченного по защите прав предпринимателей в современных условиях	104
<i>Васильева Е.Н.</i> Социальная ценность права и искусства для современного общества.....	107
<i>Герасимова А.Р.</i> Ретроспектива регламентации ответственности за организацию незаконного вооруженного формирования или участия в нем	111
<i>Ким К.В.</i> Проблемы правового регулирования деятельности юридических клиник.....	114
<i>Лаврентьев М.В.</i> В.И. Зимберг – начальник Шлиссельбургского каторжного центра в 1907–1917 гг.....	117
<i>Ромашова Т.В.</i> Некоторые особенности правового нигилизма в России.....	119
<i>Селецкий Б.Э.</i> Правовой опыт Великобритании в государственной финансовой поддержке проектной деятельности в свете российской реформы институтов развития	123
<i>Ходаков И.В., Зимица Н.В.</i> Развитие некоммерческих организаций в муниципальных образованиях (на примере территориального общественного самоуправления).....	127
<i>Чиркова Е.И., Лягин К.А.</i> Правовое воспитание как способ формирования правовой культуры индивида в современном обществе	130

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

<i>Лаврентьев М.В.</i> Создание первых исправительно-воспитательных заведений для несовершеннолетних правонарушителей во Франции в первой половине XIX в.	134
<i>Поздняков А.Н.</i> Некоторые аспекты государственной образовательной политики в первой половине 1920-х гг. (по оценкам советского функционера)	137

**ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ
И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ**

Бородина В.Н. Моббинг в организации как социально-психологическая проблема..... 142

Сметанкина Л.В. Педагогические аспекты повышения уровня правовой подготовки курсантов вузов 145

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Грязнов С.А. Варианты решения проблемы перенаселения..... 149

Звонова Е.В., Ждиханова К.И. Характеристики целевой аудитории и эффективность социальной рекламы..... 152

Нарынская А.А. Деятельность нетрадиционных религиозных организаций в современном обществе Республики Корея 155

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ И БЛИЖНЕМ ЗАРУБЕЖЬЕ

Ахметова Лейсан Фархатовна

аспирант

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
г. Казань, Республика Татарстан

DOI 10.31483/г-99313

ФОРМИРОВАНИЕ У СТАРШЕКЛАССНИКОВ МОТИВАЦИИ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ЗНАНИЙ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация: сегодня в определенной степени детерминируется пересмотр традиционного школьного образования, исходя из запросов российского общества, начинающего жить в условиях рыночной экономики во всех ее аспектах. Это вызвано тем, что приходится преодолевать противоречия между ростом экономических отношений и школьным образованием; между высоким уровнем требований к этической культуре предпринимателей и недостаточным уровнем методического обеспечения формирования предпринимательской культуры. В связи с этим, в статье рассмотрены компоненты предпринимчивости, возможности интеллектуального потенциала, личные качества старшеклассника, необходимые навыки в области предпринимательства, планирование старшеклассником ближних целей и отдаленных целей.

Ключевые слова: старшеклассники, экономическое образование, предпринимательская подготовка, мотивация к предпринимательству, предпринимательские ценности, интеллектуальный потенциал, предпринимательская культура.

Социально-экономическая ситуация в российском обществе детерминирует в сфере отечественного образования проблему нахождения путей для индивидуальных образовательных маршрутов учащихся в направлении их выбора своей будущей профессиональной деятельности. Это вызвано также и тем, что сегодня повышается в России статус предпринимательства, а отсюда – создание новой социальной формации, где люди, занятые в бизнесе, обладают соответствующей культурой и развитым чувством ответственности за свою деятельность. Однако с учетом некоторого падения нравственных ценностей, обусловленного ориентацией на обогащение, встает вопрос о нравственном воспитании учащихся, что вызывает необходимость решения данной проблемы в современном образовании. В этой связи, при организации экономического образования стало уделяться особое внимание предпринимательской подготовке учащихся. Об этом говорит и то, что в последнее время в области предпринимательской подготовки учащейся молодежи стал накапливаться определенный педагогический опыт, раскрываемый в различных научных исследованиях. К разработке теоретических основ экономического образования можно,

например, отнести работы Л.Б. Азимова, Е.Б. Журавской, М.Б. Богданова, Г.А. Кожуховой, Н.В. Михалкович, Л.Я. Селюковой, Т.А. Федоткиной и т.д. [1; 2; 5; 7; 9; 10], которые в различных аспектах раскрывали сущность понятий «экономическое мышление» и «предпринимательская культура» и на этой основе предлагали направления экономического образования и формирования у учащихся и учащихся мотивации на приобретение знаний из сферы предпринимательства. Большое внимание формированию готовности учащихся к предпринимательской деятельности уделено в исследованиях таких авторов, как Н.И. Городецкая, Т.В. Елицина, Г.Г. Костанди, И.М. Саяпова, Н.А. Шевырина, Г.Б. Шишова и др. [3; 4; 6; 8; 11; 12]. Вопросами предпринимательства занимались также и зарубежные исследователи М.Д. Фу, Н.Ф. Крюгер, А.Л. Карсрад, У.Х. Стюарт, У.Э. Уотсон, Дж.К. Карланд, Дж.У. Карланд и др. [13; 14; 15].

Рассматривая далее аспекты формирования у старшеклассников мотивации на приобретение знаний из сферы предпринимательств, необходимо отметить, что учителя должны начинать свою работу по части мотивирования учащихся на приобретение ими не только знаний о различных областях предпринимательского дела, необходимых качеств предпринимателя, его умений и навыков, но также и на формирование у них установки на важность грамотного структурирования своих возможностей при организации предпринимательской деятельности. Для того, чтобы начать собственное дело, учащиеся должны четко осознавать необходимость владения специфическими знаниями, которые касаются сферы бизнеса, а также о развитии у себя ключевых навыков, чтобы иметь успех при осуществлении такого рода деятельности. Все это укладывается и в представления старшекласников о своих ближних и отдаленных целях, которые, так или иначе, охватывают следующие аспекты: личные качества, присущие предпринимателю; навыки творческого мышления и рефлексии; высокий уровень межличностных навыков; способность к самоорганизации в любом виде деятельности. Именно на это должен быть мотивирован старшеклассник при формировании у себя необходимых компонентов предприимчивости как важнейшего качества. Данное качество формируется через развитие ценностного отношения к предпринимательской деятельности; повышение интеллектуального потенциала; расширение социокультурного контекста предпринимательской деятельности. Отсюда, мотивация на приобретение знаний из сферы предпринимательства связана с будущей интеграцией старшекласников в социальную и экономическую среду социума, где им придется на основе определения своих возможностей и принятия решений моделировать свою продуктивную деятельность с использованием всевозможных ресурсов для достижения результатов. Для этого старшеклассник должен быть мотивирован на саморазвитие предпринимательских ценностей, высокого уровня внутреннего самоконтроля, готовности к самореализации на основе самодисциплины и соответствующего уровня профессиональных притязаний.

Что касается интеллектуального потенциала, то он предполагает наличие способности осуществлять аналитическую деятельность, связанную, например, с планированием и поиском ресурсов, требующих проявления интуиции и креативности в ситуациях неопределенности, а также умения верифицировать и оценивать собственные решения. Знания из сферы

предпринимательства, входящие в интеллектуальный потенциал старшеклассника, являются, по сути, его предпринимательской грамотностью, которую выпускники школы будут развивать и далее.

Говоря же о социокультурном контексте предпринимательской деятельности старшеклассника, важно иметь в виду его умение соединять элементы общей и предпринимательской культуры, когда он учится выбирать оптимальную стратегию для осуществления ближних и отдаленных целей своего, как личностного, так и профессионального развития. Для этого старшеклассник должен развивать у себя соответствующие личные качества, которые способствовали бы ему уверенно достигать желаемых результатов. Учителю приходится исподволь направлять своих подопечных в воспитании у себя следующих качеств, необходимых для успешного предпринимателя:

- целеустремленность (последовательность действий при достижении поставленной цели, а также следование этой выбранной цели и принятым решениям при их реализации);

- оптимизм (перевод любого сомнения в уверенность и на этой основе актуализацию деятельности с преодолением постоянно возникающих трудностей);

- настойчивость (готовность работать в ситуации неопределенности на основе анализа своего негативного опыта с последующей коррекцией стратегии с учетом изменяющихся обстоятельств);

- решительность (готовность к принятию ответственных решений в условиях риска и реализации их в деятельности);

- инициативность (готовность к осуществлению общественно значимых преобразований на основе активной жизненной позиции);

- креативность (умение вырабатывать продуктивные решения в ситуациях с большим количеством условий);

- самостоятельность (способность ставить цели и намечать пути их реализации без посторонней помощи);

- ответственность (сознательное соблюдение социальных ценностей, норм и правил на основе моральных принципов и убеждений);

- восприимчивость (умение осуществлять оценку и перспективность предпринимательских идей на основе личного опыта);

- видение (умение представить общую картину предстоящей деятельности и донести ее до окружающих).

Далее за этими качествами следует приобретение старшеклассниками определенных навыков в области предпринимательства, предполагающих обогащение соответствующего опыта на основе технологических знаний и компетенций в данной сфере. К этим навыкам можно отнести, в частности, следующие:

- умение строить продуктивные отношения с окружающими на основе высокого уровня эмоционального интеллекта;

- умение организовывать успешную коммуникацию со своей командой и будущими клиентами фирмы;

- умение контактировать с людьми на уровне доверия и уважения;

- умение слушать окружающих и понимать их нужды и проблемы;

- умение критически мыслить в направлении поиска творческих подходов к решению проблем;

- умение распознавать новые возможности и тенденции в своей нише предпринимательского дела;
- умение принимать решения, исходя из постоянно расширяющегося потока информации;
- умение четко планировать свой бизнес-план и привлекать к нему своих сподвижников;
- мотивация к постоянной постановке перед собой целей и на этой основе создание плана действий;
- проявление лидерства при сплачивании вокруг себя единомышленников, чтобы мотивировать их на реализацию своих идей.

Все это можно представить в виде ближних целей, которые должен поставить перед собой старшеклассник. Далее в виде отдаленной цели старшеклассник четко формулирует для себя обоснованную идею для будущего ведения какого-нибудь вида бизнеса, для чего ему потребуются определенные коммерческие навыки, которыми он и будет овладевать в процессе своего предпринимательства. Так, ему придется научиться, например, умению управлять своим предприятием; умению контролировать и целесообразно использовать финансы; умению предоставлять соответствующие услуги, продавать товар и т. д. Для этого ему придется проявлять свою компетентность, которая представляет собой общую способность к деятельности на основе знания и опыта, приобретенного в процессе социализации и самостоятельного ведения какого-нибудь вида предпринимательской деятельности. В этой связи, важно формирование у себя такой способности, как мобильность, которая позволяет на основе предвидения изменений в тех или иных тенденциях бизнес сферы адаптировать к ним свое поведение и стратегию деятельности в изменяющихся условиях. В контексте этой способности старшекласснику важно развивать у себя навыки проявления новаторства как способности находить варианты эффективного воплощения своих идей, ориентированных, в частности, на достижение прибыльной деятельности. Для этого он должен формировать у себя готовность к риску, что подразумевает всесторонний анализ сложившейся ситуации с целью применения новых приемов разрешения возникшей проблемы, для чего, собственно риск и связан всегда с находчивостью. Это требует воспитания у себя силы воли, предполагающей умение преодолевать внешние и внутренние трудности при реализации предпринимательских целей. В этой связи можно отметить обоснование эффективности формирования у старшеклассников мотивации на приобретение знаний из сферы предпринимательства для понимания своих ближних и отдаленных целей в следующих аспектах:

- у учащихся повышается уровень знаний по таким предметам как экономика, технология, право, социология, психология;
- учащиеся осознают ценности школьного образования и его связи с самостоятельной исследовательской деятельностью в области предпринимательства;
- учащиеся понимают важность владения соответствующими личностными качествами предпринимателя для решения прагматических задач;
- у учащихся повышается уровень коммуникативных компетенций, способствующих качественной коммуникации с различными представителями деловой сферы социума;

- у учащихся повышается самооценка и мотивация к самоактуализации, исходя из повышения уровня уверенности в свои силы;
- у учащихся повышается мотивация к собственно познавательной деятельности;
- у учащихся формируются навыки учиться самостоятельно, используя разнообразные источники информации, особенно учитывая их ориентированность на реализацию своих профессиональных потребностей, связанных, так или иначе, с активизацией их само-процессов.

Большим потенциалом для формирования у старшеклассников мотивации на приобретение знаний из сферы предпринимательства для понимания ими своих ближних и отдаленных целей обладает профильное образование, в рамках которого они могут познакомиться с предметами, наиболее близкими их интересам. При грамотной организации диагностики у учащихся можно выявлять способности к той или иной сфере деятельности. Как показываем практика школы, профильное образование создает предпосылки для мотивации старшеклассников к развитию у себя предпринимательских способностей и на этой основе формированию у себя основ предпринимательской культуры.

В заключение отметим, что очень важно с самого начала подвести старшеклассников к целеполаганию намечаемой ими деятельности, которая была бы направлена на созидание чего-то нового для них. Отсюда, важно формировать у них готовность к проявлению социальной ответственности, на основе которой культивировать у них мотивацию к личностной самореализации, для чего им необходимо понимать свои ближние и отдаленные цели. Этому может способствовать, в частности, решение таких задач, как: обеспечение условий для формирования личностной позиции старшеклассника в ходе приобретения им знаний из сферы предпринимательства; развитие у старшеклассника навыка адекватного сопоставления своих возможностей с требованиями избранной им профессии; доведение старшеклассника до ясного понимания им важности предпринимательства, исходя из понимания им своих ближних и отдаленных целей; четкое обоснование возможностей предпринимательства с точки зрения замысла и результатов; формирование у каждого старшеклассника готовности к самообразованию на основе мотивации на приобретение знаний из сферы предпринимательства и т. д.

Список литературы

1. Азимов Л.Б. Уроки экономики в школе (Активные формы преподавания). / Л.Б. Азимов, Е.В. Журавская. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 71 с.
2. Богданов М.В. Обучение старшеклассников основам предпринимательской деятельности: автореферат дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М.В. Богданов. – Самара, 1999. – 18 с.
3. Городецкая Н.И. Формирование готовности старшеклассников к предпринимательской деятельности: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.И. Городецкая. – М. – 1994.
4. Елицина Т.В. Подготовка старшеклассников к предпринимательской деятельности в условиях общеобразовательной школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Т.В. Елицина. – Чебоксары, 1997.
5. Кожухова Г.А. Педагогические условия экономической подготовки школьников в образовательной области «Технология»: дис. ... канд. пед. наук. – Брянск, 2000. – 164 с.
6. Костанди Г.Г. Мотивация к инновационному предпринимательству: дис. ... канд. экон. наук: 22.00.03: РГБ ОД, 61:00–8/1220–5 / Костанди Г.Г. – СПб., 1999. – 197 с.
7. Михалкович Н.В. Формирование экономического мышления старшеклассников в процессе учебного и производственного труда: канд. дис. – Минск, 1991. – 180 с.

8. Саяпова И.М. Педагогические условия подготовки старшекласников к предпринимательской деятельности: дис. ... канд. пед. наук. – Уфа, 2001. – 184 с.
9. Селюкова Л.Я. Дидактические условия и средства экономической подготовки школьников: дис. ... канд. пед. наук. – М., 1996. – 162 с.
10. Федоткина Т.А. Педагогические условия экономической подготовки учащихся в учреждениях дополнительного образования: дис. канд. пед. наук. – М.: 1997. – 170 с.
11. Шевырина Н.А. Формирование нравственных представлений учащихся о предпринимательской деятельности: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Н.А. Шевырина. – Самара, 2003. – 24 с.
12. Шишова Г.Б. Допрофессиональная подготовка старшекласников к предпринимательской деятельности: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Г.Б. Шишова. – Казань, 1998. – 19 с.
13. Foo M.D. (2011). «Emotions and entrepreneurial opportunity evaluation». Entrepreneurship Theory and Practice. 35 (2): 375–393.
14. Krueger N. F., & Carsrud A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship and Regional Development, 5(4), 315–330.
15. Stewart W.H., Watson W.E., Carland J.C., & Carland J.W. (1995). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. Journal of Business Venturing, 14, 189–214.

Веллем Лариса Александровна

канд. экон. наук, доцент

Потанькина Ирина Александровна

бакалавр

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»
г. Москва

DOI 10.31483/г-99264

СОВРЕМЕННЫЕ МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В РОССИИ: АНАЛИЗ И ОСОБЕННОСТИ

Аннотация: в статье рассматриваются особенности миграционных процессов в Российской Федерации в современных условиях, представлены анализ общей и внутренней миграции населения России, а также специфика и результаты оценки регулирования миграционной политики в Российской Федерации.

Ключевые слова: миграция, миграционные процессы, национальная безопасность, государственное регулирование, миграционные процессы в Российской Федерации.

Миграция населения для многих государств стала важным фактором их экономического и социального развития. На современном этапе практически не осталось стран, которые в той или иной степени не были вовлечены в миграционные отношения. Начало массовой миграции на территорию Российской Федерации приходится на 90-е годы XX столетия. Государство в тот период не было готово к регулированию потоков миграции.

В настоящее время миграция достигла исторически уникального уровня, формируя особую модель глобализации, включающую в себя

относительно свободное передвижение людей, денег и товаров. Являясь одним из проявлений процесса глобализации, миграция в целом оказывает позитивное влияние на социально-экономическое и политическое развитие государства, способствует интеграции международного сообщества, культурному сближению народов, развитию производительных сил. Вместе с тем, если миграционные процессы носят неуправляемый характер, то уровень обеспечения безопасности государства резко снижается. Кроме того, неконтролируемая миграция не позволяет обеспечить защиту прав самих мигрантов, что необходимо учитывать в современной ситуации, когда мировое сообщество столкнулось с небывалым размахом террористических угроз, приводящих к глобальным негативным последствиям.

Принимая во внимание различные мнения по трактовке определения «миграция», в рамках настоящей статьи будем иметь в виду, что миграция – это территориальное изменение местоположения индивида или группы людей, как на макроэкономическом, так и на мировом уровне с фиксацией его/их места передвижения различными способами. Это процесс, обусловленный людьми, которые переезжают из одной страны (государства) в другую страну (государство), с одного места или территории на другое место или на другую территорию.

Каждому явлению или событию присущи свои отличительные черты, которые позволяют его идентифицировать, отличить от других. Миграция содержит в себе сочетание объективных и субъективных условий, что является также ее особенностью. Объективные факторы направлены на условия жизни, которые необходимы человеку для его комфортного существования. Они подразделяются на две группы: естественные и общественные. Естественные факторы включают в себя почвенные изменения, климат, геологические и фитогеографические факторы, поскольку они являются базисом для развития производств. Общественные факторы затрагивают этнос, демографию, психологические и социальные факторы. Все они обладают сложной структурой. Субъективные факторы миграции, как правило, зависят от индивидуальных причин каждого индивида, решившего покинуть ту или иную территорию, изменить свое местоположение.

Российское законодательство гарантирует человеку свободу передвижения, выбор места пребывания, беспрепятственное перемещение за пределы государства и возможность беспрепятственного возвращения в соответствии со статьей 27 Конституции Российской Федерации. Достоверная информация об объемах миграции, о происходящих миграционных процессах имеет весомое значение для правильного выбора инструментов политики государства, влияя на различные аспекты экономического развития страны и поддержания ее стабильности.

В рамках настоящей статьи рассмотрим некоторые показатели миграции населения Российской Федерации. На рис. 1 приведена динамика общих итогов миграции населения Российской Федерации в 1990–2020 гг. (график составлен авторами на основе данных Росстата, электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>).

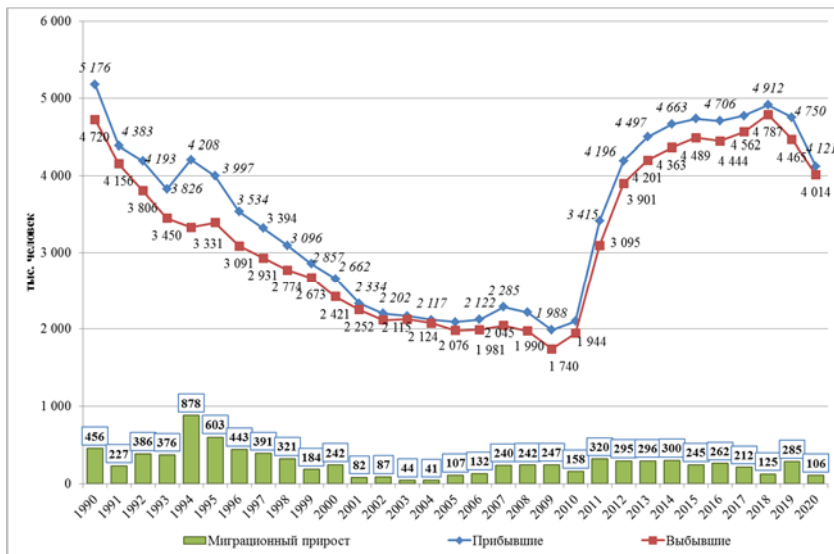


Рис. 1. Динамика общих итогов миграции населения Российской Федерации в 1990–2020 гг.

Как видно из представленных на рис. 1 данных, в период 1990–2009 гг. объемы миграции постепенно снижались. Так, например, в указанный период число прибывших в Российской Федерации снизилось в 2,6 раза: с 5,176 млн. человек в 1990 году до 1,988 млн. человек в 2009 году.

В период с 2009 года по 2018 год произошло резкое повышение уровня миграции: только за 2011 год число прибывших составило 3,412 млн. человек, что на 62% выше чем в 2010 году (2,102 млн. человек).

В 2018 году объем общей миграции составил по показателю прибывших 4,912 млн. человек, что в 2,47 раза выше, чем в 2009 году (1,988 млн. человек). В 2019–2020 гг. наметился по объективным причинам некоторый спад числа прибывшего (к уровню 2018 года 96,7% и 83,9%, соответственно) и выбывшего (к уровню 2018 года 93,3% и 83,9%, соответственно) населения Российской Федерации.

Специалисты подразделяют миграцию на два вида, где критерием деления выступает признак – пересечение Государственной границы Российской Федерации. Пересечение Государственной границы России иностранными гражданами и лицами без гражданства образует внешнюю миграцию. Внутреннюю миграцию образуют перемещения граждан России в пределах нашего государства.

Необходимо отметить, что одной из основных целей миграционной политики с 2000-х годов являлось привлечение внешней трудовой миграции и ее легальность. По степени снижения переселения и смены места жительства в России заметно увеличился спрос на рабочие места. Такая ситуация сохранялась до 2014 года, а 2015 год стал ключевым годом для иностранных граждан, ищущих работу в Российской Федерации. По

сравнению с 2014 годом количество иностранных граждан, получивших разрешение на работу, в 2015 году сократилось на 75 процентов.

Скачок на фоне обвала рубля привел к быстротечному оттоку иностранных граждан, а также, в частности, усложнения порядку легализации трудовых мигрантов в связи с внесением изменений в закон «О правовом положении иностранных граждан» №115-ФЗ, которым необходимо в течение 30 дней после прибытия приобретать патент для трудовой деятельности, а также сдавать соответствующие экзамены на знание русского языка и приобретать полисы медицинского страхования.

Тенденция продолжалась на протяжении следующих 5 лет. Причиной сокращения числа трудовых мигрантов являлась девальвация рубля и сжатие рынка труда в России. Также основной причиной стали высокие затраты на легализацию и административные барьеры.

Актуальной проблемой есть и остается сокращение числа рабочей силы. Для его увеличения и удвоенного темпа экономического роста необходимы реформы, которые повышают миграцию, расширяет объем инвестиционных вложений и ускоряет рост факторной производительности.

Без увеличения человеческого капитала путем миграции экономика страны не будет расти желаемыми для ее развития темпами. По подсчетам экспертов Института исследований развивающихся рынков Сколково для прироста ВВП на 5% в год, трудовые ресурсы должны увеличиваться на 1,5% в год, соответственно, т.е. как минимум на 755 тыс. человек.

Согласно информации, содержащейся в Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 годы (утв. Указом от 31.10.2018 №622, далее по тексту – Концепция), «в 2012–2019 годах миграционный приток в Российскую Федерацию компенсировал естественную убыль населения и был источником дополнительных трудовых ресурсов для национальной экономики. В гражданство Российской Федерации принято более 1 млн. человек, из них 525 тыс. человек – в рамках Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом. Суммарный миграционный прирост за этот период составил 1,6 млн. человек. Среднегодовая численность трудящихся-мигрантов составила около 3 млн. человек (3–4 процента от среднегодовой численности всех трудовых ресурсов).» [1, с. 4]

В целом направленные в Российскую Федерацию миграционные потоки поддержаны действием факторов, которые определяют основной вектор внутренней миграции. Центрами миграционной привлекательности для иностранных граждан становятся в первую очередь крупные экономически развитые города европейской части России, а также приграничные территории Сибири и Дальнего Востока [1, с. 5]

За последние годы существенно возросла миграционная активность вблизи внешних границ Российской Федерации и в зоне ее интересов. Интенсивный миграционный поток из стран Ближнего Востока и Северной Африки в Европу, возникший в 2014–2015 годах, становится причиной негативных социально-экономических процессов в европейских государствах, а также способствует проникновению в эти государства членов криминальных, террористических и экстремистских структур. Такие негативные проявления могут стать угрозой, как для Российской Федерации, так и для приграничных с ней государств.

На рис. 2 приведена динамика внутренней миграции населения Российской Федерации в 2000–2020 гг. (график составлен авторами на основе данных Росстата, электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>).

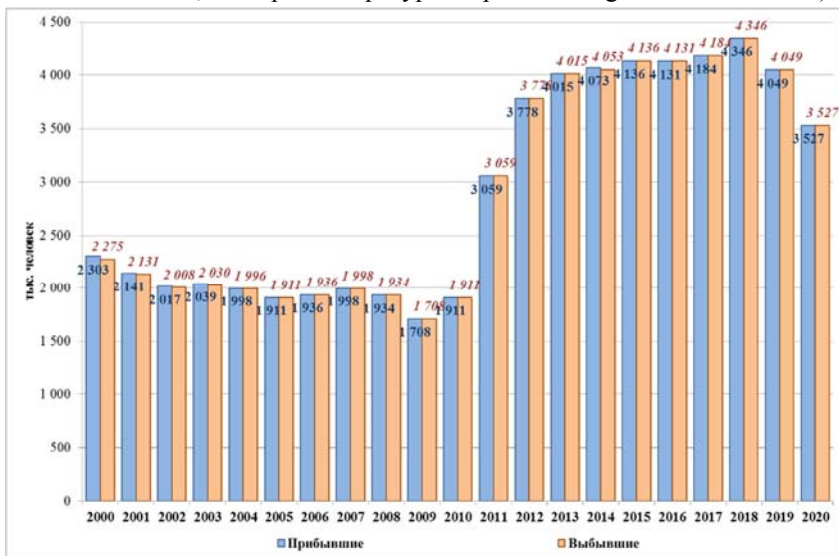


Рис. 2. Динамика внутренней миграции населения Российской Федерации в 2000–2020 гг.

Как видно из приведенных на рис. 2 данных, в период 2009–2018 гг. (пики динамики) интенсивность внутренней миграции в Российской Федерации увеличилась в 2,54 раза. В 2019 и 2020 годах интенсивность немного спала и составила к уровню 2018 года 93,2% и 81,1%, соответственно.

При сравнении данных, приведенных на рис. 1 и рис. 2 заметно, что доля внутренней миграции в общей миграции населения составляет от 85,2% (в 2019 году) до 94,4% (в 2005 году).

На рис. 3 приведена схема миграционного обмена населением (сальдо миграции) между федеральными округами Российской Федерации на примере данных 2013 года.



Рис. 3. Пример миграционного обмена населением (сальдо миграции) между федеральными округами Российской Федерации (по данным 2013 года)

Необходимо отметить, что сохраняется общая тенденция к оттоку населения в Центральный, Северо-Западный, Юго-Западный регионы страны, что является постоянным фактором роста диспропорции в размещении населения. Практически весь потенциал внутренней миграции приходится на такие городские агломерации, как Москва и Санкт-Петербург, а также на Краснодарский край.

В табл. 1 приведены показатели внутрироссийской миграция по территориям прибытия и выбытия в 2020 году (матрица по федеральным округам). Табл. 1 составлена по данным Росстата, электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>.

Таблица 1

Внутрироссийская миграция по территориям прибытия и выбытия в 2020 году (тыс. человек)

Из ФО	В федеральные округа (ФО)								Ито го из ФО
	ЦФ О	СЗ ФО	Ю ФО	СК ФО	ПФ О	УФ О	СФ О	ДФ О	
Центральный (ЦФО)	642	49	51	24	66	17	20	14	883
Северо-Западный (СЗФО)	49	302	22	8	27	10	12	9	438
Южный (ЮФО)	52	21	217	18	14	12	11	9	353

Окончание таблицы 1

Северо-Кавказский (СКФО)	28	11	19	86	4	8	3	2	160
Приволжский (ПФО)	78	32	20	5	485	34	7	6	666
Уральский (УФО)	20	13	18	6	32	216	11	3	319
Сибирский (СФО)	27	19	20	3	9	15	328	17	439
Дальневосточный (ДФО)	19	15	15	2	7	4	18	187	268
Итого в ФО	914	463	382	152	643	316	410	247	3 527

Приведенные в табл. 1 данные свидетельствуют о том, что основное движение населения происходит внутри федеральных округов Российской Федерации. Практически из всех федеральных округов, за исключением Уральского ФО, в основном выбывают в Центральный ФО. Из Уральского ФО наибольшее число населения выбыло в Приволжский ФО. Из Центрального ФО также в основном население выбыло в Приволжский ФО.

Объем внутривосрийской миграции по территориям прибытия и выбытия в 2013 году составил 4,015 млн. человек, в 2020 году – 3,527 млн. человек (сравнительный анализ приведен табл. 2). Табл. 2 составлена по данным Росстата, электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781>.

Таблица 2

Сравнение внутривосрийской миграции по территориям прибытия и выбытия в 2013 и 2020 годах

<i>Федеральный округ</i>	<i>Прибытие</i>			<i>Выбытие</i>			<i>Прирост</i>		
	<i>2013</i>	<i>2020</i>	<i>изм.</i>	<i>2013</i>	<i>2020</i>	<i>изм.</i>	<i>2013</i>	<i>2020</i>	<i>изм.</i>
Центральный	988	914	-73	845	883	38	143	31	-112
Северо-Западный	487	463	-24	446	438	-8	41	25	-16
Южный	376	382	6	340	353	14	36	28	-7
Северо-Кавказский	190	152	-38	237	160	-77	-47	-8	39
Приволжский	774	643	-131	839	666	-173	-65	-23	42
Уральский	405	316	-89	421	319	-102	-16	-3	13
Сибирский	581	410	-171	633	439	-194	-52	-29	23
Дальневосточный	215	247	32	254	268	14	-39	-21	18
<i>Итого</i>	<i>4 015</i>	<i>3 527</i>	<i>-488</i>	<i>4 015</i>	<i>3 527</i>	<i>-488</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>

Из данных, приведенных в табл. 2, видно, как изменился миграционный прирост населения в 2020 году по сравнению с уровнем 2013 года. В Центральном ФО, Северо-Западном ФО и Южном ФО темпы прироста снизились, в остальных ФО увеличились.

Для сравнения показателей передвижения между федеральными округами была определена структура прибытия и выбытия населения по рассматриваемым годам (рис. 4 и рис. 5) на основе данных табл. 2.

Как видно из данных, приведенных на диаграммах рис. 4 и рис. 5, общая структура прибытия и выбытия в разрезе федеральных округов остается примерно одинаковой: доли Центрального ФО составляют от 21,1% до 25,9%; доли Приволжского ФО – от 18,2% до 20,9%, доли Сибирского ФО – от 11,6% до 15,8%, доли Северо-Западного ФО – от 11,1% до 13,1%, доли Уральского ФО – от 8,9% до 10,5%, доли Южного ФО – от 8,5% до 10,8%, доли Дальневосточного ФО – от 5,3% до 7,6%, доли Северо-Кавказского ФО – от 4,3% до 5,9%.

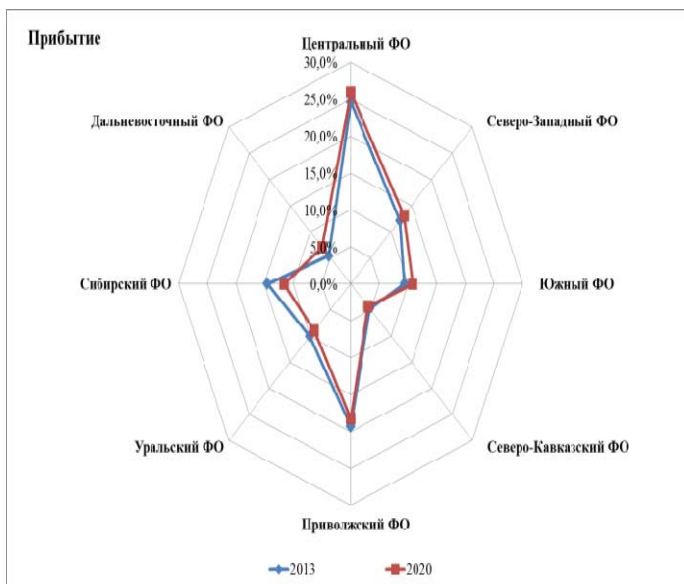


Рис. 4. Миграционный обмен населения (прибытие) в 2013 и 2020 годах между федеральными округами, в процентах к итогу

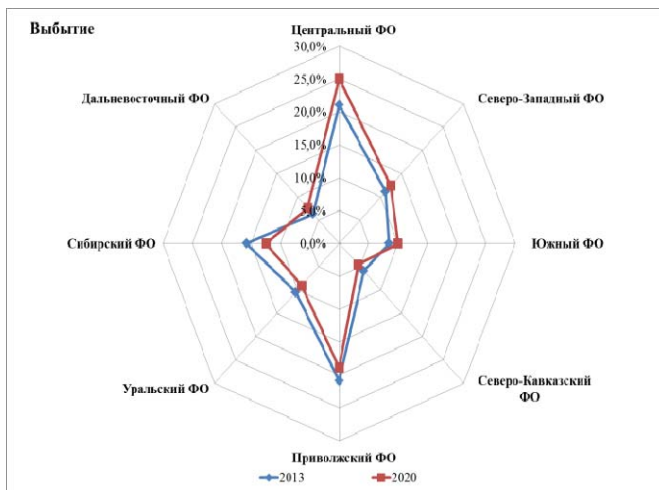


Рис. 5. Миграционный обмен населения (выбытие) в 2013 и 2020 годах между федеральными округами, в процентах к итогу

На показатели внутренней и, особенно, внешней миграции Российской Федерации в 2020 году основное влияние оказало глобальное событие, произошедшее во всем мире в конце 2019 года – начале 2020 года. В это время взяла начало и распространилась по всей планете новая коронавирусная инфекция Covid-19, которая быстро охватила весь мир и оказала большое и сокрушительное влияние, как на экономические, так и на демографические процессы стран мира.

Всем странам мира было необходимо принимать быстрые решения: с одной стороны, государствам необходимо было защитить своих граждан от действия опасного вируса, а с другой стороны – минимизировать экономические потери от сложившейся и развивающейся ситуации.

Распространение новой коронавирусной инфекции Covid-19 изменило жизнь граждан. При введении «пропускной системы» в феврале 2020 года расходы на повседневное существование граждан остались неизменными, но карантин в связи с организацией дистанционного формата, привел к сокращению рабочих мест и увеличению безработицы. Однако численность рабочей силы не сократилась, поскольку было задействовано множество работников медицинских учреждений с привлечением студентов-выпускников медицинских вузов и колледжей с оплачиваемым трудом.

Нуждающееся население (граждане России) всех регионов получали поддержку от государства, в отличие от мигрантов, лишенных большинства социальных гарантий и работающих неформально.

Непростая на сегодняшний день ситуация чревата не только неприятными последствиями для самих трудовых мигрантов, но и для российского рынка труда. В ближайшие месяцы ожидается частичное выдвигание трудовых мигрантов из ниш легального российского рынка труда в больших городах. Опыт прошлых лет (кризисы 2008–2010 гг. и 2014–2016 гг.) свидетельствует об этом. Одновременно, ограниченный из-за экономического кризиса

платежеспособный спрос должен изменить и теневой сектор, ограничив вакансии даже в таком бизнесе, где не выплачивают (или выплачивают частично) налоги и минимизируют свои издержки за счет сверхэксплуатации рабочей силы. Стоит ожидать роста теневой составляющей рынка труда, где иностранные работники будут конкурировать с россиянами и в этом случае их конкурентными преимуществами будет более низкая почасовая ставка оплаты труда, на которую они будут согласны, и готовность работать в тяжелых условиях, в том числе с опасностью для здоровья.

В связи с изменениями российского рынка труда, спровоцированными пандемией (увеличение числа курьеров, переход в онлайн наибольшего числа офисных работников и т. д.) созданные рабочие места в сфере доставки, занимаемые в краткосрочном периоде безработными россиянами, в среднесрочном периоде постепенно перейдут к иностранным работникам. В этой перспективе сельское хозяйство также предоставит для иностранцев больше вакансий.

Очевидно, что в среднесрочном и долгосрочном периоде, с большей или меньшей скоростью, но будет продолжаться либерализация миграционного законодательства и усиление гибкости в управлении миграционными процессами. Так, например, облегчение положения мигрантов, введенное личным Указом Президента России В.В. Путина в условиях пандемии, законодательное закрепление возможности сохранения предыдущего гражданства при принятии гражданства Российской Федерации, упразднение регистрации на временное проживание, введение категорий при получении гражданства, представляются звеньями такой постепенной либерализации, какой бы медленной она ни была.

«В краткосрочной перспективе, после окончания ограничительных мер, связанных с эпидемией коронавируса, возможно усиление эмиграции россиян из России, в том числе квалифицированных специалистов, на фоне экономического кризиса. А учебная миграция, связанная с обучением, из постсоветских стран (миграционных доноров России) будет нарастать, и в этом потоке станут более заметны учебные мигранты в российские образовательные учреждения среднего профессионального образования, выпускники которых имеют хорошие перспективы трудоустройства в России.» [2, с. 8].

В заключение приведем выводы, которые согласуются с положениями, изложенными в Концепции.

Современные тенденции в сфере миграции в Российской Федерации обусловлены в основном экономическими и социальными факторами. Устойчивое социально-экономическое положение, сохранение исторических и культурных связей народов государств – участников Содружества Независимых Государств, взаимные безвизовые поездки, учреждение Евразийского экономического союза являются мощными факторами миграционной привлекательности Российской Федерации [1, с. 6].

Эффективность миграционной политики зависит от качества правового регулирования, а также от практического применения миграционного законодательства Российской Федерации, результативности мер противодействия коррупции при осуществлении государственного контроля (надзора) и предоставлении государственных услуг в сфере миграции, степени информированности иностранных и российских граждан о требованиях законодательства Российской Федерации и мерах ответственности за их нарушение.

Для повышения эффективности административных процедур в сфере миграции, а также для профилактики, предупреждения, выявления и пресечения нарушений миграционного законодательства Российской Федерации, применения мер административного воздействия в этой сфере все большее значение приобретает использование современных цифровых технологий и информационно-технических средств.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации «О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 годы» от 31 октября 2018 года №622/31.10.2018, «Собрание законодательства Российской Федерации», 05.11.2018, N 45, ст. 6917 // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>
2. Когда будет пройдена «точка невозврата» для российской экономики? Рабочий доклад. Апрель 2020 г. ИНИП РАН; Институт экономики роста им. Столыпина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stolypin.institute/institute/kogda-budet-proydena-tochka-nevozvrata-dlya-rossiyskoj-ekonomiki> (дата обращения: 28.04.2021).
3. Дьяченко А.Н. Миграционная ситуация в России в период пандемии covid-19 (на примере трудовой миграции) / А.Н. Дьяченко, И.В. Печуров, Д.А. Мамина // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2020. – Т. 13, №5. – С. 65–73.
4. Сайт Росстата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 04.08.2021).
5. Сайт Росстата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b20_107/Main.htm (дата обращения: 05.08.2021).
6. Сайт Росстата. Численность и миграция населения Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/11110/document/13283> (дата обращения: 05.08.2021).

Грязнов Сергей Александрович

канд. пед. наук, доцент, декан
ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»
г. Самара, Самарская область

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Аннотация: *отмывание денег – это маскировка происхождения доходов, присвоенных преступным путем, чтобы они казались полученными из легального источника. Борьба с отмыванием доходов относится к мерам, которые финансовые учреждения обязаны предпринимать в рамках соблюдения регуляторных требований по активному мониторингу подозрительных операций и сообщению о них. Цель статьи – продемонстрировать, как работают схемы по отмыванию незаконных средств, что необходимо для борьбы с данным явлением.*

Ключевые слова: *легализация денег, обналичивание денег, отмывание незаконных денежных средств, ТВМ, экономические преступления, международная торговля, государственный контроль.*

Считается, что фраза «отмывание денег» связана с «крестным отцом» американской мафии Альфонсе Габриэлем Капоне, который открывал

автоматические прачечные и химчистки для легализации криминальной прибыли: доход от бизнеса смешивался с «грязными» деньгами и декларировался как полученный законным путем. Еще одна версия связана с Уотергейтским скандалом о незаконном финансировании избирательной кампании Ричарда Никсона.

Однако на самом деле фраза «отмывание денег» раньше использовалась в буквальном смысле – грязные деньги мыли. Из-за слоя грязи они казались потрепанными и непригодными к использованию – быстрая стирка в специально разработанной машине позволяла не уничтожать купюры, а стирать и отправлять обратно в обращение. Так, в 1916 году в США подсчитали, что печать 100 банкнот стоит 1,30 доллара, а чистка 100 банкнот – всего 0,30 доллара, поэтому этот процесс принес значительную экономию правительству.

Машины для отмывания денег позже вышли из употребления, однако фраза прижилась, приобретя другую окраску. Сегодня отмывание денег определяется как любой процесс, который «очищает» незаконно полученные средства от их «грязного» криминального происхождения, позволяя использовать их в рамках легальной экономики [1].

Для сокрытия реального источника «грязных» денег используются различные схемы, но одно остается неизменным: деньги, которые «отмываются», – это всегда деньги, полученные преступным путем, например, посредством продажи наркотиков, уклонения от уплаты налогов или коррупции.

Отмывание денег через торговые операции (TBML) самый популярный способ – каждый год миллиарды долларов вывозятся из различных стран с помощью поддельных транзакций. Однако на самом деле TBML не всегда требует перемещения товаров через границу, но если сделка все же имеет место и действительно происходит перемещение товаров, то преступники либо завышают, либо занижают их стоимость, количество или и то, и другое; выставляют счета на одну и ту же партию товара несколько раз; указывают неверные характеристики товара для обмана при прохождении таможенного контроля.

TBML – это, по сути, преднамеренное перемещение незаконных доходов (а не товаров) через границу. Как и в случае любого вида отмывания средств, это необходимо для сокрытия настоящего преступного источника как денег, также и их владельцев. Эту операцию можно провести и в пределах государственных границ, но международная торговля предоставляет больше возможностей. Кроме того, позволяет преступнику не только отмывать свои деньги, но и переводить их на банковский счет в иностранной юрисдикции [2].

В России противодействие отмыванию денег является обязанностью Федеральной службы по финансовому мониторингу Российской Федерации (Росфинмониторинг). Росфинмониторинг отмечает, что преступники обычно вкладывают деньги, которые они вывозят за границу, в предметы роскоши, в покупку и аренду жилой и коммерческой недвижимости, а также в бизнес. Чтобы скрыть реальных владельцев незаконных средств, отмыватели используют компании, зарегистрированные в офшорах.

Тому, что Россия в последние несколько лет занимает лидирующие позиции в международной системе противодействия отмыванию преступных доходов, во многом способствует регулярная законодательная деятельность по совершенствованию правового регулирования рассмат-

риваемых отношений. Нормы Федерального закона от 7 августа 2001 г. №115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» ежегодно корректируются. В 2020 году было принято 9 нормативных правовых актов, вносящих изменения в его отдельные статьи [3].

На первый взгляд ТВМЛ выглядит как обычная международная торговля – компания А заключает контракт с иностранной компанией В, например, на покупку медицинского оборудования. Просто оплатить товар путем перевода денег с одного банковского счета на другой невозможно: банк должен получить документы для таможенного валютного контроля от покупателя – компании А. Деньги могут быть переведены на счет компании В только после того, как банк проверит подлинность документов и утвердит платеж.

Однако, если имеет место ТВМЛ, компании А и В находятся в сговоре или даже могут принадлежать одному и тому же лицу или организации. Данные в таможенных декларациях будут искажены, и товары в действительности не пересекут границу. Между тем, отмытые деньги, замаскированные под оплату товаров, будут отправлены на банковский счет преступников в другой стране. Таким способом, отмывание денег можно замаскировать под торговлю любыми товарами, но в основном используется в схемах, включающих золото, драгоценные камни и минералы – эти товары особо привлекательны для преступников, потому что после отмывания они сами могут использоваться вместо денег.

Кроме этого, злоумышленники часто выбирают те виды товаров, которые сложно тщательно досмотреть на таможне. Сюда могут входить крупные партии дешевых товаров, таких как одежда. Идея состоит в том, что проверка информации в документах для всей партии груза займет непропорционально много времени – если товары пересекают более одной границы на пути к покупателю, скрыть их происхождение становится проще. По товарам с сильно различающейся стоимостью сложно определить, была ли их цена завышена (или занижена) в документах.

Понимание того, как работают схемы ТВМЛ, необходимо для борьбы с этим явлением. Это касается как государственных органов, которые обязаны раскрывать и пресекать такие преступления, так и частного сектора: банков, их клиентов и компаний, которые участвуют в международной торговле и могут стать жертвами преступников из-за отсутствия информации.

Подразделения финансовой разведки собирают много ценных данных, которые могут помочь отследить ТВМЛ. В основном это отчеты о подозрительных транзакциях, о которых различные организации и государственные учреждения обязаны сообщать. Чем точнее и качественнее такие отчеты, тем эффективнее могут работать подразделения финансовой разведки при расследовании различных схем отмывания денег. Особенно важны отчеты о подозрительных операциях, предоставляемые кредитными учреждениями, финансовыми посредниками (нотариусами, аудиторами и бухгалтерами), а также предприятиями, участвующими в международной торговле.

Информационные технологии незаменимы при обработке больших объемов данных подразделениями финансовой разведки. Построение графиков, искусственный интеллект и машинное обучение помогают анализировать информацию, выявлять закономерности и находить несоответствия данных, которые указывают на фиктивные транзакции. Таможенные органы имеют эксклюзивный доступ к международным торговым документам, а также

глубокое понимание движения товаров, цепочек поставок и структуры импорта и экспорта. Это делает их участие в выявлении продуктов, продажа которых может быть использована для сокрытия отмывания денег, особенно важным. Рост международной торговли увеличивает нагрузку на таможенные службы. Чтобы помочь им эффективно противодействовать отмыванию денег, в их структуре целесообразно создать специальные отделы, которые будут бороться с данным явлением.

Преступники часто сочетают ТВМЛ с другими методами отмывания незаконных средств, такими как использование подставных компаний и подставных лиц, а также перевод денег через банки, находящиеся под их контролем. Следовательно, раскрытие одного элемента может привести к раскрытию всей преступной схемы. Однако это возможно только при совместных усилиях агентств нескольких стран, а также при налаженном динамическом обмене информацией между ними.

Список литературы

1. Арутюнян В. Понятие «теневая экономика» и аппарат ассоциируемых с ней понятий / В. Арутюнян, А.Р. Тамазян // Развитие и актуальные вопросы современной науки. – 2018. – №4 (11). – С. 29–38.
2. Йоксимович М. Отмывание денег как современное глобальное явление 21 века / М. Йоксимович [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/348310688_money_laundering_as_a_modern_global_phenomenon_of_the_21st_century (дата обращения: 24.08.2021).
3. Ключевская Н. Контроль операций с денежными средствами и имуществом / Н. Ключевская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/article/1432731/> (дата обращения: 24.08.2021).

Кушнарева Ирина Михайловна

аспирант, старший преподаватель

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова

г. Бишкек, Кыргызская Республика

DOI 10.31483/г-99291

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КЕЙТЕРИНГОВЫХ УСЛУГ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

***Аннотация:** статья посвящена анализу и оценке состояния кейтеринг-услуг в Кыргызской Республике. Изучены состояние кейтеринг-услуг, рассмотрены компании-лидеры кейтерингового обслуживания в Кыргызской Республике, а также основные заказчики кейтеринг-услуг в государственном секторе, определены основные преимущества кыргызских кейтеров. Целью исследования является анализ и оценка состояния кейтеринга в Кыргызской Республике.*

***Ключевые слова:** ресторанное обслуживание, кейтеринг, кейтеринговые компании, рынок кейтеринговых услуг, кейтеринг на транспорте, выездное обслуживание, государственные компании.*

Серьезные преобразования за последние годы в Кыргызстане произошли во всех сферах деятельности. Они также коснулись сферы туризма и гостеприимства, в том числе организации ресторанного обслуживания.

Изменения структуры ресторанного бизнеса и системы общественного питания за счет перепрофилирования многих заведений общественного питания в рестораны определили возможности для развития новых перспективных технологий.

Современное развитие городов, постоянная занятость населения на работе, сложный график (24/7), привели к развитию перспективного направления в общественном питании – выездное обслуживание или кейтеринг.

В Кыргызстане кейтеринг появился в начале 2000 годов, в это время отдельные предприятия гостиничного и ресторанного сектора проводили выездные мероприятия.

Одним из таких мероприятий было обслуживание таможенной службы в аэропорту Манас в июне 2003 года. Организацией обслуживания занимался менеджмент отеля «Silk Road Lodge», в частности менеджер ресторана И.М. Кушнарева.

При организации кейтеринга команде ресторана пришлось столкнуться с рядом проблем, в первую очередь это доставка продукции до места назначения в летний период, поиск необходимого оборудования для кейтеринга, за оборудованием пришлось ехать в соседний Казахстан, обучение персонала, и многие другие трудности, которые были решены благодаря слаженной работе менеджмента отеля «Silk Road Lodge».

В 2000-х годах в Кыргызстане не было кейтеринговых компаний, не было опыта организации массовых мероприятий на выезде, а также специализированного оборудования, однако было много заявок от заказчиков, и впоследствии именно кейтеринг помог ресторану отеля «Silk Road Lodge» повысить доходность и окупаемость.

Именно спрос на данный вид услуг послужил бурному развитию кейтеринга в Кыргызской Республике.

Основными факторами становления кейтеринговых услуг в Кыргызской Республике, на наш взгляд, были следующие:

- занятость населения;
- рост доходов населения;
- увеличение охвата потребителей кейтеринговых услуг;
- внедрение на ПОП и гостиничного сектора дополнительных услуг для увеличения дохода и окупаемости;
- успешный опыт работы кейтеринговых предприятий в Кыргызстане.

В 2021 году на рынке Кыргызстана работает более 60 кейтеринговых компаний, предоставляющих услуги кейтеринга. Основная их масса находится в Бишкеке (85%), затем в Оше (10%) и остальных регионах (5%). Ежегодно появляются новые предприятия, потому что кейтеринг – это небольшие вложения и быстрая окупаемость вложенных средств.

Однако, если оценивать рынок выездного ресторанного обслуживания в целом, то он разрозненный, компании работают обособленно, не сотрудничая друг с другом, каждая в своем ценовом сегменте, обслуживая только определенный формат мероприятий. Поэтому при проведении Всемирных игр кочевников в 2018 году государственные органы столкнулись с проблемой в организации выездного питания для участников. При организации тендера на конкурс не подали заявки кейтеринговые компании, и только после объявления второго тендера мероприятие обслуживала кейтеринговая компания Кайнар Кейтеринг, которая на данный

момент является лидером выездного ресторанного обслуживания в Кыргызской Республике. Кайнар Кейтеринг занимается выездным обслуживанием в премиальном сегменте, не испытывает нехватки в клиентах.

Далее рассмотрим краткую аналитическую характеристику кейтеринговых компаний в Кыргызской Республике

Основные лидеры рынка кейтерингового обслуживания – это Кайнар Кейтеринг (ЧП Исабеков), кейтеринговая компания Keks.kg, Food & Beverage Company, Fly catering, Imperial Catering. Перечисленные предприятия работают в основном в премиальном сегменте кейтеринга, в котором стоимость на одну персону составляет от 1000 сом и выше (см. таблицу 1).

Таблица 1

Компании-лидеры на рынке кейтеринговых услуг
Кыргызской Республики

Название компании	Ценовой сегмент	Средняя стоимость услуг на одну персону(сом)	Опыт работы на рынке кейтеринговых услуг КР
Кайнар Кейтеринг (ЧП Исабеков)	Премиальный	1000–2000	10
Keks.kg	От эконом до премиального	400–1000	7
Food & Beverage Company	От эконом до премиального	700–2000	6
Fly catering	От эконом до премиального	800–2000	3
Imperial Catering	От эконом до премиального	800–2000	3

Источник: составлено автором по данным опроса менеджеров компаний.

Как было указано ранее, кейтеринговые услуги являются дополнительным источником доходов для гостиничного сектора, поэтому ряд гостиниц имеют в своем составе кейтеринговую службу (Park Hotel Bishkek, отель «Plaza», отель Sheraton, отель Nayatt и др.).

Также отмечаем, кейтеринговые услуги предоставляют event агентства и туристические фирмы, являясь посредниками между кейтеринговыми компаниями и заказчиками, когда заказчиком удобнее заказать весь комплекс услуг, начиная от организации конференции, перевозки участников и организации питания.

Активно внедряются дополнительные услуги ресторанным сектором (ресторан Алтын казына кейтеринг, ресторан Ала-Тоо, ресторан Фрунзе и др.), оказывающие кейтеринговые услуги в премиальном сегменте.

С каждым годом объем заказов на кейтеринговые услуги увеличивается, данные представлены в табл. 2. [2].

Таблица 2

Кейтеринг-услуги (млн.сом)

	2016	2017	2018	2019	2020
Заказы государственных компаний на кейтеринг-услуги	4,214	2,876	9,329	10,387	5,089

Источник: составлено автором по данным Портала электронных государственных закупок <http://zakupki.gov.kg/porp/>.

Объем кейтеринговых услуг, которые необходимы для государственных компаний, варьируется от нескольких тысяч до нескольких миллионов в год. Основными лидерами по объему кейтеринговых услуг являются следующие государственные компании, данные представлены в табл. 3[2].

Таблица 3

Объем заказов на кейтеринг-услуги государственными компаниями

Название государственной компании	Объем заказов на кейтеринг-услуги (тыс. сом)				
	2016	2017	2018	2019	2020
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Государственная служба интеллектуальной собственности и инноваций при Правительстве Кыргызской Республики	566,00	391,00	204,25	520,00	-
Академия Управления при Президенте Кыргызской Республики	308,00	-	-	417,00	-
Министерство иностранных дел Кыргызской Республики	23,40	-	570,00	1699,50	-
Государственный фонд интеллектуальной собственности при Государственной службе интеллектуальной собственности	186,55	244,8	572,90	-	-
Центр по стандартизации и метрологии при Министерстве экономики Кыргызской Республики	-	-	255,00	97,00	50,00
Закрытое акционерное общество «Альфа Телеком»	-	-	-	256,738	-
Республиканский центр «СПИД» Министерства здравоохранения КР	-	-	16,80	-	2762,60

1	2	3	4	5	6
Кыргызский Государственный Университет им. И. Арабаева	-	687,740	1102,188	500,800	379,00
Учреждение «Учебный центр Министерства Финансов КР»	2415,288	463,72	914,875	1355,00	500,010
Учреждение «Министерство обороны Кыргызской Республики»	510,10	-	-	-	-
Научно-производственное объединение «Профилактическая медицина»	167,766	231,00	936,44	-	-
Кыргызский государственный медицинский институт переподготовки и повышения квалификации имени С.Б. Даниярова	-	440,00	-	-	-
Бишкекский городской Кенеш	-	117,00	180,00	216,00	240,00
Открытое акционерное общество «Национальная энергетическая холдинговая компания»	-	83,25	72,25	-	-
Национальный статистический комитет Кыргызской Республики	-	33,00	240,53	295,321	140,37
Национальный центр охраны материнства и детства	-	-	354,460	84,00	-
Республиканский центр иммунопрофилактики	-	-	1028,85	176,52	160,00

Источник: составлено автором по данным Портала электронных государственных закупок <http://zakupki.gov.kg/popp/>.

Нельзя не отметить отдельное направление кейтеринга, это кейтеринг на транспорте. Это обслуживание пассажиров в пути следования готовыми завтраками, обедами и ужинами.

В Кыргызской Республике обслуживанием воздушного транспорта занимается несколько предприятий.

В настоящее время услуги по организации бортового питания в аэропортах ОАО «ММ» оказывают следующие компании:

- в международном аэропорту «Манас» – ЗАО «Компания Манас Менеджмент»,
- в международном аэропорту «Ош» – ОсОО «АККА-Кейтеринг» и ОсОО «Унаа Пири».

Компании имеют необходимое современное оборудование и производят бортовое питание, соответствующее по качеству международным стандартам и требованиям санитарно-эпидемиологической службы. Также компании соответствуют сертификационным требованиям Агентства гражданской авиации Кыргызской Республики (согласно Авиационным правилам КР 21 по сертификации организаций по наземному обслуживанию).

Отметим, что в Кыргызской Республике деятельность кейтеринговых компаний не лицензируется, нет современных стандартов кейтерингового обслуживания, и поэтому ряд компаний, которые работают с международными компаниями, в основном рынок бортового кейтерингового обслуживания, стараются получить международные сертификаты качества и безопасности услуг.

Так компания Центр бортового питания ЗАО «Компания Манас Менеджмент» одним из первых в Кыргызской Республике внедрил и использует систему менеджмента безопасности пищевой продукции в соответствии с требованиями ISO 22000:2005, о чем свидетельствует соответствующий сертификат. Ежегодно в Центре бортового питания проводится надзорный аудит на соответствие требованиям стандарта ISO 22000:2005 международными независимыми аудиторами немецкой компании «TUV Thuringen».

Внедрение стандартов ISO 22000:2005, в Центре бортового питания, подтверждает, что питание приготовленное в Центре, является безопасным и качественным и весь процесс по приготовлению, комплектованию и доставке бортового питания на воздушные суда для пассажиров и экипажа, соответствует требованиям международного стандарта по пищевой безопасности ISO 22000 : 2005. А также Центр бортового питания отвечает требованиям ГОСТ Р 56747–2015 «Организация и технология бортового питания. Требования» и требованиям стандарта «Халал» и канонам «Шариата», о чем имеются соответствующие сертификаты «Халал» и сертификат соответствия, выданный Центром по стандартизации и метрологии при министерстве экономики Кыргызской Республики [1].

По нашему мнению, кейтеринг-индустрия в Кыргызской Республике может стать одним из доходных секторов экономики, поэтому разработка основных положений, инструкций и стандартов выездного обслуживания является одним из важных направлений развития данного вида услуг.

Выводы по статье:

1. Рынок выездного ресторанного обслуживания достаточно бурно развивается в республике.

2. Отсутствует жесткая конкуренция в разных ценовых сегментах, что способствует развитию кейтеринговых услуг.

3. Появляются новые игроки со свежими идеями новых форматов обслуживания.

4. В период пандемии сегмент доставки пищи значительно вырос.

Список литературы

1. Бортовое питание в аэропортах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.airport.kg/services/onboard-food

2. Электронные государственные закупки КР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.zakupki.gov.kg/popp/

Левкова Дарья Александровна

студентка

Дальневосточный институт управления (филиал)
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»
г. Хабаровск, Хабаровский край

DOI 10.31483/г-99294

МЕРЫ ФИНАНСОВОЙ И ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

***Аннотация:** в статье раскрыты понятия финансовой и денежно-кредитной политики, обозначены меры по поддержке населения в период пандемии в контексте рассматриваемых государственных политик. Целью исследования является определение основных мер, принимаемых в рамках финансовой и денежно-кредитной политики России в постпандемийный период для поддержания экономического роста страны. Как результат, были выявлены проблемы, препятствующие должному экономическому росту России.*

***Ключевые слова:** денежно-кредитная политика, финансовая политика, пандемия, ключевая ставка, федеральный бюджет.*

Финансовая политика государства представляет собой комплекс мер, в рамках экономической политики, по изъятию свободных финансовых ресурсов и их эффективному распределению по целевым направлениям расходования для обеспечения основных функций государства и поддержания социально-экономической стабильности (определение автора).

Как известно, распространение коронавирусной инфекции оказало глобальное влияние на экономику (административные ограничения деятельности предприятий, социальное дистанцирование). Учитывая чрезвычайный масштаб вынужденного сокращения деловой активности, обеспечение соразмерного бюджетного импульса потребовало выхода за рамки встроенных контр-циклических механизмов: с учетом региональных и «забалансовых» мер поддержки, а также сокращения доходов бюджетов бюджетной системы совокупный размер фискального импульса составил более 9,0% ВВП [1].

«Денежно-кредитная политика состоит из комплекса мер по управлению денежной массой и процентными ставками, направленного на достижение макроэкономических целей. Монетарная политика является неотъемлемой частью политики государства по поддержанию экономической стабильности посредством мер, предпринимаемых Центральным банком» [4, с. 77].

Определим ключевые меры Банка России по стабилизации экономики.

1. Банк России участвовал в защите интересов граждан страны, которые оказались в сложной ситуации с необходимостью реструктуризации кредитов и предоставление отсрочки платежей.

2. В связи с принятыми мерами по отсрочке платежей по кредитам, кредитными каникулами, а также льготным кредитованием представителей малого и среднего предпринимательства Банк России запустил аукционы РЕПО для поддержания ликвидности банков. Для устранения дисбалансов с 10 марта по 6 мая 2020 года Банк России провел 10 аукционов РЕПО «тонкой настройки» с различными сроками. Кроме того, Банк России снизил объем купонных облигаций в обращении в первом полугодии 2020 года более чем в 2 раза, до 0,7 трлн рублей [2].

3. Для поддержания финансового сектора банкам была предоставлена возможность использовать надзорные буферы достаточности капитала, а также были смягчены отдельные макропруденциальные требования к достаточности капитала [2].

В 2021 году расходы федерального бюджета на национальную экономику увеличатся на 4,2% для того, чтобы помочь предпринимательскому сектору экономики России восстановиться после периода ограничений как меры борьбы с пандемией в 2020 году. К 2022 году данная статья расходов начнет сокращаться. Также в 2021 году планируется сокращение расходов на здравоохранение на 10,7% после их резкого повышения в 2020 году на 77,3% (для обеспечения медицинской помощи населению России, в том числе путем выделения средств на разработку вакцин). Расходы по следующим статьям: социальная политика, межбюджетные трансферты – также в 2021 году будут сокращаться. Данные тенденции планируемой бюджетной политики говорят о постепенной стабилизации экономики страны [1].

Стоит отметить, что для достижения экономического роста страны нужно применять бюджетный механизм для стимулирования занятости населения, повышения эффективности государственных инвестиций, проведения соответствующей социальной политики, основанной на экономических преобразованиях [8, с. 46]. В контексте стратегии экономического развития в послепандемийный период многие страны также делают на этом акцент. Например, Union Budget 2021 ставит своей целью «создание больших рабочих мест», что будет обусловлено стимулированием предпринимательской активности (сектора «бизнес») [9].

Можно выделить следующую тенденцию: стимулирование выпуска продукции с одновременным созданием рабочих мест, что приведет к увеличению доходов населения. Также важной составляющей экономического роста является убеждение населения в том, что система здравоохранения финансируется в достаточной степени для противостояния вирусной инфекции в будущем. Исходя из планов Правительства РФ можно увидеть, что расходы на здравоохранение будут расти до 2022 года (затем к 2023 году произойдет их сокращение на 2,99% по сравнению с предыдущим годом) [1]. Однако на данный момент времени, по нашему мнению, финансирование статьи «здравоохранение» должно увеличиваться в долгосрочной перспективе ввиду того, что оно также связано с обеспечением ресурсами научные исследования.

Исходя из анализа статьи расходов России «национальная экономика» можно увидеть, что страна взяла курс на стимулирование предпринимательской активности. Как факт, на протяжении 2021–2023 гг. расходы на национальную экономику будут превышать расходы на национальную

безопасность (впервые за 7 лет). В рамках данной статьи расходов заложен рост ассигнований на дорожное хозяйство, космические информационные технологии, субсидии производителям сельхозтехники, лизинговым компаниям, авиаперевозчикам, расширение доступа малого бизнеса к льготному финансированию и т. д. [7].

Этот факт является позитивным не только ввиду поддержки экономической активности, но и того, что больший объем финансовых ресурсов в период 2020–2023 гг. будет направлен на поддержку организаций и предприятий внутри страны. Это является необходимым аспектом экономического роста ввиду того, что для предприятий России характерны такие проблемы как низкая конкурентоспособность, большой износ основных фондов, низкая внедряемость современных технологий. Последняя проблема говорит либо о недостаточном финансировании научной деятельности, либо о ее низкой эффективности. Несмотря на это государственные расходы на гражданские исследования и разработки в 2021 году были уменьшены на 32,8 млрд руб., в 2022 году в планах сокращение расходов на 514,4 млрд руб. Причем финансирование программы «Научно-технологическое развитие России» произойдет на 6,6% [6].

Рассматривая монетарную политику, можно отметить, что в ближайшие три года Банк России будет сохранять приоритетной целью таргетирование инфляции на уровне 4% и ниже. Также исходя из базового сценария банка России денежно-кредитная политика будет возвращаться к нейтральной по мере полного восстановления экономики. Таким образом, ключевая ставка с большой вероятностью вернется к 5–6% годовых, которые считаются нейтральными. Так, 23 июля 2021 года ключевая ставка была повышена до 6,5% годовых [5].

Для того, чтобы денежно-кредитная политика содействовала экономическому росту страны, по мнению автора, следует изменить приоритетные цели данной политики, которые будут направлены на поддержку отечественных организаций и предприятий не только в кризисный период, как в 2020 году, но и в будущем. Это будет содействовать диверсификации производимой продукции, росту конкурентоспособности предприятий, увеличению доли российских компаний на иностранных биржах для привлечения инвестиций, повышению экспорта.

Важно отметить, что в достижении экономического роста страны цели бюджетной и денежно-кредитной политики должны совпадать. По мнению Ю.А. Кропина, политика активной поддержки экономического роста должна включать: «равновесный характер государственного бюджета, существенное сокращение НДС, переориентацию государственных инвестиций с иностранных ценных бумаг на развитие рыночной инфраструктуры нашей страны» [3, с. 39].

Таким образом, обозначим следующие выводы:

- стратегией экономического роста России в ключе фискальной политики является увеличение статьи расходов на национальную экономику в первые годы после пандемии, а также содействие улучшению уровня жизни населения. Ключевые особенности: поддержка занятости (в 2021 году на поддержку занятости в наиболее пострадавших отраслях экономики заложен 421 млрд рублей.), бизнеса и населения в целом (для недопущения снижения покупательной способности);

– проблемой обеспечения экономического роста монетарной политики страны является факт противоречивости таргетирования инфляции, который ограничивает возможность увеличения инвестиций, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий страны. Для получения иностранных инвестиций предприятия должны выйти на высокий уровень организации производства, что на данный момент достаточно сложно реализовать ввиду недостаточности денежных ресурсов.

Список литературы

1. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_364178/

2. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2021 год и период 2022 и 2023 годов» (утв. Банком России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Content/Document/File/87358/on_2021\(2022–2023\).pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/87358/on_2021(2022–2023).pdf)

3. Кропин Ю.А. Проблемы экономического роста России в условиях современной единой государственной денежно-кредитной политики и использования ЦБ РФ ключевой ставки / Ю.А. Кропин // Экономика. Налоги. Право. – 2020. – Т.13, №1. – С. 34–41.

4. Макарова Е.П. Монетарная политика России на современном этапе / Е.П. Макарова, Д.А. Левкова // Современные социально-экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Хабаровск: Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС. – 2020. – С. 76–80.

5. Банк России принял решение повысить ключевую ставку на 100 б.п., до 6,50% годовых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru/press/keypr/>

6. Государственные расходы на гражданские исследования и разработки в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/10/06/5f7b372b9a7947fe8e8d644f>

7. Расходы на экономику в России впервые за 7 лет превысят траты на оборону [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/19/09/2020/5f65b4db9a79475a9f3cfee1>

8. Chugunov I. Budget strategy for economic growth / I. Chugunov, Yu. Aristov // The 12 th International scientific and practical conference «Impact of modernity on science and practice» (13–14 April 2020). Canada. – 2020. – P. 46–49.

10. Budget 2021: Government’s focus on supply-side to kick-start economic growth; more job creation on cards. URL: <https://www.financialexpress.com/budget/budget-2021-governments-focus-on-supply-side-to-kick-start-economic-growth-more-job-creation-on-cards/2187562/>

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Андропова Ирина Владимировна

д-р экон. наук, начальник отдела

Чулкова Анастасия Сергеевна

специалист

ООО «ЛУКОЙЛ-Инжиниринг»

г. Москва

DOI 10.31483/г-99371

СТРУКТУРНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

***Аннотация:** в рамках статьи проведено исследование изменения рынка труда в условиях цифровой трансформации. Определены существующие факторы изменения занятости и факторы, влияющие на уровень безработицы в условиях цифровизации. Рассмотрены различные моменты влияния цифровых тенденций трансформации на структуру рынка труда. Предложены пути решения наметившихся проблем.*

***Ключевые слова:** цифровизация, цифровая экономика, трансформация рынка труда, цифровая среда, цифровой персонал, гибкий персонал.*

Реалиями последних лет стало стремительное развитие и расширение применения цифровых технологий. Глобальные цифровые трансформации неотъемлемо влияют на все сферы человеческой деятельности, особенно сильно затрагивая социальную и экономическую.

В настоящее время исследования глобальных процессов реструктуризации рынка труда приобретают особую актуальность. Данные тенденции связаны главным образом с активным внедрением в нашу жизнь высокоинтеллектуальных технологий. Появляются новые вызовы, такие, как конкуренция между робототехникой, искусственным интеллектом и человеком за рабочие места. Обостряются проблемы сокращения рынка труда и возможности полной замены людей роботами. Поднимаются вопросы поиска места человека в динамичной цифровой среде, возможности одновременного существования человека и машин в постоянно меняющейся инновационной системе мира [1].

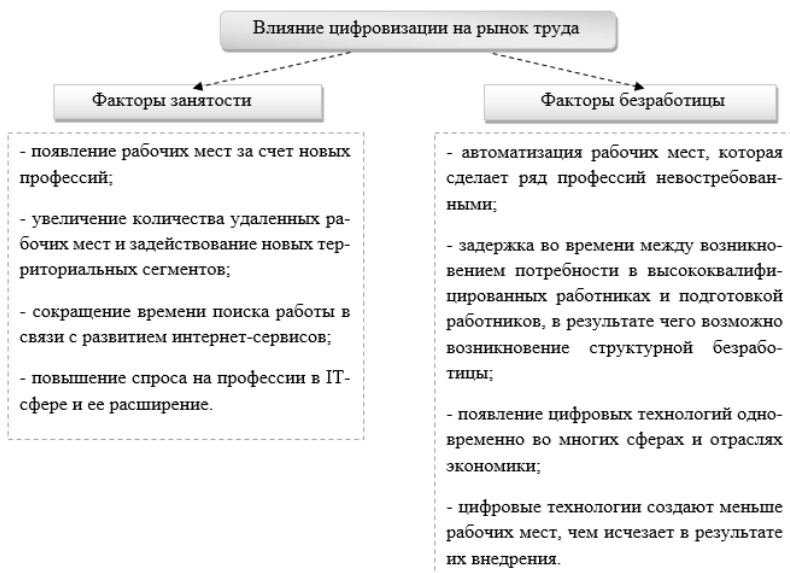


Рис. 1. Влиянии цифровизации на рынок труда

Цифровизация отраслей экономики изменяет спрос на трудовые ресурсы и их предложение. При этом, изменения происходят настолько стремительно, что система образования не успевает за данным процессом. С одной стороны, в современном мире растет востребованность специалистов интеллектуального труда, но с другой – массовое внедрение искусственного интеллекта может привести не столько к повышению эффективности работы человека, сколько к его постепенному замещению.

Согласно исследованиям McKinsey Global Institute (MGI), к 2030 году невостребованными останутся 400 млн человек – это 15% всех рабочих мест в мире, а к 2066 году эта доля может достичь от 46 до 99%. Установка каждого дополнительного промышленного робота вытесняет от трех до шести работников, и с развитием новых технологий и роботизации, данные показатели будут динамично увеличиваться [5].

Стремительное развитие новых цифровых технологий и структурные преобразования экономики будут способствовать быстрому устареванию профессиональных знаний, а также, росту профессий умственного труда. В таких условиях работникам придется адаптироваться к новым экономическим реалиям. Если система образования (опережающее обучение, переобучение) персонала не будет актуализироваться под вызовы времени, а «гибкий персонал» не сформируется, то в будущем мир может столкнуться с ситуацией, в которой будет прослеживаться высокий уровень безработицы с одной стороны и дефицит квалифицированных кадров с другой [3].

Для опережающей подготовки кадров, при формировании программ содействия занятости населения, необходимо будет учитывать не только количество создаваемых рабочих мест в ближайшее время, но и

структурные сдвиги долгосрочного характера. Работникам потребуются новые профессиональные качества и навыки для успешной работы в цифровой среде. Перспективным видится создание и постоянное обновление кластера востребованных профессий на ближайшие 15–20 лет. Образование должно уметь быстро подстраиваться под рынок труда, быть гибким и востребованным. В ближайшем будущем ожидается изменение перспективности программ обучения: приоритет будет принадлежать программам, связанным с «робото-коммуникацией», взаимодействием человеческого и искусственного интеллекта (востребованы будут специалисты в области конструирования и обслуживания роботов, дизайнеры виртуальной реальности, юристы по разрешению споров, связанных с деятельностью роботов, отношениям «человек-робот», психологи-цифровики, специалисты по кибербезопасности и т. д.) [4].

На сегодняшний день невозможно предсказать последствия внедрения цифровых инноваций. Развитие цифровой экономики предполагает изменение не только количественных параметров рынка труда, но и видоизменение формата взаимодействия работников и работодателей: усилится роль интеллектуального труда по сравнению с традиционным физическим, увеличится доля гибких форм занятости и удаленной работы, трансформируется понятие рабочего дня, потребуются новые подходы к управлению и организации деятельности персонала.

По мнению авторов, проблемы, возникшие в процессе структурных преобразований рынка труда, должны решаться комплексно. Прежде всего, необходимо будет сформировать кадровый потенциал, обладающий новыми компетенциями цифровой экономики: задействовать службы занятости, системы образования и подготовки кадров, которым придется проработать и внедрить соответствующие мероприятия по смягчению роста безработицы. Закономерно возникнет потребность в изменении государственной политики, урегулировании выявленных пробелов в законодательстве и т. п.

В заключении, следует отметить, что процесс цифровой трансформации всех сфер деятельности человека необратим, но его можно контролировать и нивелировать негативные влияния через предупреждающие действия.

Список литературы

1. Жиленкова Е.П. Кадры в цифровой экономике: обзор аспектов развития / Е.П. Жиленкова, М.В. Буданова // Статистика в цифровой экономике: обучение и использование: материалы международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2018. – С. 120–122.
2. Человеческий капитал в формате цифровой экономики: сб. докладов междунар. науч. конф., посвященной 90-летию С.П. Капицы (Москва, 16 февраля 2018 г.). – М.: Редакционно-издательский дом РосНОУ, 2018. – 432 с.
3. Будущее рынка труда. Противоборство тенденций, которые будут формировать рабочую среду в 2030 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/workforce2030> (дата обращения: 02.09.2021).
4. Главные профессии 2025 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ideanomics.ru/articles/5496> (дата обращения: 02.09.2021).
5. Цифровая Россия: новая реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/ru/-/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx> (дата обращения: 02.09.2021).

Грязнов Сергей Александрович

канд. пед. наук, доцент, декан

ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»

г. Самара, Самарская область

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА XXI ВЕКА

***Аннотация:** менеджмент в своем современном виде зародился более ста лет назад, но соответствуют ли его принципы реалиям XXI века? Мир сегодня выглядит по-другому, наша среда изменилась, и то, как должны работать фирмы также меняется. Для того, чтобы выжить в новой реальности, фирмам необходимо пересмотреть способ управления. В статье рассматривается основное отличие менеджмента XX века от менеджмента XXI века.*

***Ключевые слова:** управление, менеджмент, потребитель, услуги, клиентоориентированность, холакрация.*

Принципы управления XX века гласят, что цель фирмы – зарабатывать деньги для фирмы и обогащать руководителей. Максимизация акционерной стоимости являлась ловушкой для крупных организаций в течение последних 50 лет и до сих пор, несмотря на недавнее изменение принципов менеджмента, движет поведением большинства крупных фирм.

Архитектура работы таких фирм – строго бюрократическая: сотрудники подчиняются руководителям и исполняют определенные заданные роли. Динамика фирмы – это иерархия власти сверху вниз. Предполагается, что верхушка всегда знает, что лучше для фирмы. Бизнес-школы, в том числе и некоторые ведущие, учат студентов по устаревшим методикам, поэтому большинство организаций, по-прежнему, придерживаются принципов управления XX века.

Принципы фирмы воплощают преобладающее мышление в организации, которое можно назвать – ДНК фирмы. Речь идет о том, что на самом деле делает фирма, а не обязательно о том, что требует руководство. Речь идет о том, «почему» фирма действует именно так. Принципы деятельности фирмы могут быть выведены сотрудниками организации. К примеру, они видят, что кого-то продвигают, а кого-то нет, что ресурсы распределяются так, а не иначе, а сложные решения принимаются за закрытыми дверями. Таким образом, принципы определяют поведение всей организации, независимо от того, что декларирует руководство.

В основе менеджмента XX века лежит предположение, что фирма подобна «машине» – ее части можно контролировать, измерять и анализировать отдельно от других. Выходы будут пропорциональны входам, а каждая проблема имеет первопричину и ее можно устранить. Этот механистический образ мышления руководил всеми принципами и процессами фирмы.

Тем не менее, в XX веке управление было весьма успешным. Существовала последовательная система поведения, где принципы управляют процессами и поддерживаются ими – это был понятный способ управления. В защиту менеджмента прошлого века стоит сказать, что он действительно привел к значительному материальному улучшению условий жизни многих людей.

Однако появилась проблема – мир изменился. Эти изменения сделали старый способ управления организациями плохо подходящим для текущего контекста:

- резко ускорились темпы изменений;
- появились радикально новые технологии;
- умственная работа заменила ручной труд;
- власть на рынке перешла от фирмы к покупателю.

Эти изменения помешали фирмам успешно работать по-старому. Менеджеры, безусловно, заметили проблемы и сделали многое, чтобы попытаться их исправить.

- усилили контроль;
- уменьшили фирмы в размерах;
- провели реорганизацию;
- модернизировали процессы;
- усилили кампании по продажам;
- распродали убыточные подразделения.

Но эти исправления не помогли. Хотя иногда наблюдался краткосрочный рост, снижение эффективности работы фирм продолжалось. Проблема заключалась в том, что фирма, как оказалось не похожа на «машину» – это сложная адаптивная система [1].

В начале 2000-х годов некоторые фирмы начали пробовать другой способ управления. Небольшие, неизвестные в то время стартапы, такие как Amazon, Google и Facebook начали экспериментировать – с них началась реформа управления и была создана другая концепция менеджмента для новой эпохи. Новый способ теперь основан на принципах, которые противоположны принципам управления XX века. Так, Zappos (онлайн-магазин одежды, который принадлежит Amazon) отказался от вертикальной иерархии и перешел к холакратии (альтернативная модель управления, работа без традиционного начальника). Должности заменили на роли, и каждый сотрудник получил возможность устанавливать себе обязанности самостоятельно. Подобная система помогает работникам выбирать собственный путь развития в компании, ориентируясь на свои навыки, а не на должностную инструкцию. Одно из главных преимуществ холакратии в том, что она способна порождать неожиданные коллаборации сотрудников, тем самым увеличивая их вовлеченность в жизнь компании [2].

Цель фирмы XXI века отражает переход от зарабатывания денег для фирмы к созданию ценности для клиента. Каждый сотрудник в организации теперь должен сосредотачивать свою работу на предоставлении ценности для клиента. Этот принцип созвучен изречению Питера Друкера о том, что «у корпорации есть только одна цель: создать клиента» [3]. После многих лет забвения – это изречение теперь стало реальностью – ведущие фирмы относятся к этому крайне серьезно.

Смена парадигмы в управлении можно сравнить с революцией в астрономии, когда Копернику и, в конечном итоге, всем нам, стало очевидно, что, вопреки свидетельствам, Солнце не вращается вокруг Земли – на самом деле Земля вращается вокруг Солнца.

Точно так же в менеджменте стало очевидно, что фирма не является центром коммерции. На самом деле наоборот: покупатель или пользователь находится в центре коммерческой вселенной XXI века. Фирма теперь

находится на периферии, и ее будущее зависит от того, сможет ли она принести пользу потребителю – заказчик становится боссом.

Изменилась и архитектура работы: чтобы достичь этой совершенно иной цели, работа должна быть построена иначе, чем у людей, находящихся в рамках жестких должностных инструкций. Теперь фирма должна задействовать все таланты – обычно это небольшие самоорганизующиеся команды, работающие в короткие циклы, способные понимать клиента, взаимодействовать с ним, пробовать что-то новое и постепенно переходить к тому, что создаст большую ценность для заказчика – это совсем другой способ архитектурной работы.

Динамика управления также изменилась. Вместо вертикальной иерархии власти теперь существует горизонтальная сеть компетенций. Идеи могут приходиться из любой точки организации. Во внутренней кухне успешных международных компаний есть советы директоров, топ-менеджеры и руководители отделов. Структура остается (но не в виде вертикали), без нее невозможно масштабировать бизнес. Это подразумевает совсем другой взгляд на организацию:

- фирма не может быть механически запрограммирована;
- цель фирмы изменилась;
- фирму нельзя анализировать отдельно от контекста;
- поведение фирмы невозможно полностью предсказать.

Таким образом, был сделан революционный шаг – фирма начала взаимодействовать с клиентами, потому что клиенты больше не просто получатели продуктов и услуг, – они сами определяют, какие услуги им будут фактически предоставлены.

Однако быстро переключиться с низкого уровня корпоративной культуры на высокий невозможно. Недостаточно просто изменить форму и структуру управления. Необходимо поменять точку зрения и принципы самих сотрудников. Каждый шаг в развитии корпоративной культуры и системы управления должен быть установлен, а затем закреплён, а новый подход к работе принят и запечатлен в стиле общения, поведении, взглядах и, самое главное, в ценностях каждого члена команды.

Места традиционных начальников теперь занимают тим-лидеры, коучи, менеджеры. Суть их функций – помогать сотрудникам и компании достигать наилучших результатов. С помощью контроля или мотивации – зависит, скорее, от сотрудника. Если его уровень ответственности низкий – необходим контроль. Когда сотрудник сознателен и ответственен, инструменты становятся мягче и больше похожи на коучинг.

Каждый новый виток эволюции корпоративной культуры сопровождается изменениями в образе мышления сотрудников, и это длительный процесс.

Список литературы

1. Кафидов В.В. Современный менеджмент: учебник / В.В. Кафидов, Н.Ю. Сопилко. – М.: РУДН, 2018. – 380 с.: ил.
2. Евлютина Е. Боссов больше нет / Е. Евлютина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/360753-bossov-bolshe-net-chem-opasno-otsutstvие-ierarhii-vnutri-kompanii>
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ. / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2018. – 240 с.

ЭКОЛОГИЯ ГОРОДА КАК ФАКТОР РОСТА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НАСЕЛЕНИЯ

***Аннотация:** в XXI веке урбанизация поставила перед человечеством ряд серьезных социально-эколого-экономических проблем. В связи с быстрым ростом населения городов резко обостряются экологические проблемы, что влечет за собой ухудшение социально-экономического благополучия жителей, в частности отражается на их физическом и психологическом здоровье и качестве рабочей силы. В статье автором рассмотрено влияние как традиционных факторов загрязнения городской среды, к которым относят транспорт и промышленность, так и визуальных, представленных гомогенными и агрессивными полями, созданными современными объектами городской застройки.*

***Ключевые слова:** экология города, урбоэкология, урбанизация, экологические проблемы, видеозэкология, социально-экономического благополучие.*

Человеческая жизнь является важнейшей ценностью современного общества. Каждое государство стремится обеспечить высокий уровень жизни и дохода населения, предоставляя ему доступ к образованию, медицинскому обслуживанию и другим благам, необходимым для комфортного проживания.

Достижение социально-экономического благополучия является одной из основных целей общества с момента возникновения человечества. Это подтверждается непрерывной человеческой деятельностью, направленной на изменение окружающего мира с целью создания наиболее комфортных условий для своего существования. С древнейших времен, когда человек был собирателем и охотником, он находился в гармонии с природой, оказывая на нее минимальное воздействие, и даже в большей степени сам зависел от нее. В дальнейшем развитие технического прогресса повлекло за собой усиление воздействия человека на природу. Отныне в хозяйственный оборот вовлекались не только ресурсы, связанные с пищевыми потребностями, но также минеральные и лесные. Технический прогресс ускорился благодаря научным знаниям и сам способствовал их развитию.

Однако сохранение на протяжении длительного времени тренда на экстенсивное развитие экономики и высокие темпы урбанизации негативно сказались на состоянии экосистем нашей планеты. Россия не стала исключением. За счет освоения и увеличения добычи полезных ископаемых, экспансии лесного сектора, развития промышленности в городах экосистемы России деградировали на огромных площадях.

Впервые на проблемы негативного воздействия экономики на окружающую среду ученые обратили внимание в 80-х гг. прошлого века, когда были заложены основы формирования концепции зеленой экономики. В

дальнейшем экологическая составляющая легла в основу концепции устойчивого развития и роста благосостояния населения.

Человек же, стараясь улучшить условия своей жизни, создает сложные урбанистические системы, в результате чего природные экосистемы нарушаются и гибнут, а сам человек при внешнем комфорте находится в постоянно усиливающемся состоянии внутреннего дискомфорта.

Урбанизация является объективным процессом, однако рост городского населения в последние десятилетия был настолько стремительным, что окружающая среда многих городов уже не в состоянии удовлетворять биологические и социальные потребности жителей. Крупный город оказывает влияние на все компоненты природной среды – атмосферу, животный и растительный мир, гидрографическую сеть и подземные воды, почвы и климат. Урбанизация поставила перед человечеством ряд серьезных экологических проблем: растущая уязвимость урбоэкосистем, ухудшение качества среды обитания и плодородных земель, массовое производство отходов, появление специфических болезней, вызванных высокой концентрацией населения в сочетании с загрязнением среды обитания.

Город представляет собой искусственно созданную людьми экосистему, в которой человек доминирует над растениями, животными, птицами и насекомыми. В отличие от естественных экосистем урбоэкосистема не может быть саморегулирующейся, все процессы жизнедеятельности города должны регулироваться обществом.

Современный город развивается не только как жилой массив, но и как место сосредоточения промышленных предприятий и транспорта, которые являются основными антропогенными источниками загрязнения окружающей среды.

Автомобильный транспорт является основным источником загрязнения атмосферы в городе. Выхлопные газы автомобилей содержат около 200 химических соединений, которые подразделяются на 7 групп в зависимости от особенностей их воздействия на организм человека. Оксид углерода, оксид азота, углеводороды, альдегиды, сажа, свинец – все эти соединения оказывают негативное воздействие на организм человека, вызывая болезни органов дыхания, кровеносной и центральной нервной системы. Бенз(а)пирен обладает мощным канцерогенным действием. Опасность этого загрязнения обусловлена также и тем, что выбросы происходят вблизи органов дыхания человека, а в районах с узкими улицами и многоэтажными домами выхлопные газы рассеиваются медленно и вызывают хронические отравления жителей [1, с. 370].

В результате интенсивной производственной деятельности в атмосферу города выделяются значительные объемы загрязняющих веществ, из которых примерно 90% приходится на газообразные соединения, а 10% представлены твердыми и жидкими веществами. Помимо отравляющего действия на организм животных и человека, они изменяют ход фотохимических и радиационных процессов, что приводит к негативным изменениям микроклимата городской среды. Вследствие загрязнения атмосферного воздуха твердыми и жидкими взвешенными частицами происходит изменение его прозрачности, что приводит к уменьшению поступающей солнечной радиации. Но в еще большей степени они уменьшают встречное инфракрасное излучение земной поверхности. В сочетании с теплоотдачей объектов городской застройки это приводит к образованию «острова тепла»,

который подобно куполу накрывает город. Разница температур между городом и его окрестностями обычно находится в диапазоне 1–4°C, но иногда эта разница может достигать 8°C. Размер «острова теплоты» и другие его показатели зависят от метеорологических условий и особенностей города. «Остров» может быть разрушен ветром, однако элементы городской застройки и зеленые насаждения изменяют скорость ветра и его направление. В городе скорость ветра значительно ниже, чем за его пределами, что приводит к устойчивости «острова теплоты» и нарушению инсоляционного режима, который в нашей стране является важнейшим гигиеническим фактором [3, с. 76]. Солнце очень важно для всего живого на Земле, его свет оказывает влияние на различные процессы в организме человека, в частности на метаболизм, работу нервной системы, кровообращение, регулирует режим покоя и активности. При недостатке солнечного света происходит рост заболеваемости населения туберкулезом, рахитом и остеопорозом.

Интенсивная урбанизация оказывает негативное влияние не только на физическое состояние населения, но и на психологическое. В 1989 году ученый Василий Филин отметил, что визуальная среда представляет собой экологический фактор, от которого зависят процессы зрения. Он сделал вывод, что современная городская инфраструктура деструктивно влияет на зрительные процессы и психику. Основанное им научное направление «видеоэкология» – область знания о взаимодействии человека с окружающей видимой средой – в настоящее время является объектом пристального внимания у архитекторов и дизайнеров интерьера.

Согласно теории В.А. Филина, городская застройка создает вокруг жителей гомогенные и агрессивные визуальные поля.

Гомогенные поля образуются объектами, на которых зрительные детали отсутствуют вообще или их количество значительно снижено. В городских условиях гомогенные поля образуются торцами зданий, заборами, асфальтовым покрытием. Использование в строительстве и дизайне интерьера панелей и стекла большого размера, ДСП, пленок, линолеума, пластика и отражающих поверхностей также приводит к гомогенизации визуальной среды.

Агрессивные визуальные поля создаются множеством одинаковых элементов, равномерно рассредоточенных на поверхности. Классическим примером агрессивного поля является многоэтажный жилой дом с большим количеством окон, при взгляде на который трудно определить на какое окно смотрит глаз, т.к. все окна выглядят одинаково.

Постоянно находясь в окружении гомогенных и агрессивных визуальных полей, человек начинает испытывать зрительный дискомфорт, который дополняется ощущением дезориентации в пространстве, головокружением и головными болями. В современной градостроительной практике есть примеры настенной живописи, способствующей снижению гомогенности визуальной среды, однако в нашей стране она пока еще не получила широкого распространения. Видеоэкологи также обратили внимание, что цвет зданий оказывает непосредственное влияние на психику жителей. В районах, где доминирует серый цвет, отмечается самый высокий уровень преступности [2].

Таким образом, визуальная городская среда, в которой человек проводит большую часть своей жизни, представляет собой не менее важный экологический фактор, от которого зависит социальное и экономическое благополучие населения.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что экологические проблемы города оказывают существенное влияние на уровень социально-экономического благополучия его жителей. Загрязнение атмосферы, почвы, питьевой воды, недостаток солнечного света приводят к заболеваниям населения, в том числе и на генетическом уровне. Гомогенные и агрессивные поля, образованные объектами современной городской застройки, оказывают негативное влияние на работу зрительного аппарата, что в свою очередь приводит к раздражительности, головным болям, быстрой утомляемостью и тревожным расстройствам. Согласно исследованиям В.А. Филина, работники, постоянно находящиеся в окружении таких полей, чаще обращаются к врачам и берут больничные листы. Хронические и психологические заболевания трудоспособного населения приводят к неспособности полноценно и эффективно исполнять свои трудовые обязанности, что в свою очередь сказывается на уровне эффективности предприятий и экономике в целом. Следовательно, решение экологических проблем на уровне города, позволит не только улучшить социально-экономическое благополучие его жителей, но и положительно отразится на экономике всей страны.

Список литературы

1. Денисов В.В. Экология города: учебное пособие [Текст] / В.В. Денисов, А.С. Курбатова, И.А. Денисова; под ред. проф. В.В. Денисова. – М.: ИКЦ МарТ, Ростов н/Д: МарТ, 2008. – 832 с.
2. Филин В.А. Визуальная среда как социальный фактор / В.А. Филин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.videoecology.com/s_soc_ru.html
3. Хомич В.А. Экология городской среды: Учебное пособие для вузов [Текст] / В.А. Хомич. – Омск: Изд-во СибАДИ, 2002. – 267 с.

Серафимов Михаил Михайлович

канд. социол. наук, доцент

Дзержинский филиал ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»
г. Дзержинск, Нижегородская область

Соломаха Елена Николаевна

канд. ист. наук, доцент

Дзержинский филиал ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»
г. Балахна, Нижегородская область

Водопьянов Станислав Владимирович

начальник сектора

Администрация городского округа г. Бор
г. Бор, Нижегородская область

DOI 10.32483/г-99324

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ**

Аннотация: в статье авторы анализируют процесс зарождения, становления и развития информационных технологий в муниципальном управлении на примере органов МСУ городского округа г. Бор. Дается описание конкретного применения ИТ на современном этапе по трем направлениям:

информационные системы, документооборот и оказание государственных и муниципальных услуг через МФЦ (многофункциональные центры). Отмечаются как положительный эффект, так и нерешенные проблемы. Подчеркивается, как наиболее эффективное, применение ИТ в оказании государственных и муниципальных услуг через сеть МФЦ. Предоставлен фактический материал, который отражает быстрый рост объема оказываемых государственных и муниципальных услуг населению.

Ключевые слова: *информационные технологии, муниципальное управление, информационные системы, документооборот, оказание государственных и муниципальных услуг, МФЦ (многофункциональные центры).*

История развития местного самоуправления в Борском районе, а в последствии – в городском округе Бор Нижегородской области, с определенного момента тесно переплетается с компьютеризацией, внедрением и дальнейшим развитием информационных технологий (далее – ИТ) в сфере муниципального управления, параллельно с развитием данного направления во всех сферах человеческого бытия. По словам старожилов, в здании Администрации начиналось все с трех ПК, объединенных в 10-ти Мегабитную локальную сеть и одного матричного принтера. Соответственно, процент задач, решаемых с помощью вычислительной техники, был весьма и весьма невелик [5]. Старт активному внедрению информационных технологий в государственное и муниципальное управление был задан Государственной программой Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 г.)», утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 20 октября 2010 г. №1815-р [3]. Ее положения явились основой правовых актов в этой сфере управления на уровне субъектов РФ по созданию в муниципальных образованиях многофункциональных центров по оказанию государственных и муниципальных услуг [1]. Следует отметить, что этому предшествовала подготовительная работа в рамках Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002–2010 г.) и создание пилотных проектов в пяти областях Российской Федерации [6]. Круг задач, решаемых с помощью информационной инфраструктуры, неуклонно рос, и сейчас, можно с уверенностью это констатировать, нет практически ни одной задачи, для решения которой бы не использовались современные ПК и оргтехника. И если провести контент – анализ научных, учебно-методических, популярно-просветительских и других текстов в печатных изданиях и интернете, то, скорее всего словосочетание «информационные технологии» или ИТ займет одну из лидирующих позиций. Важным аспектом в деятельности ОМСУ является предоставление гражданам различных услуг муниципального и государственного уровня. Согласно Постановлению Правительства РФ, начиная с 2012 года многие услуги активно переводятся в электронный вид и гражданам предлагается получать эти услуги не только путем обращения лично в МФЦ или Администрацию, но и через порталы Гос. услуг Российской Федерации [2] и Нижегородской области непосредственно со своего ПК или мобильного устройства. На наш взгляд это направление оказалось наиболее эффективным с точки зрения использования ИТ в муниципальном управлении [7]. Здесь необходимо подчеркнуть еще ряд интересных моментов, почему именно это направление оказалось наиболее успешным и с точки зрения социальной значимости и экономического

эффекта. Во-первых, если первые два направления касаются деятельности только самых органов и муниципальных организаций, то оказание государственных и муниципальных услуг важно для всего населения и переводит взаимодействие органов власти и граждан на более высокий уровень, исключая субъективные и коррупционные факторы. Это, кстати, привело к сокращению персонала в ряде государственных и муниципальных организаций. Во-вторых, если первые два направления не дали высокого ожидаемого эффекта в плане сокращения «бумажного вала», улучшения качества принимаемых решений, то третье направление, несомненно, сводит до нижнего порога личного общения работников органов МСУ и муниципальных организации с населением. Конечно, здесь есть и новые задачи, которые придется решать. Теперь любое служебное место должно быть оборудовано АРМ, что гораздо дороже, чем ручка и блокнот. Появились новые отделы по обслуживанию IT. Могут возникнуть потенциальные проблемы с утечкой служебной информации, в связи с ростом киберпреступности. В Администрации городского округа г. Бор в настоящее время переведено в электронный вид 29 услуг, планируется, при необходимости, увеличить этот список до 54 услуг. Услуги в электронном виде неуклонно завоевывают популярность среди граждан городского округа и всей Нижегородской области. К примеру, количество предоставленных услуг в электронном виде в 2021 году составило 19648 штук [4]. Но, разумеется, наиболее популярным способом получения услуг на сегодняшний день, остается обращение граждан в МФЦ, т.к. велика доля возрастных обращающихся, не достаточно образованных в IT-сфере граждан, так и в силу более высокой компетентности специалистов МФЦ в вопросах подготовки необходимых документов и порядка предоставления той или иной услуги. Ряд документов ОГВ и ОМС запрашивают самостоятельно, без участия заявителя, посредством системы межведомственного взаимодействия. Как уже отмечалось выше, с развитием информационных технологий, коммуникаций различного уровня, увя, растет и киберпреступность. Воровство баз данных, содержащих конфиденциальную информацию, персональные данные, промышленные либо военные секреты корпораций, либо государства, доступы к банковским счетам либо переписке граждан – вот реалии сегодняшнего дня. Инструментами для осуществления этих целей сегодня являются: написание различных компьютерных, в том числе сетевых вирусов, похищающих ту или иную информацию из незащищенных ПК или ИС, создание различных подложных сайтов онлайн-банков для воровства данных банковских карт и персональных данных граждан, рассылка различных вирусов-шифровальщиков для вымогательства денежных средств и многое другое. В результате остро стоит вопрос информационной безопасности и защиты персональных данных сотрудников, граждан и корпоративной тайны, обрабатываемых в ИС Администрации. Проводится постоянный мониторинг сетей ОМСУ области силами и средствами ФСО Федерального уровня, и все выявленные уязвимости незамедлительно устраняются силами специалистов по информационной безопасности ОМСУ.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» №210 – ФЗ от 27 июля 2010 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/sys/> (дата обращения: 01.05.19).

2. Постановление правительства РФ от 22 декабря 2012 года «Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг» (с изменениями на 28 января 2019 года).
3. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. №1815-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/sys/> (дата обращения: 01.05.19).
4. Ежегодные статистические отчеты МАУ «МФЦ г. Бор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mfcbor.ru/o-nas/> (дата обращения: 01.05.19).
5. Интервью исполнительного директора районного фонда поддержки малого предпринимательства в г. Бор Серафимова М.М. // Борская правда. – 26.12.97.
6. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)». Утверждена постановлением Правительства РФ от 28 января 2002 г. №65) (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 9 июня 2010 г. №403) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/sys/> (дата обращения: 01.05.19)
7. Яковлева Н. Многофункциональный центр: новая модель взаимодействия государства и граждан при предоставлении государственных и муниципальных услуг / Н. Яковлева // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 22.11.09.

ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Бикметов Рамиль Шамилевич

канд. социол. наук, доцент

Мурзагулова Алия Рамазановна

магистрант

Садыкова Лилия Гайсаевна

канд. экон. наук, доцент

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский
государственный университет»
г. Стерлитамак, Республика Башкортостан

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье рассматривается сущность понятия мотивации персонала предприятия как одного из главных факторов повышения производительности труда. Определено влияние мотивации персонала на производительность труда и предложены принципы построения системы мотивации с целью повышения производительности труда.

Ключевые слова: мотив, мотивация персонала, персонал, повышение уровня производительности труда, производительность труда.

Мотивация – это процесс, начинающийся с физиологической потребности, которая создает мотив, а он в свою очередь активизирует действие, направленное на достижение цели или вознаграждения, которое удовлетворяет в итоге возникшую потребность. В этом процессе менеджеру важно сопоставить цели сотрудников с целями организации для достижения последних. В связи с этим, одной из задач, которую решает менеджер компании является формирование эффективной системы мотивации, по которой понимается совокупность рычагов и механизмов, с помощью которых организации влияет на персонал для достижения своих целей.

Мотивы, которые побуждают конкретного сотрудника или сотрудников к эффективной работе, могут меняться из-за различных внутренних и внешних воздействий на человека. Поэтому, своевременно проведенный анализ мотивации персонала поможет определить то, насколько сотрудники понимают и удовлетворяют целям организации, а также, в какой степени, это соотносится с удовлетворением их личных потребностей.

Задачами системы мотивации персонала в организации являются:

- ориентировать персонал на решение стратегических задач компании;
- стимулировать эффективную и производительную работу каждого сотрудника;
- привлекать в организацию квалифицированных специалистов и закреплять уже работающих профессионалов;

- стимулировать профессиональное развитие и рост квалификации персонала;
- обеспечить лояльность сотрудников на всех уровнях и стабильность кадрового состава компании;
- оптимизировать расходы на персонал.

Основным инструментом повышения эффективности использования человеческих ресурсов является мотивация. Мотивация способствует формированию компетентных специалистов и их эффективное включение в работу.

Как правило, под мотивацией понимается процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения собственных целей или целей организации [1].

Это наиболее популярное определение, к которому склоняется большинство авторов. Оно представлено в фундаментальном труде «Основы менеджмента» авторов М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. По мнению российского автора В.И. Андреева «Мотивация – это процесс воздействия на работника в целях изменения по заданным параметрам структуры ценностных ориентаций и интересов и развития на этой основе трудового потенциала» [2].

Развитие мотивации персонала является необходимым условием позитивного отношения его к исполнению своих должностных обязанностей. В связи с этим перед организацией стоит важная задача по созданию мотивационных условий, при которых работники могли бы максимально применять свои знания, умения, навыки, профессиональный опыт в практической деятельности.

Можно отметить следующие направления мотивации работников и повышения производительности труда:

1. В системе мотивации и стимулирования работника принципиальным является выплата заработной платы за выполненную работу. Для современной компании необходимым является введение эластичной, но обоснованной системы материального стимулирования персонала. При внедрении эффективной системы оплаты труда квалифицированного работника удержать еще легче.

Под эффективной системой оплаты принято воспринимать не столько выплату огромных окладов, насколько разные премии и бонусы за отличия в работе.

2. Уверенность в завтрашнем дне, стабильность. Можно с полной уверенностью заявить, что тот работник, который выполняет свою работу, соблюдая внутренний трудовой распорядок и правила по охране труда, непременно останется работать в организации.

Во время кризиса происходит сокращения количества производственного персонала, но даже в этом случае исполнительный работник будет оставлен на своем рабочем месте, так как в первую очередь под сокращения попадут сотрудники-нарушители. Работник, который убежден в том, что завтра не окажется на улице (не будет сокращен), проявляет большую преданность к организации, в которой работает.

3. Возможность служебного роста, как вертикального, так и горизонтального. Каждый человек, устраивающийся на работу, грезит о собственном скорейшем повышении, даже если пройдет некоторое количество лет.

Как бы не хотелось работнику продвинуться вверх по карьерной лестнице, для начала он обязан выполнять свои обязанности, получить определенные познания и навыки на своем рабочем месте. Если работа в

организации не перспективна, многие работники прерывают сотрудничество с этой организацией и увольняются.

4. Знания. Сотрудник, который жаждет подняться по карьерной лестнице, будет рад побывать на разных семинарах, тренингах и курсах повышения квалификации. В настоящее время все понимают, что познания и навыки являются обязательным условием для хорошего сотрудника, поэтому, чем больше вы это понимаете, тем более вы ценитесь [3].

Для реализации основных направлений развития мотивации требуется оптимизация следующих направлений работы службы управления персоналом:

1. Определение оптимальной численности персонала через изменение модели функционирования: организационно-функциональная модель компании и механизмы определения оптимальной численности.

2. Обеспечение оптимальной стоимости персонала при повышении конкурентоспособности системы оплаты труда через механизмы определения оптимальной стоимости персонала, систему конкурентной оплаты труда и мотивации персонала, развитие инструментов удержания и развития ключевых сотрудников.

3. Повышение качества персонала и внутренней среды через определение уровня квалификации персонала и увеличение мероприятий по развитию/повышению квалификации, обеспечение преемственности для сохранения ключевых знаний и навыков в компании, формирование эффективной корпоративной культуры и имиджа компании.

Ключевым моментом на пути к повышению мотивационных механизмов и результативности деятельности следует считать оценку персонала, которая в дальнейшем становится основой поощрения за качественно выполняемую работу. При этом механизм оценки персонала должен включать несколько основных элементов, первым из которых является выведение системы аттестации из формального состояния на реальный уровень.

Для повышения системы мотивации персонала организации рекомендуется проводить работу во всех направлениях, используя все имеющиеся резервы повышения мотивации персонала.

Мониторинг эффективности является необходимым элементом системы.

При создании системы мотивации в нее должны быть заложены механизмы, позволяющие определять ее эффективность, фактическое влияние на изменение ключевых показателей работы предприятия. Оценка эффективности должна проводиться подразделением, отличным от менеджмента и отдела кадров, желательно службой внутреннего аудита предприятия.

Современные подходы к мотивации предполагают постоянный мониторинг текущего состояния рынка труда и роста персонала. Каждый человек становится самостоятельной ценностью, в росте которой заинтересована компания. Использование систем ключевых показателей эффективности, сочетании с партисипативным подходом повышает конкурентоспособность компании на рынке в целом.

Список литературы

1. Бикметов Р.Ш. Креативный стиль управления персоналом организации в современных условиях / Р.Ш. Бикметов // *Лидерство и менеджмент*. – 2020. – Том 7, №3. – С. 427–438.

2. Бурмистрова Е.В. Мотивация труда как гибкий инструмент повышения производительности труда / Е.В. Бурмистрова // *Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента: сб. ст. по матер. XXIV междунар. науч.-практ. конф.* – Новосибирск: СибАК, 2019. – №7(17). – С. 48–54.

3. Веснин В.Р. Практическое управление персоналом: надбавка к кадровой работе / В.Р. Веснин. – М.: Юрист, 2018. – 495 с.
4. Галенко В.П. Управление персоналом и эффективность предприятий / В.П. Галенко, О.А. Страхова, С.И. Файбушевич. – М.: Бератор, 2018. – 168 с.
5. Гутгарц Р.Д. Эволюция подходов к проблеме управления персоналом орг. / Р.Д. Гутгарц // Менеджмент в России и за рубежом. – 2017. – №5. – С. 105–117.
6. Рощина А.В. Влияние мотивации персонала на повышение уровня производительности труда / А.В. Рощина // Современные научные исследования и инновации. – 2019. – №12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2019/12/90801> (дата обращения: 17.09.2020).
7. Царев В.Е. Мотивация персонала как основной фактор повышения производительности труда / В.Е. Царев, Д.А. Вершина, Семенова Н.К. // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 929–932 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/114/29835/>

Володина Дарья Юрьевна

магистрант

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)»

г. Казань, Республика Татарстан

АНАЛИЗ ДЕФИНИЦИИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ

Аннотация: в статье представлен анализ дефиниции финансового состояния компании, основанный на исследовании базовых теоретических трактовок сущности финансового положения хозяйствующего субъекта. Рассмотрена трактовка финансового состояния как характеристики состояния капитала, способности компании к саморазвитию за счет иеющихся ресурсов и повышения эффективности их использования. Проанализирована сущность финансового состояния с ракурса взаимосвязи со стратегическим развитием компании. Представлена обоснованная взаимоувязка текущего состояния со способностью к саморазвитию компании через включение в оценку финансового состояния характеристики – потенциала развития компании.

Ключевые слова: компания, финансовое состояние, конкурентоспособность, финансовые риски, стратегия развития, анализ, управленческие решения.

Современные требования к результатам анализа финансового состояния со стороны широкого круга пользователей побуждают искать новые источники релевантных данных в дополнение к бухгалтерской отчетности, которая долгое время была достаточной для формирования информационной базы такого анализа. Стремление к повышению достоверности оценки финансового состояния и обоснованности управленческих решений приводит к необходимости принимать во внимание множество факторов, которые не находят отражения в системном финансовом учете, например, со стороны деловых качеств руководителей или рисков рыночной конъюнктуры. Такие факторы при соответствующем стечении обстоятельств могут оказать неожиданно сильное или решающее (как положительное, так и отри-

пательное) воздействие, что требует использования чувствительных методов, способных превентивно выявить их последствия.

По мнению А.А. Алиева, финансовое состояние является комплексным понятием, оно характеризуется системой показателей, которые отражают наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности компании, и эффективность их использования [1, с. 289].

Финансовое состояние компании выражается в образовании, размещении и использовании финансовых ресурсов, к числу которых относятся денежные средства в виде выручки за реализованную продукцию (товары, работы, услуги), в виде заемных средств

По мнению И.А. Бланка «финансовое состояние предприятия представляет собой экономическую категорию, характеризующую состояние капитала в процессе его кругооборота и способность организации к саморазвитию в определенный момент времени. Финансовое состояние компании – это комплексное понятие, которое определяется всей совокупностью внешних и внутренних факторов и характеризуется системой показателей» [2, с. 359].

Финансовое положение и финансовое состояние часто рассматриваются соответственно, как часть и целое [3, с. 11; 6, с. 279], включающие не только констатацию величин отдельных показателей, но и их общую оценку. На основе этой оценки раскрывается способность хозяйствующего субъекта к саморазвитию, выявляются резервы и возможности использования финансовых ресурсов [6, с. 281], возможности фирмы (как партнера по бизнесу, объекта инвестирования капитала, налогоплательщика) [3, с. 68].

Мальшенко В.А. дает по мнению автора наиболее полное определение дефиниции «финансовое состояние» с ракурса темы исследования. В частности, под финансовым состоянием в стратегическом аспекте понимается комплексная и важнейшая аналитическая характеристика конкурентоспособности компании. От него зависит не только достижимость стратегически важных целей, но и сама возможность системной деятельности по обоснованию программы стратегического развития [5, с. 166].

Финансовое состояние компании, вступившей в период необходимых стратегических преобразований, уже является в той или иной мере неустойчивым. Кроме того, на внутреннюю нестабильность накладывает влияние изменчивости внешней среды предприятия либо кумулятивный эффект постоянного стагнационного состояния макроэкономики. В таких случаях развитие негативных последствий носит нелинейный характер, особенно ярко проявляющийся у предприятий с сезонным характером производства. Причины инициирования стратегических преобразований могут быть как объективными (угроза банкротства), так и субъективными – при осознанной трансформации предприятия для сохранения или улучшения конкурентной позиции. В каждом случае предприятие сталкивается с проблемной ситуацией недостатка ресурсов и необходимости структурно-управленческих преобразований с повышенной степенью риска.

Таким образом, объективным, отражающим сущностную характеристику дефиниции «финансовое состояние компании» является определение В.А. Мальшенко. Взаимоувязка текущего состояния со способностью к саморазвитию компании предполагает включение в оценку финансового состояния» характеристики – потенциала развития компании.

Принцип комплексного подхода требует от круга показателей финансового состояния хозяйствующего субъекта исчерпывающего охвата множества явлений и процессов, которые в совокупности характеризуют наличие, структуру и использование финансовых ресурсов. Эти явления и процессы представляют интерес прежде всего в разрезе экстенсивных (масштаб, достаточность, абсолютная отдача – прибыль) и интенсивных (скорость движения, относительная отдача – рентабельность) признаков.

Список литературы

1. Алиев А.А. Интегральная оценка финансового состояния предприятия / А.А. Алиев, М.Г. Соловьева, А.Д. Качалина // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24, №2. – С. 288 – 303.
2. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2018. – 656 с.
3. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия: монография / И.А. Жулега. – СПб.: ГУАП, 2020. – 235 с.
4. Илышева Н.Н. Анализ финансовой отчетности: учебник / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2020. – 480 с.
5. Мальшенко В.А. Стратегическая финансовая устойчивость и процедура анализа финансового состояния / В.А. Мальшенко // Экономический анализ. – 2018. – №8. – С. 164–179.
6. Пястолов С. М. Экономический анализ деятельности предприятий / С. М.Пястолов. – М.: Академический проект, 2019. – 424 с.
7. Финансовый менеджмент / под ред. Д.А. Ендовицкого. – М.: Рид Групп, 2019. – 800 с.

Гусев Сергей Сергеевич
инженер-энергетик
ПАО «Ростелеком»
г. Москва

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

***Аннотация:** в статье изложено содержание некоторых ключевых направлений информационных технологий и всемирной компьютерной сети Интернет, а также экспоненциально растущие объемы печатной, видео- и аудио-информации, которые привели не только к возникновению новых видов деятельности человека, но и качественно изменили условия ее существования. В результате процессов виртуализации получили развитие информационные технологии и частичное перемещение в среду Интернет таких сфер деятельности, как образование, торговля, медицина, социальные услуги, развлечения и игры, коммуникации (общение) между индивидуумами и группами индивидуумов. Каждый из этих аспектов виртуализации имеет как хорошее, так и не очень хорошее воздействие на жизнь каждого человека и общества в целом, но в основном наблюдаются положительные тенденции и процессы совершенствования технологически и организационно.*

***Ключевые слова:** виртуализация, информационные технологии, Интернет, информационная парадигма, образование.*

Развитие компьютерной техники, информационных технологий и всемирной компьютерной сети Интернет, а также экспоненциально растущие

объемы печатной, видео- и аудио-информации, привели не только к возникновению новых видов деятельности человека, но и качественно изменили условия ее существования. Глобальность происходящих социально-экономических процессов требует новых методологических подходов к их исследованию, появления новой парадигмы, позволяющей осуществить комплексные системные исследования и сделать правильный, научно обоснованный, прогноз дальнейшего развития социально-экономической системы. Основой новой методологии, на наш взгляд, может стать информационная парадигма, сочетающаяся с идеями виртуализации. Парадигма, как совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов, должна содержать: систему социальных ценностей; категории и законы функционирования экономической системы общества, включая характер и структуру производства, распределения, присвоения и потребления материальных благ и услуг; общественные и экономические институты; хозяйственный механизм управления экономическими процессами.

Информационная парадигма выводит на первое место среди социальных ценностей образование, владение багажом знаний, реализует на практике известное высказывание Ф. Бэкона: «Кто владеет информацией – владеет миром». Появление информационной парадигмы в экономической теории обусловила новые виды человеческой деятельности, связанной с производством интеллектуальных услуг, информационной деятельностью, а также структурные сдвиги в экономике. В парадигме, как в доминирующей на определенном историческом этапе системе научных взглядов, существует главная категория, которая присутствует в различных своих проявлениях в действующих компонентах системы. Такой категорией в настоящее время является информация. Информатизация экономики означает ее техническое перевооружение на основе компьютерной техники и информационных технологий, а также преобразования информации в экономический ресурс первостепенного значения. Под виртуализацией понимается предоставление вычислительных ресурсов различных объемов и мощности для решения задач общества, экономики, предприятий и индивидуумов для производства, обмена и коммуникации. Концепция виртуализации появилась в 1990-х годах. Виртуализация предполагает замену реальных объектов и действий их изображениями и связями, и она касается двух основных аспектов:

1) виртуализации общества: традиционные институты предписывают делать реальные вещи и реальные действия, но люди вместо этого работают с виртуальными объектами – изображениями, что делает социальные институтами своего рода виртуальной реальностью;

2) виртуализации социальных институтов, что включает экономику, политику и культуру.

В экономике процесс создания добавленной стоимости все больше зависит от виртуальных активов – брендов, а не от традиционных материальных активов. Политические партии и другие организации все больше проигрывают в борьбе за власть, в то время как критически важным становится созданный в виртуальной среде образ кандидата. Культурная ценность и влияние научных или художественных проектов все больше определяются продвижением их в сетях, а не их реальной художественной или научной значимостью. По данным Федеральной службы государственной

статистики Российской Федерации, доля социально значимых объектов инфраструктуры, имеющих возможность подключения к широкополосному доступу к сети Интернет в 2018 г. составила 36,1%, объем услуг в сфере телекоммуникаций в I квартале 2019 г. составил 54,6% в общем объеме услуг, а активность пользователей Интернет в социальных сетях в России превзошла страны ЕС (78% и 65% соответственно) [1]. Тем не менее, имеющиеся данные свидетельствуют о недостаточном развитии информатизации и виртуализации в Российской Федерации (например, использование мобильных устройств для выхода в Интернет в России составляет 67%, а странах ЕС – 65%) и о необходимости реализации Программы «Цифровая экономика Российской Федерации», принятой летом 2017 г. [2].

Из научных публикаций последних лет следует отметить работы Ю.Д. Землякова и Н.В. Ситкевича [3], М.А. Коваженкова [4], А.В. Луканина, Е.В. Еремина и С.И. Неделько [5], В.В. Ерченко, И.Г. Шестоковой и Д.И. Филипповой, рассматривающих парадигму информационного общества, особенности ее формирования при управлении экономическими процессами, особенности виртуализации социальных институтов, задачи и проблемы внедрения технологии виртуализации, результаты современного развития информационно-коммуникационных технологий и их влияние на процессы глобализации, а также особенности формирования новой экономики. М.А. Коваженков пишет: «доминирующей тенденцией стал переход к принципиально новой технико-технологической основе общества, т.е. возрастанию роли компьютеризации, информатизации и виртуализации всех общественных процессов, в том числе, и процессов управления, которые существенно видоизменяют механизм управленческой деятельности» [4, с. 22]. Главными в управлении становятся коммуникации и диалог, которые приобретают новое качество в социальных компьютерных сетях, информационных системах предприятий, а также Интернет, что требует более высококвалифицированной и развитой в социальном плане личности. При этом возникает проблема гуманизации теории управления, потребности в людях широкой культуры, владеющих навыками общения и ведения полноценного диалога.

В информационном обществе происходит виртуализация всех сфер социально-экономической жизни, в том числе, социальных институтов в связи с переходом коммуникационных процессов в сеть [5]. Социальные институты понимаются как «устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей и статусов, образующих социальную систему» [5, с. 41]. Социальные институты влияют на экономическое поведение агентов рынка, принимающих решение о покупке, инвестициях, продвижении товаров и услуг и другие. Коммуникативные функции являются основными в деятельности виртуального предприятия, особенно в условиях возрастающих потоков информации.

Исследуя задачи и проблемы внедрения виртуализации, В.В. Ерченко пишет: «Под термином «виртуализация» чаще всего понимают виртуализацию серверов, то есть размещение нескольких независимых друг от друга операционных систем на одном физическом сервере». Более широко стали понимать данный термин после перемещения в Интернет

нескольких видов экономической деятельности, создания благодаря электронной коммерции виртуальных рынков. И.Г. Шестакова выделяет два главных результата современного развития информационно-коммуникационных технологий: виртуализацию и глобализацию. В результате процессов виртуализации получили развитие информационных технологий и частичное перемещение в среду Интернет таких сфер деятельности, как образование, торговля, медицина, социальные услуги, развлечения и игры, коммуникации (общение) между индивидуумами и группами индивидуумов. Каждый из этих аспектов виртуализации имеет как хорошее, так и не очень хорошее воздействие на жизнь каждого человека и общества в целом, но в основном наблюдаются положительные тенденции и процессы совершенствуются технологически и организационно.

Глобализационные процессы отражают стремление человечества к всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации. Исторически эти процессы поддерживались развитием транспорта (флота), связи (телеграф и телефон), но особенно бурно они стали распространяться с появлением Интернет. И.Г. Шестакова отмечает, что: «Многие мыслители, говоря о глобализации и о влиянии на этот процесс инфокоммуникаций, обычно приписывают данному процессу негативное влияние, поскольку для них процесс глобализации ассоциируется с приходом массовой культуры и засильем транснациональных компаний». Д.И. Филиппова в качестве основной особенности новой экономики отмечает глобализацию, которую видит в том, что «мир в результате обмена товарами и продуктами, информацией, знаниями и культурными ценностями становится более взаимосвязанным» [6, с. 57].

В современной экономике Интернет и другие сети, в том числе, компьютерные социальные, способствуют глобализации бизнеса, а также явного и неявного управления поведением фирм, организаций и людей. Быстрорастущая цифровая экономика выявила явный разрыв как в архитектуре, так и в операционных возможностях ИТ-систем телекоммуникаций. Сегодняшние потребители требуют персонализированных контекстных услуг, но стандартизированные подписки продолжают доминировать на рынке. Все большее число предприятий требует полного обслуживания жизненного цикла для поддержки новых цифровых бизнес-моделей, только для удовлетворения потребностей в связности и пропускной способности. Значительные возможности для бизнеса заключаются в способности операторов устранять этот разрыв между ожиданиями и возможностями сети. Для этого операторы должны сосредоточиться на переходе от модели поставщика, ориентированной на поставку, массового рынка, на предоставление новых услуг цифровой связи, основанных на потребностях, которые требуются благодаря все более цифровому образу жизни и бизнес-моделям. Все большую ценность приобретает информация, в том числе, персональные данные, позволяющие развивать маркетинг в социальных сетях.

Информация как экономический ресурс выступает в следующих видах:

1) конъюнктурной информации, характеризующей состояние рынка (уровень и изменение цен на товары и услуги, курсы ценных бумаг, банковские ставки, биржевые котировки);

2) коммерческой информации, представляющей совокупность сведений о спросе и предложении, качества товаров и услуг, их конку-

рентоспособности, агентах рынка, а также об импорте и экспорте, а также взаимного влияния внешнего и внутреннего рынков;

3) финансовой информации о платежеспособности и кредитной способности партнеров и конкурентов;

4) научно-техническая информация, способствующая инновациям;

5) статистическая информация;

6) массовая информация, которая способна повлиять на предпочтения потребителей и ситуацию на рынках (газеты, журналы, радио, телевидение, кино, видео, Интернет).

Информация как категория лежит в основе определения другой, не менее важной категории – знания. Знание означает осознанную информацию; фундаментальное знание, проверенное практикой и временем, формирует научные мировоззренческие основы, оно является двигателем научно-технического прогресса, материализуется в виде производственных инноваций. Применяя информационную парадигму к экономической системе современного общества, можно назвать эту экономику информационной, а также выделить основные характеристики пяти указанных подсистем. Во-первых, информационная экономика своим становлением обязана появлению новых производительных сил, которые кардинально изменили материально-техническую базу производства, добавили к ней автоматизацию, информационный ресурс и компьютерную технику с мировой системой Интернет. Последний фактор способствовал возникновению общих производительных сил, создаются и используются только коллективно. На первое место среди категорий, характеризующих производительные силы, выходят знания, которые имеют идеальное и материальное воплощение: в образовании, технологиях, производственной квалификации специалистов, а также в новой технике, организационных системах, продуктах и услугах. Поскольку важнейшим ресурсом становится интеллектуальный капитал, средства производства будто переходят в головы новаторов, тех, кто создает новые ценности. Если в индустриальной экономике приоритет отдавался техническим средствам производства, и при этом возникла проблема отчуждения человека от результатов его труда, то в информационной экономике высокоинтеллектуальный умственный труд вернул человека на главные позиции, снял, соответственно, проблему отчуждения. Это произошло потому, что знания, вложенные в продукт труда производителем, остаются с ним и могут быть использованы многократно. Во-вторых, информационная экономика характеризуется внедрением информационных технологий в производство, торговлю и услуги, а также развитием компьютерной сети Интернет, является базой для создания сетевых предприятий и сетевого интеллекта. Информационные и сетевые технологии определяют технологический способ производства, также формируется технико-экономическими отношениями вместе с производительными силами. В-третьих, в информационной экономике меняется характер труда и связанные с этим новые формы организационно-экономических отношений. С возникновением компьютеров появился новый вид деятельности – информационный, а с ростом объемов используемых в производстве знаний и потребностей в новых знаниях, интеллектуальную деятельность стали рассматривать как экономическую. Изменению характера труда также способствуют децентрализация и деурбанизация производства. В информационной экономике

появились новые формы труда и их общей характерной чертой стала полная работа (телеработа). Телеработа снижает производственные затраты, улучшает состояние окружающей среды; способствует становлению сетевой экономики является одной из форм информационной экономики; способствует увеличению занятости и частичной занятости, а также усилению позиций индивидуальных предпринимателей, маленьких фирм и микропредприятий. В-четвертых, в системе производственных отношений массовый интеллектуальный труд потребовал приоритета личности работника, поскольку такой работник свободно владеет необходимой информацией и знаниями, независимый от собственности на средства производства и имеет высокую мобильность. В связи с этим сам труд перестает быть экономическим принуждением, а общественная организация производства подвергается значительным изменениям. В-пятых, в информационной экономике происходят структурные изменения на макро- и микроуровне системы хозяйствования, а также глобализация бизнеса. Изменение на микроуровне – это появление предприятия нового типа, функционирующего в компьютерной сети Интернет, использующего отдельно функционирующих и территориально разобщенных работников, а также почти не имеющего материальных активов. Для информационной экономики характерно также появление виртуальных корпораций. Чтобы победить в конкурентной борьбе, необходимо вступать во множество постоянно изменяющихся союзов. Устраняются посредники, продавцы прямо взаимодействуют с производителями, отменяются составы, при этом стоимостные цепочки производственных операций превращаются в стоимостные сети. На макроуровне появляется новая отрасль экономики – информационная индустрия, возникает в результате слияния отраслей вычислительной техники (производство компьютеров, программ, оказание услуг по их обслуживанию), связи (Интернет, телефон, кабельное телевидение, спутниковая связь, радио) и информационного наполнения (библиотечная, архивная и издательское дело, информационные услуги, индустрия развлечений). Информационная парадигма экономической теории позволяет исследовать изменение содержания или значения ряда основных категорий, а также прогнозного содержания и важности основных факторов – индикаторов экономики. В информационной экономике меняется содержание следующих экономических категорий: стоимости, полезности, капитала, производства, производственных отношений и собственности.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28.07.2017 г.
3. Земляков Ю.Д. Ценностные трансформации мировоззренческой парадигмы информационного общества / Ю.Д. Земляков, Н.В. Ситкевич // Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2016. – Т. 18, №2. – С. 100–105.
4. Коваженков М.А. Особенности формирования современной парадигмы управления экономическими процессами / М.А. Коваженков // *Primo Aspectu*. – 2015. – Т. 24, №10 (174). – С. 21–26.
5. Луканин А.В. Особенности виртуализации социальных институтов в информационном обществе / А.В. Луканин, Е.В. Еремина, С.И. Неделько // *Власть*. – 2016. – №1. – С. 41–46.
6. Филиппова Д.И. Особенности формирования новой экономики / Д.И. Филиппова // *In Situ*. – 2016. – №4. – С. 55–59.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРАВ НА ОБЪЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

***Аннотация:** в статье описываются патентные лицензии и их использование в применении к международному и внутреннему обмену и использованию изобретений и других объектов промышленной собственности в производственно-хозяйственной деятельности предприятий. Также в статье рассматривается интеллектуальная собственность по действующему законодательству, где понимается исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, продукции и выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т. п.). Использование третьими лицами таких результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которые являются объектами исключительных прав, возможно, только с согласия правообладателя. Права на объекты интеллектуальной собственности являются исключительными в отношении третьих лиц, что означает, что только Университет или иной правообладатель, являющийся собственником конкретного объекта интеллектуальной собственности, вправе его использовать по своему усмотрению, запрещая такие действия всем третьим лицам без разрешения правообладателя. Такое разрешение может быть дано в форме лицензионного договора.*

***Ключевые слова:** патентные лицензии, интеллектуальная собственность, лицензионный договор, научно-техническая информация, правовая охрана, промышленная собственность.*

Формирование и защита отечественного рынка научно-технической продукции, основанного на развитии рынка интеллектуальной собственности [1], ее вовлечение в хозяйственный оборот, защита своего патентного пространства и поддержка отечественных патентов за рубежом названо в качестве стратегического направления реализации Концепции реформирования российской науки на период 2018–2020 годов.

Под интеллектуальной собственностью по действующему законодательству понимается исключительное право гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности [2] и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, продукции и выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.). Использование третьими лицами таких результатов интеллектуальной деятельности [3] и средств индивидуализации, которые являются объектами исключительных прав, возможно, только с согласия правообладателя.

Правовая охрана объектов промышленной [4] собственности осуществляется в рамках российской и других национальных (государственных), а также международных (надгосударственных) патентных систем, которые выдают от имени государства или группы государств охранный документ – патент, который обеспечивает патентообладателю исключительное (монопольное) право на использование объекта промышленной собственности, запрещая всем третьим лицам его использование в коммерческих целях без разрешения патентообладателя.

Являясь одновременно правовым, техническим и информационным документом, патент выступает не только в качестве формы правовой охраны от несанкционированного использования, но и своеобразным экономическим стимулом для инвестиций в научные исследования и промышленность.

Лицензионный договор представляет собой обязательственное правоотношение, длящееся в течение определенного периода или всего срока действия патента. Лицензиар при этом обязан не только поддерживать патент в силе, но и обеспечивать возможность практического использования технического решения.

Торговля полезными моделями (или малыми патентами) имеет практическое значение в тех странах, где законодательством предусмотрена их защита и регистрация (Япония, ФРГ, Испания, РФ и др.).

На мировом рынке лицензий крупномасштабный характер приобрела торговля беспатентными лицензиями, т.е. объектами промышленной собственности, не имеющими международной и национальной правовой охраны.

По оценкам экспертов, объемы торговли беспатентными лицензиями существенно превышают размеры коммерческих операций с объектами промышленной собственности, имеющими правовую охрану [5]. Предметами беспатентных лицензий являются непатентоспособные технические решения с упущенной патентной защитой, производственный и технологический опыт, навыки работы, а также конфиденциальные сведения коммерческого, управленческого и организационного характера, т.е. секреты производства, называемые «ноу-хау».

В отличие от охраняемых объектов промышленной собственности (патентные изобретения, программное обеспечение, техническое задание), которые в лицензионном договоре достаточно четко могут быть определены в качестве предметов лицензий при наличии на них охраняемых документов, выявление ноу-хау и согласование между сторонами объемов его передачи в качестве предметов лицензионной сделки связано с определенными трудностями и является исключительно результатом договоренности между партнерами лицензионного договора.

В практике международной торговли лицензиями при заключении лицензионных договоров имеют место:

- ноу-хау, которое является самостоятельным предметом лицензии в лицензионной сделке;
- ноу-хау, которое выступает в лицензионном договоре не самостоятельно, а как дополнение к запатентованному изобретению или полезной модели.

При торговле лицензиями следует учитывать не только технический уровень, область применения и экономический эффект от использования

предметов лицензий, но и степень разработки, этапы их «жизненного цикла». По этому признаку они могут предлагаться как предметы лицензий в следующем виде:

- идея, теоретическая разработка, результаты лабораторных исследований, которые могут быть переданы в форме чертежей, схем, методик, научных отчетов, регламентов и т. п. Возможности продажи таких лицензий носят ограниченный характер, т.к. отсутствуют технические решения проблемы и не ясны производственные возможности их использования. Несмотря на новизну разработок, существует большой риск в компенсации расходов и получения прибыли от их использования;

- техническое решение предлагаемого нововведения, которое передается в виде конструкторской документации, образцов, моделей, полупромышленных установок и т. п. На этой стадии значительно повышается интерес к предмету лицензии со стороны предпринимателей, сокращается риск и возрастает цена лицензии;

- производственно-освоенные нововведения обеспечивают покупателю внедрение предмета лицензии в кратчайшие сроки с минимальным риском от его использования в производстве и на рынке. Лишь на этой стадии владелец нововведения в состоянии в рамках лицензионного договора гарантировать покупателю достижение необходимых технико-экономических показателей. Основную массу предметов лицензий в продаже на рынке составляют производственно-освоенные нововведения.

Многообразие предметов лицензий и условий их применения на предприятиях покупателей привело к возникновению различных видов лицензий, получивших широкое распространение в практике международной и внутренней лицензионной торговле. С определенной долей условности их можно разделить на две группы:

- по объему передаваемых прав;
- по условиям предоставления и использования лицензий.

По объему передаваемых прав лицензии подразделяются на исключительные, полные и неисключительные (простые).

Сублицензия – предоставление лицензиатом прав на использование объекта промышленной собственности третьим лицам при согласии лицензиара. Мировая практика признает за владельцем исключительной лицензии право на предоставление сублицензии кроме случаев, когда исключительная лицензия предоставлена для использования лишь на одном предприятии или такое право прямо исключено по договору.

Действие сублицензии неразрывно связано с лицензионным договором, и прекращение исключительной лицензии влечет за собой прекращение сублицензионного договора. При этом лицензиат несет ответственность перед лицензиаром за ненадлежащее выполнение сублицензиатами своих обязанностей. Основной лицензиат несет ответственность перед владельцем патента за отчисления сублицензиата за использование сублицензии, а также за правильное предъявление счетов и отчетности. Лицензиар, за исключением случаев, когда требуется разрешение, не имеет влияния на выбор сублицензиата. Нередко предоставление сублицензии обуславливается дополнительными платежами.

Таким образом, для лицензиара важны не только взаимоотношения с основным лицензиатом, но и отношения между основным лицензиатом и сублицензиатом. Если даже в лицензионном договоре по этому поводу

ничего не сказано, основной лицензиат не может предоставить больше прав, чем имеет сам. Владелец исключительной лицензии наделен не только правами, но и обязанностями. Недопустимо чтобы лицензиат мог избежать выполнение этих обязанностей путем заключения договора с третьим лицом, а лицензиар не смог бы воздействовать на него. Было бы неправильно однозначно утверждать, что лицензии можно переуступать третьим лицам (уступка прав лицензиатом при замене первоначального лицензиата другим) без каких-либо ограничений так как лицензиару безразлично, кто является его партнером по договору.

С учетом риска, с которым связан любой лицензионный договор, его основа – доверительные отношения между лицензиаром и лицензиатом. Особое значение такие отношения имеют при предоставлении исключительной лицензии, поскольку за собственником изделий, деталей, сырья, материалов, необходимых для внедрения и использования лицензий.

Сопутствующие лицензии предусматривают передачу прав на использование объектов промышленной собственности в лицензионной форме в составе других коммерческих сделок: на поставку комплектного оборудования, подрядные работы, услуги типа «инжиниринг», оказание технической помощи, создание совместных предприятий и др.

Возвратная лицензия предусматривает предоставление лицензиару прав на использование объекта техники, технологии, разработанных лицензиатом на основе знаний, первоначально полученных им по основному лицензионному договору. Обязательства на возвратные лицензии обычно вытекают из статьи «Улучшения и усовершенствования», включаемой в типовые лицензионные договоры.

Мировая практика признает за владельцем исключительной лицензии право на предоставление сублицензии кроме случаев, когда исключительная лицензия предоставлена для использования лишь на одном предприятии или такое право прямо исключено по договору.

Действие сублицензии неразрывно связано с лицензионным договором, и прекращение исключительной лицензии влечет за собой прекращение сублицензионного договора. При этом лицензиат несет ответственность перед лицензиаром за ненадлежащее выполнение сублицензиатами своих обязанностей. Основной лицензиат несет ответственность перед владельцем патента за отчисления сублицензиата за использование сублицензии, а также за правильное предъявление счетов и отчетности. Лицензиар, за исключением случаев, когда требуется разрешение, не имеет влияние на выбор сублицензиата. Нередко предоставление сублицензии обуславливается дополнительными платежами.

Таким образом, для лицензиара важны не только взаимоотношения с основным лицензиатом, но и отношения между основным лицензиатом и сублицензиатом. Если даже в лицензионном договоре по этому поводу ничего не сказано, основной лицензиат не может предоставить больше прав, чем имеет сам. Но основной лицензиат имеет право требовать более высокие лицензионные платежи, чем те, которые производит сам.

Список литературы

1. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: учебник / Сергеев А.П. – 2. изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2001. – 750 с.

2. Азгальдов Г.Г. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов / Г.Г. Азгальдов, Н.Н. Карпова. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с.
3. Козырев А.Н. Оценка интеллектуальной собственности: Функциональный подход и математические методы / Козырев А.Н. – [б.м.]: Издательские решения, 2016. – 350 с.
4. Козырев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козырев, В.Л. Макаров. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 368 с.
5. Особенности оценочной деятельности применительно к условиям новой экономики. – М.: Интерклама, 2003. – 240 с.

Гусев Сергей Сергеевич
инженер-энергетик
ПАО «Ростелеком»
г. Москва

НАДЕЖНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

***Аннотация:** в статье изложена надежность деятельности предприятия как основа формирования эффективной деятельности самого предприятия. Следует отметить, что положительная репутация предприятия имеет практическую ценность не только для предприятия, но и для заинтересованных в его деятельности групп участников, а именно, собственников и инвесторов, работников предприятия, покупателей, поставщиков, кредиторов и государственных органов управления. Согласно теории систем, надежность характеризуется, как способность системы сохранять необходимые свойства и параметры, безотказно действовать, эффективно выполнять заданные функции в течение определенного периода времени, а также обеспечивать выживание при неблагоприятных условиях.*

***Ключевые слова:** надежность предприятия, эффективность, репутация предприятия, теория систем, ресурсный потенциал.*

В современных условиях хозяйствования, для выживания и обеспечения эффективности деятельности, предприятиям целесообразно использовать такие инструменты, которые позволяли бы повышать деловую активность, более рационально использовать свой ресурсный потенциал и привлекать инвестиции. Одним из таких инструментов выступает деловая репутация предприятия. Проблемы формирования деловой репутации предприятия с различных точек зрения изучаются как зарубежными, так и отечественными авторами, но, несмотря на значительное количество работ, вопросы формирования деловой репутации на базе надежности деятельности предприятия изучены недостаточно.

Цель исследования – изучить целесообразность формирования деловой репутации предприятия на основе надежности его деятельности. Деловая репутация предприятия – это комплексное представление о предприятии как субъекте определенного вида деятельности, сформированное

у участников делового оборота на базе знаний и опыта взаимодействия, накопленных за длительный период времени. Деловая репутация основывается на конкретных прошедших действиях предприятия и может быть, как положительной, так и отрицательной, так как отражает уровень доверия к предприятию. Сформированная репутация целостная и распространяется, в основном, самостоятельно [3]. Положительная деловая репутация способствует формированию внешнего и внутреннего информационного поля предприятия, созданию и привлечению дополнительных активов, формированию конкурентных преимуществ, достижению устойчивости развития, позволяет получать предприятию дополнительные выгоды, а также выступает каналом «обратной связи», для получения информации о необходимости внесения тех или иных изменений в стратегию управления развитием предприятия [2]. Она является решающим фактором для выживания предприятия в конкурентной борьбе, так как потеря положительной репутации может привести к значительным затратам и даже к ликвидации предприятия. Следует отметить, что положительная репутация предприятия имеет практическую ценность не только для предприятия, но и для заинтересованных в его деятельности групп участников, а именно собственников и инвесторов, работников предприятия, покупателей, поставщиков, кредиторов и государственных органов управления. Так у работников положительная репутация предприятия способствует повышению удовлетворенности от выполненной работы, росту престижности труда, формированию благоприятного морально-психологического климата в коллективе. Положительная деловая репутация предприятия у покупателей формирует лояльность клиента и вызывает дополнительную психологическую склонность к приобретению товаров и услуг данного предприятия, а также позволяет экономить время на поиск товаров и услуг. Для партнеров положительная деловая репутация предприятия является гарантией надежности заключения сделок и выполнения обязательств, а также является фактором формирования своей положительной репутации [1]. Следовательно, исходя из вышесказанного можно утверждать, что основой формирования положительной репутации и индикатором для своевременного управления ею может выступать такая системная характеристика деятельности предприятия как надежность.

Согласно теории систем, надежность характеризуется, как способность системы сохранять необходимые свойства и параметры, безотказно действовать, эффективно выполнять заданные функции в течение определенного периода времени, а также обеспечивать выживание при неблагоприятных условиях [5]. Но для формирования положительной репутации особый интерес представляет изучение надежности с экономической точки зрения, согласно которой это способность предприятия своевременно и в полном объеме удовлетворять экономические претензии и требования групп интересов. Надежность отражает возможность выживания предприятия, то есть недопущение его банкротства и ликвидации, а также обеспечения процесса простого воспроизводства. Но следует расширить данный подход и учесть, что надежность деятельности предприятия должна отражать, как способность предприятия достигать целей своего функционирования и развития, так и способность обеспечить достижение

целей участия в деятельности предприятия для заинтересованных групп, что и будет основой для формирования высокого уровня доверия к предприятию [4].

К созданию положительной репутации необходимо подходить комплексно, так как она зависит от субъекта, который ее воспринимает, но у нее нет целевой аудитории, следовательно, формируется для всех участников делового оборота без ориентира на какую-либо целевую группу. Она состоит из ассоциаций, образов разных субъектов, но она единственная. Создание положительной репутации предприятия целесообразно обновлять на обеспечении надежности предприятия как работодателя, продавца, покупателя, заемщика, налогоплательщика и инвестиционной надежности. Выделим критерии надежности деятельности предприятия, которые способствуют формированию положительной репутации предприятия. Так предприятие как работодателя можно считать надежным, если на предприятии обеспечена гарантированная зарплата, соответствующая рыночному уровню, действуют эффективные системы мотивации и развития карьеры, созданы безопасные условия труда, предоставляются социальные блага и гарантии. Предприятие как продавец является надежным, если в срок предоставляет покупателям качественный и недорогой продукт или услугу, следовательно, критериями надежности с этой позиции являются: низкая цена, высокое качество товаров и услуг, выполнение договорных обязательств, предоставление дополнительного сервиса, снижение уровня дебиторской задолженности. Надежность предприятия как покупателя проявляется в возможности обеспечить прибыльность, взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества. К критериям надежности предприятия можно отнести: платежеспособность предприятия, выполнение договорных обязательств в полном объеме и в срок; обеспечение стабильности заказов, низкий уровень кредиторской задолженности. Предприятие является надежным как заемщик, если своевременно возвращает кредиты или займы с учетом процентов. Критериями надежности являются: высокий уровень финансовой устойчивости и кредитоспособности, положительная кредитная история и низкий уровень или отсутствие задолженности по кредитам. О надежности предприятия как налогоплательщика можно говорить, если оно предоставляет бухгалтерскую и налоговую отчетность в установленной форме в соответствующие государственные органы, а также выплачивает налоговых обязательств перед бюджетом различных уровней в установленные сроки и в полном объеме. Если в результате своей деятельности предприятия обеспечивает стабильное получение высоких дивидендов для собственников и инвесторов, то можно утверждать, что у него высокий уровень инвестиционной надежности. Критериями инвестиционной надежности являются дивидендная устойчивость, чистая прибыль, инвестиционная привлекательность. Используя выделенные критерии, можно оценить уровень надежности деятельности предприятия в целом, а также получить информацию об уровне надежности предприятия как работодателя, как продавца, как покупателя, как заемщика, как налогоплательщика и инвестиционной надежности [4]. Следовательно, если предприятие соответствует выделенным критериям, то его деятельность можно считать надежной. Уровень надежности

деятельности предприятия выступает индикатором привлекательности для партнеров по бизнесу и выполнения обязательств и договоров, несмотря на изменения, происходящие как во внешней среде, так и внутри самого предприятия и должен быть положен в основу процессов формирования, управления и сохранения положительной репутации. Обеспечение и поддержание высокого уровня надежности предприятия позволит формировать высокий уровень доверия к предприятию. Следует отметить, что при организации предприятия репутация должна формироваться исходя из обеспечения критериев надежности деятельности предприятия. В дальнейшем использование результатов диагностики надежности позволит корректировать и информационно насыщать репутацию для ее сохранения. Можно утверждать, что первоначально надежность деятельности предприятия должна выступать основой формирования положительной деловой репутации, а при достижении высокого уровня доверия, репутация становится одним из факторов надежности деятельности предприятия.

Таким образом, в ходе исследования определено, что репутация значимый нематериальный ресурс, грамотное управление которым может приносить сверхнормативную прибыль, как предприятию, так и заинтересованным в его деятельности участникам, а также является фактором устойчивого развития в современной конкурентной среде и может стать источником дополнительных конкурентных преимуществ. Формирование, управление и сохранение положительной репутации целесообразно основывать на исследовании уровня надежности деятельности предприятия. Даже частичный учет соответствия выделенным критериям надежности деятельности предприятия позволит повысить уровень доверия к предприятию, разработать правила взаимодействия с заинтересованными группами при недостаточном уровне надежности принимать превентивные меры по локализации негативных тенденций в деятельности предприятия, повысить стратегическую гибкость и сохранить деловую репутацию.

Список литературы

1. Быкова Ю.Н. Деловая репутация как критерий финансовой устойчивости компании: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 11.02.2009, 15.08.2008 / Быкова Ю.Н. – М., 2008. – 27 с.
2. Горин С.В. Деловая репутация организации / Горин С.В. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
3. Сметанин А.М. Оценка гудвилла в принятии финансовых решений: дис. ... канд. экон. наук / Сметанин А.М. – Волгоград, 2005. – 208 с.
4. Сулыма А.И. Формирование системы показателей для оценивания надежности деятельности предприятия / А.И. Сулыма // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2018. – №3 (44). – С. 94–103.
5. Шумилова Ю.А. Управление надежностью экономики предприятия на основе диагностики его состояния: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Тюмень, 2003. – 170 с.

Идигова Лалита Мусаевна

д-р экон. наук, профессор
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
г. Грозный, Чеченская Республика
заведующая лабораторией

ФГБУН «Комплексный научно-исследовательский институт
им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук»
г. Грозный, Чеченская Республика

Садулаева Хадиджат Хамидовна
магистрант

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
г. Грозный, Чеченская Республика

Абумуслимова Фариза Исаевна
аспирант

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
г. Грозный, Чеченская Республика

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ

***Аннотация:** в условиях капитализации и глобализации сегодняшнего мира для компаний стало реальной задачей разработать и внедрить правильно построенную маркетинговую стратегию, которая окажет положительное влияние на аудиторию и внесет большой вклад в развитие соответствующей компании и рекламируемого бренда. Научная статья посвящается исследованию отдельных элементов маркетинговых кампаний и их влияния на эмоциональную составляющую потребителей.*

***Ключевые слова:** эмоции, эмоциональный маркетинг, функциональные слова.*

Человек всегда испытывает какие-то эмоции или чувства. Более того, его эмоциональное состояние меняется в течение дня в зависимости от того, что с ним происходит, и от раздражителей, на которых он реагирует. Однако человек не всегда может осознавать это; иными словами, он может не знать или не может четко выражать эмоции, которые испытывает в данный момент. Переживание и выражение эмоций составляют рутинный, но чрезвычайно сложный и влиятельный аспект человеческого опыта, особенно в сфере межличностного общения.

Повседневное общение людей основано не только на передаче, получении и обработке информации, но и на выражении наших внутренних чувств и эмоций. Эмоции можно передавать вербальными и невербальными средствами (общение, мимика, грубые телодвижения, жесты и т. д.). Что касается вербализации эмоций в процессе общения, существуют определенные функциональные слова, называемые усилителями, которые используются для изменения или усиления всего предложения или только его части (особое внимание уделяется эмоциональному содержанию).

Лингвистическое выражение эмоций связано с прагматическим подходом к языковым явлениям. Примечательно также, что эмоции отражают состояние говорящего, а также его намерения, коммуникативную цель. Эмоции могут выражаться в грубых телодвижениях и мимике, однако эмоциональное состояние человека в основном выражается в речи через вербальные маркеры.

Влияние на эмоциональное состояние своей аудитории и оказание эмоционального воздействия на потребителей посредством передачи информации, несущей эмоциональное содержание, является целью маркетинговой стратегии компании.

Эмоциональный маркетинг – это термин, который используется в маркетинговых коммуникациях и относится к практике создания брендов и компаний, которые напрямую обращаются к эмоциональному состоянию, потребностям, желаниям, убеждениям и устремлениям потребителей. Эмоциональный маркетинг успешен, когда он вызывает у потребителя эмоциональную реакцию, то есть сильное и устойчивое желание рекламируемого продукта. Эмоциональные бренды оказывают значительное эмоциональное воздействие на клиентов: они создают состояние, когда потребитель испытывает очень сильную и длительную связь с брендом, сравнимую с чувством привязанности, товарищества или любви.

Что касается маркетинговых коммуникаций, по сравнению с социальными коммуникациями визуальные коммуникации выходят на первый план, поскольку здесь передается ряд важных вопросов с помощью визуальных устройств, таких как различные рекламные объявления, бланки, костюмы и т. д., которые могут различаться в зависимости от культуры и ситуации.

В этой связи хотелось бы отметить, что индустрия моды реализовывала очень интересную маркетинговую стратегию. В своей рекламе они стали отражать очень известных героев самых популярных сказок, таких как «Золушка», «Красная шапочка», «Белоснежка» и др.



Рис. 1. Платье Оскара де ла Рента

Давайте рассмотрим пример передачи неявного смысла посредством отражения сказочного героя в платье известного доминикано-американского модельера Оскара де ла Рента (рис. 1). Фактически, в наши дни дизайнеры очень часто применяют прототип сказок в своих маркетинговых стратегиях, поскольку люди верят в чудеса, и, таким образом, производители могут достичь желаемого положительного эмоционального воздействия на потребителей. Золотое яблоко в руках дамы иллюстрирует запретный плод. Однако тот факт, что он изображен золотом, означает, что он может изменить жизнь женщины к лучшему. Красный плащ символизирует процветание, роскошь, богатство, благополучие и удачу. Тени света, идущие сверху над лесом, дают свет, надежду и оптимизм на будущее.

Еще один яркий пример эмоционального маркетинга – реклама очень известного французского дизайнера обуви Кристиана Лабутена,

сумевшего привлечь внимание и оказать положительное эмоциональное воздействие на женщин во всем мире своей новой коллекцией, в которой представлены туфли на шнуровке, напоминающие туфли Золушки. Чтобы привлечь гораздо более широкое пространство потребителей и поднять спрос на рынке своего продукта, он сослался на историю Золушки, ее фотографию и следующий слоган: «Золушка – доказательство того, что новая пара обуви может изменить вашу жизнь».

Как уже было указано, при вербализации эмоций в процессе коммуникации существуют определенные функциональные слова, называемые усилителями (в основном наречиями), такие как «очень, красиво, ужасно, безмерно, чрезвычайно, невероятно, значительно» и т. д., которые используются для изменения или усиления всего предложения или только его части и, в частности, эмоционального содержания.

Используя эти функциональные слова, несущие эмоциональный заряд, говорящий или кодировщик в целом могут тонко подсказывать слушателям, какие эмоции они должны испытывать, тем самым повышая вероятность эмоционального воздействия на них. Такая стратегия работает, потому что базовые знания о тех словах, которые произносят кодировщики и которые вызывают возбуждение положительных эмоций, уже находятся в сознании потребителей.

Фактически, усиление (или максимизация) относится к созданию видимости, что эмоции ощущаются сильнее, чем они есть на самом деле. Важно отметить, что интенсификация включает в себя проявление искренне переживаемой эмоции; просто его отображение преувеличено. Люди иногда, когда испытывают эмоцию, выражают ее сильнее, чем на самом деле. Например, если человек слегка удивлен, он может вести себя так, как будто удивление чрезвычайно велико. Точно так же, если кто-то немного грустит, он / она может выразить непреодолимое чувство горя. Другие примеры интенсификации включают в себя щедрый смех над чем-то, что лишь слегка забавляет, или выражение любви к кому-то, когда вы просто чувствуете некоторую привязанность и т. д.

Также следует отметить, что интенсификация используется как с положительными, так и с отрицательными эмоциями. Есть разные способы и средства придать эмоциональную силу целому предложению или только его части. Помимо акцента, придаваемого информационной темой, язык предоставляет множество других средств придания предложению, придаточному выражению или любой единице предложения чисто эмоционального акцента: ударение, различные виды интенсификаторов, восклицания, выразительное «делай» в повествовательных и повелительных предложениях, дублировании, междометиях, звательных словах, ругательных словах и т. д. Фактически, называя эмоции в наречии, другой человек бессознательно считывает эту эмоцию и, следовательно, начинает ее чувствовать, а это означает, что с помощью интенсификаторов говорящий может оказывать эмоциональное воздействие на собеседников.

Эти функциональные слова очень часто используются в рекламном языке, который очень тесно связан с маркетинговой стратегией компании. Ниже приведены примеры, которые хорошо иллюстрируют философию компании, направленную на укрепление основных ценностей компании, а именно: безопасность, защищенность, мобильность, надежность и успех.

Автомобильная компания Porsche имеет известные всем принципы корпоративной культуры и особую философию, которые всегда хорошо отражаются во всех их маркетинговых проектах. Как известно, усилители, используемые в лозунгах, усиливают общую эмоциональность заявлений; они тонко вызывают те самые эмоции в умах клиентов, которые они хотят, чтобы они чувствовали. Так, в лозунге очередной маркетинговой кампании Porsche было указано (рис. 2): «An autobahn and six weeks paid vacation. Clearly Germany has its priorities straight», что в переводе означает «Автомобиль и шесть недель оплачиваемого отпуска. Ясно, что у Германии есть свои приоритеты».



Рис. 2. Маркетинговый проект Porsche

Как показано в данном примере рекламы Porsche 911 Turbo, усиливающее наречие «ясно» придает дополнительный эмоциональный положительный акцент всему высказыванию, придавая положительный эмоциональный подтекст утверждению «Германия имеет свои собственные приоритеты». В сознании читателей данный усилитель вызывает положительное отношение ко всей стране, а также к компании, поскольку она является частью страны и несет ее культурные ценности.

Как известно, философия Porsche основана на семейных ценностях и доверии, что хорошо видно в следующем примере, в котором говорится, что компания очень надежна и заслуживает доверия. Именно по этой причине в другом объявлении (выпуск Porsche 1967 года с лозунгом “Incredibly safe can you know you can trust”, что в переводе означает «Невероятно безопасный автомобиль, которому, как вы знаете, можно доверять...») эксперты по маркетингу использовали усиливающее наречие высокой степени интенсивности «невероятно», которое является контекстным усилителем и придает положительный эмоциональный акцент прилагательному «безопасный», тем самым создавая более высокий эмоциональный стресс для человека. Таким образом, повышается статус одного из самых безопасных автомобилей в мире.

В соответствии с современными теоретиками эмоций (см. Ортони, Клор, Коллинз и др.) эмоции, по сути, как подсознательные сигналы и оценки, которые информируют, изменяют и получают обратную связь от

высших когнитивных процессов. В каком-то смысле мы должны признать, что у людей есть два ума, которые тесно взаимосвязаны – эмоциональный и когнитивный. Мы также должны признать, что когнитивный интеллект не может работать в полную силу без эмоционального интеллекта.

Тот факт, что каждая эмоция – это опыт, включающий когнитивный элемент, а не просто состояние чувства, можно доказать, цитируя МакТаггарта: «Мы должны считать, что познание того, на что эта эмоция направлена, и эмоция, направленная на нее, являются одно и то же психическое состояние, обладающее как качеством размышления о нем, так и качеством направленной на него эмоции». По общему признанию, парадигма, в которой разум рассматривается полностью освобожденным от эмоций, больше не работает. В новом свете голова и сердце, чувства и мысли, эмоции и познание работают в гармонии. Взаимосвязь между эмоциями и познанием, а также влияние на них маркетинга можно увидеть на следующем рисунке 3.

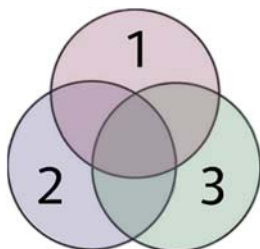


Рис. 3. Взаимосвязь маркетинга, эмоций и познания

Согласно Дэниелу Гоулману, если эмоциональный разум следует логике и ее правилам, когда один элемент заменяет другой и взаимодействует друг с другом, вещи не обязательно должны определяться их объективной идентичностью; важно то, как они воспринимаются. То, что что-то напоминает нам, может быть гораздо важнее, чем то, что «есть».

Следовательно, в процессе эмоционального маркетинга эмоциональный ум приобретает преимущество над когнитивным умом, вызывая сильное желание особого продукта. После этого, благодаря сбалансированному сотрудничеству двух вышеупомянутых умов, потребитель испытывает определенное побуждение к приобретению определенного продукта, с которым развивается своего рода эмоциональная зависимость.

Наша человеческая природа включает в себя множество факторов, которые определяют наше поведение в целом. Речь как специфическая форма социального поведения основана на ряде существенных черт, которые образуют общую основу коммуникативного контекста. Специалисты в маркетинге твердо уверены, что большая часть скрытого смысла в маркетинговой коммуникации, которая остается завуалированной, связана с эмоциями и чувствами. Движущийся опыт выступающих также является частью взаимно разделяемых фоновых знаний, которые определяют процесс декодирования конкретного маркетингового мероприятия. Об этом много говорил философ Юрген Хабермас. В своем эссе «Что такое универсальная прагматика?» он предлагает, чтобы люди пришли к пониманию. Приходя к «пониманию», он имеет в виду, по крайней мере, то, что когда два или более социальных актора разделяют некоторые

значения определенных слов или фраз; и самое большое, когда эти субъекты уверены, что эти значения соответствуют соответствующим социальным ожиданиям или взаимно признанным нормативным основам. Другими словами, мы можем сказать, что если люди делились знаниями об определенных фактах, убеждениях, желаниях, эмоциях или о некоторых других явлениях, связанных с культурой, то им становится легче понять друг друга, даже не углубляясь в подробности.

Фактически, базовые знания занимают центральное место в любой теории прагматики, социолингвистики, дискурса и контекста. Это многогранная, разнородная категория, состоящая из множества различных элементов. Мы сосредоточим наше внимание на фоновых взаимных эмоциях между собеседниками, формировании которых, безусловно, связано с их ментальным миром, поскольку мы действительно верим, что эмоциональная память имеет большое влияние на процесс декодирования. Но в первую очередь нам необходимо более пристально взглянуть на такое сложное и интересное понятие, как базовые знания, которые иначе называются исходными предположениями, фоновыми знаниями, взаимными знаниями, общими знаниями и т. д.

Мы предлагаем, чтобы компании разделяли общие принципы между своими потребителями и поклонниками, как это делают многие известные немецкие производители автомобилей, такие как Porsche AG, Mercedes Benz AMG, BMW, Audi и многие другие. Одни из самых прочных связей между компанией и клиентами принадлежат Porsche AG, сотрудники которой действительно прилагают все усилия для создания долгосрочных связей со своими нынешними и будущими потребителями или даже просто поклонниками Porsche. Они всегда претворяют в жизнь свои обещания и имеют право говорить обо всей этой нагрузке, как это сделано в данном примере, который также содержит усилитель «обязательно», который придает положительный оценочный подтекст всему предложению «Что сказать, когда они говорят, что они обязательно сделают». Чтобы расшифровать настоящее заявление, необходимо иметь базовые знания об обычаях и традициях компании, ее истории и ценностях, ее целях и намерениях.

Другой важной маркетинговой стратегией является использование противоречия значений в языке рекламы, что в результате создает более сильное эмоциональное воздействие на аудиторию, что можно увидеть в следующем примере, снова взятом из маркетинговой стратегии PORSCHE AG.

На рекламе своей известной модели 911 они пишут: «Так обманчиво простой». Здесь усиливающее наречие «обманчиво», которое само несет отрицательное семантическое значение, используемое перед прилагательным «простой», придает ему высокую степень положительного значения, которое, кроме того, воссоздает другой свет понимания словосочетания «обманчиво простой». Читатели сразу понимают, что продукт не так прост, как может показаться: он хорошо сконструирован, он соответствует и воплощает в жизнь даже самые большие мечты потребителей. Более того, усиливающее прилагательное «так» усиливает все высказывание, придавая прилагательному положительный эмоциональный акцент. Кроме того, согнутое дерево справа также вызывает в сознании любителей высокой скорости эмоции выдоха свободы и скорости.

В философии Porsche все заключается в том, чтобы разделить мечту, которую в первую очередь заложил и реализовал праотец Porsche AG, Фердинанд Порше, который мечтал об идеальном автомобиле, который соответствовал бы его мечтам, и построил его, вложив в него свое сердце

и жилы. С помощью эмоционального маркетинга производители Porsche всегда делали все возможное, чтобы проиллюстрировать концепцию мечты и способы ее реализации. Фактически, поклонники Porsche варьируются от маленьких детей до старшего поколения, которые связывают свои автомобильные желания с актом своего благополучия.

Люди Porsche разделяют общие убеждения и желания: они ставят цели и достигают их, что также может означать годы упорного труда и преданности делу. Это своего рода большая семья со своими поклонниками, потребителями, друзьями и сотрудниками. Они единство. Автор книги «Обеспечение счастья: путь к прибыли, страсти и цели» Тони Ши искренне пытается найти пути построения стабильного брендинга, и именно поэтому он понимает, что в первую очередь должны быть созданы стабильные связи внутри компании. Он выдвигает идею PLUR, которая является аббревиатурой и обозначает слова: «Мир, Любовь, Единство, Уважение», которые, по его мнению, являются своего рода мантрой того, как люди должны вести себя как на рейвах, так и в личной жизни. Другими словами, философия PLUR всегда открыта для встречи с людьми и обращения с ними соответственно, независимо от того, как они выглядели и каково их происхождение.

Идея построения сплоченного сообщества внутри компании также связана с процессом «делового взаимодействия» во время внутреннего общения, когда люди могут свободно делиться мыслями и идеями, и что комментарии по общему деловому взаимодействию имеют безопасную основу для каждого, чтобы чувствовать себя уважаемым, ценным и понятным. В этом отношении следует отметить, что процесс построения отношений выходит на первый план, когда каждый участник взаимодействия вносит свой уникальный вклад.

Наш опрос, основанный на оценке и осведомленности об эмоциональном маркетинге в кругах населения 25–50 лет, показал, что люди в основном осознают, что маркетинговые стратегии влияют на их эмоции, и они удовлетворены этим. Из 100 опрошенных 60 подтвердили утверждение, что маркетинг влияет на эмоции. Более того, около 20 из них были вполне уверены в том, что компании не нарушают права человека, используя эмоциональный маркетинг и оказывая эмоциональное воздействие на аудиторию.

В настоящее время существует ряд компаний, которые конкурируют друг с другом, и для потребителей стало настоящей проблемой выбрать лучший вариант для них. Вот тут-то и вмешивается эмоциональный маркетинг, который может полностью изменить ваше понимание того, что такое действительно хороший бренд. Эмоциональный маркетинг означает заставить людей поверить в то, что они станут тем, о чем мечтают. Делясь со своими потребителями общей почвой, вызывая их желания, чувства, убеждения и эмоции, у компаний появляется больше шансов построить устойчивый известный бренд и обеспечить быстро развивающийся бизнес, который, несомненно, знает, как добиться успеха.

Список литературы

1. Клор Г. Познание в эмоциях: всегда, иногда или никогда? / Г. Клор, А. Ортони. – Издательство Оксфордского университета, 2018.
2. Лейн Р.Д. Изучение эмоций с точки зрения когнитивной нейробиологии / Р.Д. Лейн, Дж.Дж.Б. Аллен, А.В. Касняк. – Издательство Оксфордского университета, 2019.
3. Паронян Ш. О взаимосвязи когнитивного и эмоционального мышления в речи / Ш. Паронян, А. Ростомян. – Лезваканский горизонт, 2017. – С. 26–34.
4. Ростомян А. Методы управления эмоциями / А. Ростомян // Междисциплинарная пресса. – Великобритания: Оксфорд, 2018. – С. 141–151.

ПРИЧИНЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФИРМ-РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ С РЕКЛАМНЫМИ АГЕНТСТВАМИ

Аннотация: в статье рассмотрены причины организации взаимодействия с рекламными агентствами, подробно рассмотрены факторы, влияющие на выбор агентства, выделены основные критерии, которые учитывает рекламодатель при выборе рекламного агентства.

Ключевые слова: выбор рекламного агентства, рекламные организации, услуги рекламного агентства.

Даже крупнейшие фирмы-рекламодатели, имеющие собственные мощные рекламные службы, не могут без ущерба для эффективности своего бизнеса обойтись без помощи рекламных организаций. Это вызвано следующими причинами:

1. Рекламная организация ежедневно сталкивается с широким спектром маркетинговых ситуаций, что позволяет ей приобрести более глубокое понимание интересов аудитории, навыки и компетентность. В свою очередь, это определяет более высокое качество рекламы и соответствующий уровень ее эффективности.

2. Рекламная организация является независимым предприятием, что позволяет взглянуть на проблемы рекламодателя со стороны, т.е. более объективно. Таким образом, снижается воздействие таких отрицательных субъективных факторов, как излишняя зависимость рекламы от вкусов отдельных руководителей, неверные установки относительно ожидаемой ответной реакции потребителей и т. п.

3. Рекламная организация, так правило, имеет налаженные взаимоотношения со средствами массовой информации, стабильно и заблаговременно закупая у них время и место для размещения рекламы. Сотрудничество с рекламной организацией позволяет рекламодателю оперативно решать свои проблемы, экономить средства и время.

4. Обращение к рекламным организациям (особенно к представляющим полный комплекс услуг) позволяет обеспечить системный подход к рекламе, что значительно повышает ее эффективность [4; 41].

По данным исследования, проведенного Ассоциацией REPA в 2020 г среди представителей бизнеса (122 компании), по изучению причин, по которым они обращаются в рекламные агентства, были получены следующие результаты: 53% компаний сотрудничают с рекламными и коммуникационными агентствами благодаря высокой компетенции работающих там специалистов. 43% опрошенных сообщили, что не имеют собственного штата PR и рекламных менеджеров и отдают это направление на аутсорсинг в агентства. 37% прибегают к их помощи эпизодически, для ситуативного усиления команды [1].

Согласно исследованию компании MediaNation, проведенного в декабре 2018 года среди 400 представителей бизнеса, ключевыми факторами выбора агентства, являются цена на услуги агентства 54,1%

опрошенных, наличие опыта работы и отрасли, где работает рекламодатель 47,8%, репутация на рынке 36,4% (см. рисунок 1).



Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что для вас важно при выборе агентства?» [2]

При этом очень важным для рекламодателей выстраивание доверительных отношений в работе с агентством 64,9%, использование в работе креативных инновационных идей 45,6%, хорошее знание бизнеса рекламодателя 31,6%



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что вам нравится в работе этого агентства?» [2]

Стоит отдельно отметить, что все больше компаний готово работать с агентствами удалённо, а фактор географического присутствия уходит на второй план. Так, более половины всех отвечающих (56,6%) считают «региональный» фактор вообще не важным или скорее не важным, и только для 11% этот критерий является принципиальным [6]

Разные виды рекламных услуг пользуются, как свидетельствует, практика различным спросом. В частности, в г. Кемерово было проведено

исследование с целью выявления проблем, с которыми сталкиваются специалисты по рекламе и маркетингу, и наиболее востребованного перечня услуг, в которых нуждаются потребители рекламной продукции [5] В рамках исследования был проведен анкетный опрос 91 респондента (сотрудников организаций – специалистов по рекламе и маркетингу). На вопрос «Если Вы пользовались услугами рекламных агентств, то какие услуги Вы заказывали?» получены следующие ответы (см. таблицу 1).

Таблица 1

Распределение ответов респондентов

	Ответы	Число респондентов	Процент
1	Полиграфия	78	85,7
2	Широкоформатная печать	66	72,5
3	Изготовление наружных рекламных конструкций	61	67
4	Сувенирная продукция	54	59,3
5	Дизайн рекламной продукции	51	56
6	Рекламу/продвижение в интернет	39	42,9
7	Промо-акции /VTL	35	38,5
8	Создание бренда	30	33
9	Маркетинговые исследования	19	20,9
10	Разработку и проведение рекламных кампаний	14	15,4
11	Другое	8	8,8

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время наиболее востребованными являются такие услуги рекламных организаций, как изготовление полиграфии, широкоформатная печать, изготовление наружных рекламных конструкций, сувенирная продукция и дизайн рекламной продукции. Вместе с тем, спрос на высокоинтеллектуальные маркетинговые услуги достаточно низкий. Это объясняется тем, что такого рода деятельностью (услугами) предприятия предпочитают заниматься самостоятельно.

Многие респонденты отметили, что агентства часто уделяют недостаточно внимания качеству проектного управления и развитию этой компетенции у менеджера. Стоит обратить внимание на эту оценку, поскольку на является прямым индикатором клиентского удовлетворения.

При этом основной проблемой в процессе сотрудничества с агентством, многие клиенты считают снижение качества работы и интереса к проектам заказчика

Таким образом, можно выделить основные критерии, которые учитывает рекламодатель при выборе рекламного агентства:

1. Уровень профессионализма агентства (подтвержденный профессиональными достижениями и наградами).
2. Знание агентством соответствующего сегмента рынка и потребителей.
3. Понимание агентством бизнеса клиента.
4. Перечень услуг, оказываемых агентством.
5. Творческий потенциал агентства.

6. Способность агентства наладить взаимоотношения с клиентом и учитывать его интересы.

7. Долговременные и устойчивые связи агентства с подрядчиками в областях, необходимых для выполнения контрактов.

8. История деятельности агентства на рекламном рынке, законченные проекты и действующие объекты рекламы, разработанные агентством.

9. Репутация агентства на рекламном рынке и отзывы других клиентов о его работе [3].

Список литературы

1. REPA подвела итоги рейтинга рекламных и коммуникационных агентств-2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/repа-podvelа-itogi-rejtingа-reklamnyh-i-kommunikatsionnyh-agentstv-2020/>

2. В декабре 2018 года MediaNation опросили 400 представителей бизнеса, что является ключевыми факторами выбора агентства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediation.ru/blog/issledovaniya/kak-kompanii-vybirayut-agentstva/>

3. Выбор рекламного агентства. Теория и практика рекламной деятельности // Индустрия рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindustry.ru/doc/1151>

4. Ключевская И.С. Развитие мотивационного механизма управления трудовым поведением специалистов дис. ... канд. экон. наук. – М., 2013. – 168 с.

5. Отчет по маркетинговому исследованию «Рынок рекламных и маркетинговых услуг в городе Кемерово: состояние, проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ratix.ru/news/ratixnews/otchet_ob_issledovanii_r/

6. Чернов Е. Анализ клиентских предпочтений и параметров выбора агентств / Е. Чернов, И. Намаконов, В. Рыжков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cmsmagazine.ru/journal/items-analysis-of-customer-preferences/>

Михайлова Вероника Михайловна

канд. экон. наук, доцент

Юшук Дарья Дмитриевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
технологический университет»
г. Краснодар, Краснодарский край

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОСТРОЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, РАБОТАЮЩИХ НА РЫНКЕ ОЧКОВ И ОЧКОВОЙ ОПТИКИ

Аннотация: в статье приведен авторский подход к пониманию основных этапов построения маркетинговой стратегии для предприятий, работающих на рынке очков и очковой продукции. Приведен алгоритм разработки маркетинговой стратегии для предприятия с использованием интегративного подхода. Предложенные этапы связаны друг с другом и дополняют друг друга, что дает возможность предприятиям грамотно и эффективно разрабатывать маркетинговую стратегию.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, рынок очков, подходы, алгоритм, этапы, особенности, факторы.

В настоящее время рынок очков и очковой оптики переживает нелегкие времена, вызванные сложной экономической ситуацией, а именно:

а) сокращением российского производства очков и линз (по данным исследовательского сайта <https://marketing.rbc.ru> в 2020 г объем производства очков и очковой оптики в России сократился по сравнению с 2019 г на 45%. Производство очков и линз в мае 2021 г снизилось на 80,9% к уровню мая прошлого года и составило 108,7 тыс. шт.); б) снижением спроса (потребители с высоким уровнем дохода в нестабильной ситуации предпочли отказаться от приобретения новых роскошных аксессуаров); в) снижением доходов населения и др. Новые рыночные условия способствовали внедрению в деятельность компаний новых тенденций, таких как:

- активное развитие представительств в сети интернет (онлайн-применения);
- увеличение количества специальных предложений и акций;
- предложения люкс-формата уступили часть своих позиций премиальному классу;
- персонализация сервиса (использование стратегии глубокой индивидуальной заботы о каждом клиенте через инструменты расширенного премиум сервиса. Например, услуга индивидуального посещения – салон закрывают под клиента для его безопасности);
- профессиональная примерка в домашних условиях со стилистом консультантом и др.

В таких условиях перед предприятиями встает вопрос организации грамотного маркетингового подхода к каждому покупателю. Такой подход можно достичь, если использовать маркетинговую стратегию. При ее разработке необходимо придерживаться основных этапов, которые могут отличаться друг от друга в зависимости от сферы бизнеса и отрасли, в которой работает предприятие. Для определения этапов построения маркетинговой стратегии следует изучить разные подходы, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Подходы к построению маркетинговой стратегии

Этапы построения	Характеристика этапов
1	2
М.А. Санович (4 этапа) – ситуационный подход [1]	
1 этап. Маркетинговый аудит предприятия	Оценивают эффективность работы менеджеров по продажам, интернет-сайта, продаж в социальных сетях, работу конкурентов
2 этап. Определение целей и задач стратегии	Разрабатывают дерево-целей, причем как стратегических, так и тактических. Цели могут быть направлены не только на финансовый результат, но и на повышение имиджа организации в целом
3 этап. Выбор фундаментальных стратегических направлений маркетинга	На данном этапе определяют целевую аудиторию, разрабатывают стратегию позиционирования бизнеса или торговой марки
4 этап. Определение и формулировка комплекса маркетинга	Разрабатывают инструменты работы с потребителями, основываясь на анализе комплекса маркетинга фирмы

Загребина Ю.В. (6 этапов) – маркетинговый подход [2]	
1	2
1 этап. Оценка состояния рынка	Анализирует конъюнктуру рынка, его емкость и занимаемую долю, потенциал и насыщенность рынка, колеблемость рынка, спрос и предложение на рынке
2 этап. Анализ внешней и внутренней среды	Анализирует факторы макро- и микросреды функционирования рынка, с целью определения уровня влияния каждого из факторов на деятельность организации. Используют разные виды анализов: PEST- анализ, SWOT-анализ, SNW- анализ, GAP- анализ и др.
3 этап. Анализ покупателей и выбор целевого сегмента	Проводят маркетинговые исследования и разбивают целевую аудиторию посегментно, используя разные принципы сегментирования: демографический, поведенческий, психографический, географический (для геотаргетинга)
4 этап. Анализ деятельности конкурентов	Проводят анализ конкурентов, используя как традиционные методы оценки, так и методы оценки при помощи он-лайн сервисов
5 этап. Определение целей развития компании	Разрабатывают дерево-целей, причем как стратегических, так и тактических. Цели могут быть направлены не только на финансовый результат, но и на повышение имиджа организации в целом
6 этап. Определение маркетинговой стратегии	Разработка тактического плана действий, включающего мероприятия по выбранному типу маркетинговой стратегии
Самсонова Е.В. (4 этапа) – адаптивный подход [3]	
1 этап. Маркетинговый анализ	Проводят анализ рынка, анализ конкурентов, матричный анализ, анализ жизненного цикла товара, анализ комплекса маркетинга фирмы
2 этап. Сегментирование потребителей	Проводят маркетинговые исследования и разбивают целевую аудиторию посегментно, используя разные принципы сегментирования
3 этап. Позиционирование	Разрабатывают стратегию позиционирования отдельно как для брендов компании, так и ее самой
4. Этап. Выбор вида маркетинговой стратегии	Разработка тактического плана действий, включающего мероприятия по выбранному типу маркетинговой стратегии

При выборе ситуационного подхода к этапизации построения маркетинговой стратегии необходимо:

- сопоставить несколько сценариев маркетинговой деятельности с подробным описанием маркетинговых политик, с экономической оценкой работы предприятия, с прогнозами продаж;
- оценить риски и выбрать наиболее приемлемую для предприятия маркетинговую стратегию.

При маркетинговом подходе необходимо [4]:

- сопоставлять несколько сценариев маркетинговой деятельности с ситуацией, развивающейся на рынке;
- оценивать варианты развития деятельности фирмы при разных условиях.

При адаптивном подходе также необходимо [5]:

- изучать изменения организационной структуры предприятия;
- планировать и распределять ресурсы по подразделениям в соответствии со стратегическим маркетинговым планом;
- определять ключевые управленческие задачи;
- ставить задачи для подразделений;
- делегировать полномочия и устанавливать методы координации;
- уточнять цели отдельных подразделений;
- определять критерии и методы измерения результатов маркетинговой деятельности;
- создавать маркетинговую информационную систему;
- формировать систему мотивации персонала;
- оценивать промежуточные результаты и определять недостатки маркетинговых бизнес-процессов;
- корректировать процессы реализации маркетинговой стратегии.

Анализ подходов позволил выделить основные этапы, которые должны быть использованы при построении маркетинговой стратегии. Для ее эффективного построения, в разрезе сферы бизнеса предприятия, предлагается использовать интегративный подход, который будет включать в себя особенности рассмотренных выше трех подходов [6]. Так, для исследуемого рынка предлагается следующий алгоритм разработки маркетинговой стратегии (рисунок 1).

Согласно алгоритму, процесс разработки маркетинговой стратегии должен включать в себя 9 этапов. Если на всех этапах процедуры маркетинговой аналитики выполнены правильно, то в результате получают положительные показатели эффективности ведения маркетинговой деятельности и предприятие функционирует эффективно [7]. Если же предприятие на выходе получает отрицательные показатели эффективности, то возвращаются к работе персонала (корпоративный уровень) и исправляют возникшие ошибки.

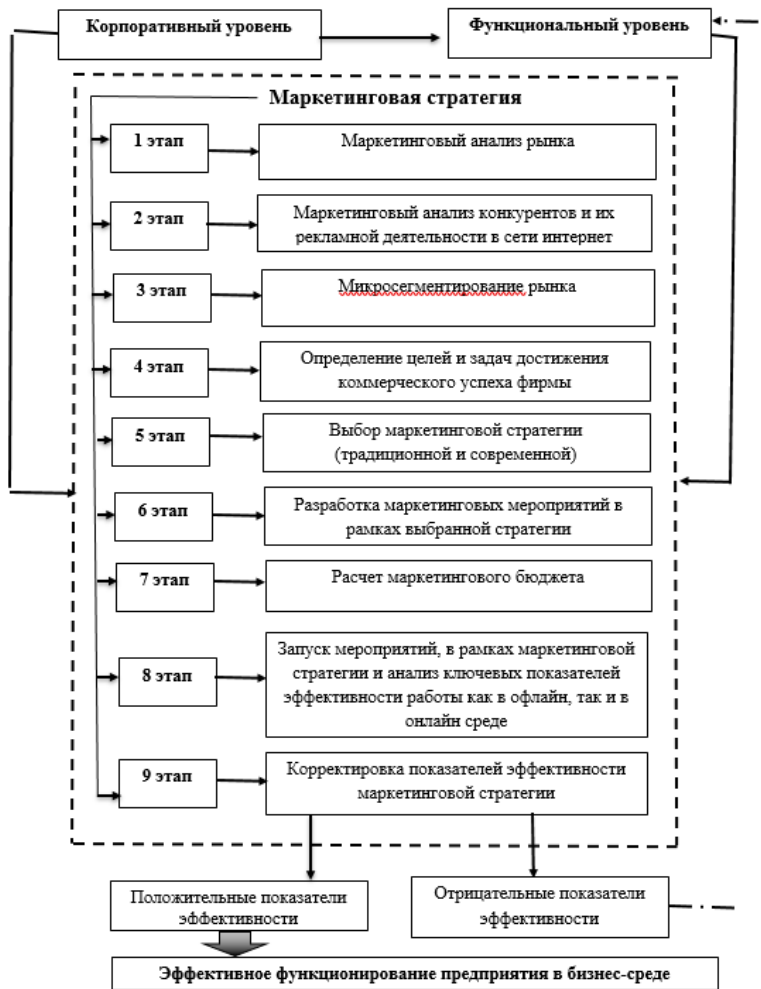


Рис.1. Алгоритм разработки маркетинговой стратегии для предприятия (интегративный подход)

Согласно интегрированному подходу, работа по разработке маркетинговой стратегии должна состоять из следующих этапов, которые представлены в таблице 2.

Этапы разработки маркетинговой стратегии (интегративный подход)*

Этап	Характеристика этапов
1	2
1 этап. Маркетинговый анализ рынка [8]	Определяет цели и задачи маркетингового анализа рынка: сбор информации о потребителях, спросе и предложении, конкурентах, чтобы понять перспективы бизнеса и выработать правильную стратегию для роста и развития компании. В работе используются такие методы, как фокус-группа, опросы, глубинное интервью, наблюдение
2 этап. Маркетинговый анализ конкурентов и их рекламной деятельности в сети интернет [9]	Анализируются прямые конкуренты фирмы: позволяет получить информацию о сильных и слабых сторонах конкурента, о его стратегии, намерениях и возможностях для повышения эффективности собственных действий. Оценивается их работа по направлениям: сайт, SEO, соцсети, контекстная реклама, email-рассылки и контент-маркетинг. При анализе используется визуальная оценка и онлайн сервисы, такие как Serpstat, SimilarWeb, Keys.so
3 этап. Микросегментация рынка [10]	На этапе микросегментации рынка осуществляется детальное исследование покупателей по разным критериям: демография, география, социальный статус, поведенческие характеристики. На основании сегментации строится Customer Journey Map: движение покупателя от возникновения у него потребности до его взаимодействия с брендом: это его визуализированный опыт, история коммуникации с компанией с учетом мыслей, эмоций, целей, мотивов. Позволяет выявить слабые стороны фирмы, найти пути их решения, внедрить полученные результаты
4 этап. Определение целей и задач достижения коммерческого успеха фирмы [11]	На основании полученных первичных данных, разрабатывается иерархия-целей, они могут быть направлены на повышение финансового положения фирмы, так и качества оказываемых услуг и повышения узнаваемости бренда. Исходя из целей выстраиваются задачи для всех подразделений фирмы для достижения успеха и определяются сроки исполнения
5 этап. Выбор маркетинговой стратегии	Составление тактического плана действий, на основании данных полученных при исследовании рынка и конкурентов
6 этап. Разработка маркетинговых мероприятий в рамках маркетинговой стратегии	Подбор маркетинговых мероприятий, позволяющих настроить прямой диалог с покупателями, основываясь на анализе комплекса маркетинга фирмы и карты CJM (Customer Journey Map). Необходимо учитывать возможные возникающие риски в процессе запуска мероприятий, для это проводится прогнозирование эффективности и оценка возможных рисков, которые могут повлиять на успех и достижение целей
7 этап. Расчет маркетингового бюджета	Отражает прогнозируемые суммы затрат, доходов и прибыли, производится учет затрат на достижение конкретных целей

1	2
8 этап. Запуск мероприятий и анализ ключевых показателей	Определение сроков запуска мероприятий, их продолжительность. Определение ключевых метрик и формирование списка основных аспектов, влияющих на эффективность функционирования компании, и разработка мотивационной программы
9 этап. Корректировка показателей эффективности маркетинговой стратегии	Оценка эффективности маркетинговой стратегии после запуска мероприятий. Корректировка в случае низких показателей эффективности

*Примечание. *Разработано для рынка очков и очковой оптики*

Таким образом, если компания при разработке маркетинговой стратегии будет придерживаться алгоритма, включающего в себя девять этапов, то это позволит ей: а) грамотно управлять маркетинговой и рекламной деятельностью; б) оперативно корректировать маркетинговые мероприятия; в) сократить сроки ее разработки; г) оптимизировать маркетинговый и рекламный бюджет.

Список литературы

1. Санович М.А. Этапы разработки маркетинговой стратегии предприятия / М.А. Санович // Вестник науки и образования. – 2015. – №4 (6). – С. 108–109.
2. Загребина Ю.В. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии / Ю.В. Загребина // Вопросы науки и образования. – 2019. – №26. – С. 75.
3. Самсонова Е.В. Этапы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации / Е.В. Самсонова // Известия волгоградского государственного педагогического университета. – 2013. – №3 (78). – С. 101 – 106.
4. Щепакин М.Б. Маркетинговый анализ: учеб. пособие / М.Б. Щепакин, В.М. Михайлова, Д.Г. Куренова, Е.В. Кривошеева. – Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГУ», 2017. – 243 с.
5. Каменецкая Е.В. Классификация факторов, определяющих состояние конкурентоспособности предприятий в антикризисных условиях / Е.В. Каменецкая, В.М. Цицилина; Центральный экономико-математический институт РАН; Южный институт менеджмента; Краснодарский региональный общественный благотворительный фонд «Научно-образовательные инициативы Кубани» // Экономико-правовые аспекты стратегии модернизации России: к эффективной и нравственной экономике: коллективная монография по материалам Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2009. – С. 80–89.
6. Щепакин М.Б. Классификация основных моделей управления ресурсами предприятия / М.Б. Щепакин, В.М. Михайлова // Альтернативные пути преодоления глобального экономического кризиса: материалы международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2013. – С. 337–348.
7. Михайлова В.М. Исследование конкурентной среды на примере рынка фасовочно-упаковочного и весоизмерительного оборудования (Краснодарский край) / В.М. Михайлова, Д.Г. Куренова, Е.В. Кривошеева // Практический маркетинг». – 2016. – №10 (236). – С. 34–42.
8. Михайлова В.М. Модель управления инвестиционно-инновационной деятельностью производственных предприятий (на примере хлебопекарной отрасли Краснодарского края) / В.М. Михайлова, Е.В. Кривошеева, Д.Г. Куренова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №8 (73). – С. 495–502.
9. Куренова Д.Г. Применение моделей матричного анализа для оценки конкурентоспособности предприятия (на примере парфюмерно-косметической отрасли) / Д.Г. Куренова, Е.В. Кривошеева, В.М. Михайлова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №8–4 (85). – С. 816–826.

10. Михайлова В.М. Блогинг как инструмент интернет-маркетинга / В.М. Михайлова, Е.М. Шабаева // Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегий в условиях нестабильных рынков: материалы международной научной конференции. – Краснодар. – 2016. – С. 169–175.

11. Щепакин М.Б. К разработке классификаций розничных торговых сетей в условиях их маркетинговой адаптации к требованиям нестабильного рынка / М.Б. Щепакин, М.В. Облогин, В.М. Михайлова, Л.И. Соколова // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т.9, №2. – С. 571–594.

Павлов Виталий Александрович
студент

Милая Александра Витальевна
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Дальневосточный государственный
университет путей сообщения»
г. Хабаровск, Хабаровский край

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

***Аннотация:** в статье рассматривается роль бренда в повышении эффективности управления организацией; отражены понятие бренд-менеджмента и методы управления брендом.*

***Ключевые слова:** бренд, бренд-менеджмент, брендинг, управление брендом, эффективная организация.*

В бизнесе началась новая эра «информационной экономики», характерной чертой которой является смещение основных источников богатства. Если раньше это были материальные активы: земля, работа, капитал, то сегодня такие термины, как «нематериальные активы», «интеллектуальная собственность», «бренды», «брендинг» и «бренд-менеджмент».

Бренды превращаются в мощное оружие конкуренции, инструмент создания деловой репутации, отражающий особенности процесса интеграции, производственной, научной, технической и инновационной деятельности, маркетинга в любой общей рыночной ориентации. Брендинг встроен в управление компаниями всех видов и направлений деятельности – он одинаково важен как для местной строительной компании, так и для международной высокотехнологичной компании.

Термин «бренд» происходит из древнескандинавского языка. Древние викинги использовали глагол «brandr» для обозначения владения скотом и предметами домашнего обихода. До сих пор в некоторых регионах этот термин используется для обозначения знака, который владельцы используют для маркировки домашнего скота [1].

Роль и место бренда в современном обществе складывались на протяжении длительного периода развития человеческой цивилизации. Так, в период становления первобытного общества ознаменовался возникновением знаковой символики, а именно праздничная одежда, амулеты, татуировки, наскальные рисунки, были первыми формами символизма. Эти символы и знаки

определяли социальный статус членов племени и использовались для обозначения принадлежности вещей и предметов членам племени.

В современном мире изощренность технологий изменила бренды. Усиление бренда дает компаниям значительные преимущества на рынке. Современные бренды – важная часть бизнеса компании, своеобразный символ бизнеса [2]. Они символизируют доверие, стабильность и определенные ожидания потребителей. Бренды занимают прочное место в их сознании, вызывая ряд ассоциаций и целостный образ: «3M Innovation», «DisneyFamilyEntertainment», «Nike'sHighAthleticPerformance».

В отличие от продуктов, бренды не создаются в процессе производства, они формируются и существуют в сознании потребителей, обеспечивая эмоциональную связь между их восприятием и функциональностью продукта. Бренд – это «набор реальных и виртуальных мнений, выраженных в бренде, который при правильном управлении создает влияние и ценность».

Современная интерпретация понятия «бренд» включает в себя все ассоциации потребителей, возникающие в связи с продуктом в результате приобретения собственного опыта, одобрения общественности и советов других. Сознание потребителя формирует образ, сочетающий в себе различные характеристики бренда, связанные с его названием, его символом (логотип Nike), его упаковкой (форма бутылки Coca-Cola), его рекламным персонажем (Quikyrabbit, Nesquik), его мелодией. (Intel, Europa+), организация коммуникаций в точках продаж, опыт предыдущих покупок и степень удовлетворенности качеством товаров, а также эмоции и чувства, вызываемые рекламными лозунгами («Вы заслуживаете это», L'Oréal или «Мы делаем мир лучше, Philips»). Говоря об отечественных компаниях нельзя не упомянуть такого гиганта как ОАО «РЖД». Ярко-красный цвет и прогрессивная графика фирменного знака ОАО «РЖД» по мнению компании, говорит нам о том, что компания готова к активным действиям в современных экономических условиях.

Бренд – это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного производителя или группы производителей, а также отличия их от товаров и услуг конкурентов [3].

Появившись на рынке, бренд развивается на протяжении всего жизненного цикла, трансформируя сущность бренда из набора идентифицирующих элементов (название бренда, стиль, слоган) в ценности, четко воспринимаемые потребителем в целом, функциональных и эмоциональных элементов, присущих продуктам, и способа их подачи.

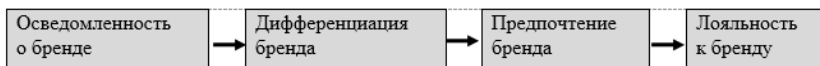


Рис. 1. Жизненный цикл бренда (развитие бренда)

Последовательное развитие бренда, от простой осведомленности до повышения лояльности, обеспечивается за счет брендинга.

Брендинг – это деятельность по формированию долгосрочных товарных предпочтений, заключающаяся в совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака, упаковки, рекламы, рекламных материалов и мероприятий, а также других элементов рекламной деятельности,

сочетающих определенную идею и характерный дизайн, выделение продукта среди конкурентов [4].

Говоря о бренде, нельзя не отметить значимость бренд-менеджмента в успешном управлении и развитии бренда. Возникнув как ответвление в системе управления продажами, бренд-менеджмент приобрел все большую стратегическую значимость: фирмы стали разрабатывать маркетинговые стратегии для отдельных брендов и развивать новые рынки. С развитием общей культуры организаций и ускоренным проникновением современных электронных технологий в систему внутрифирменного управления бренд-менеджмент трансформировался в самостоятельную функцию.

Бренд-менеджмент – это функция управления, направленная на максимизацию активов бренда путем интеграции средств и методологий внутренних механизмов, основанных на сбалансированном инвестиционном подходе к брендингу и реализации соответствующих коммуникаций внутри и за пределами компании [5].

Лидерская компетенция бренд-менеджмента отражает объективные условия развития конкуренции на мировом рынке и ориентирована на создание эффективных структур бренд-менеджмента. В современных компаниях разработаны устойчивые механизмы управления брендом, которые объединяют маркетинг, производство, инновации и продажи и оптимизируют внутреннее управление в соответствии с требованиями рынка. Начиная с общей системы внутреннего управления, бренд-менеджмент приобрел собственный механизм – модели и методы управления, особые принципы организации процесса управления, а также организационную структуру управления брендом. В качестве функции управления бренд-менеджмент имеет ряд инструментов и методов, которые реализуются как часть стратегического, операционного и административно-организационного управления. Каждая из обозначенных областей ориентирована на решение конкретных проблем в рамках всей системы брендинга на уровне компании (рисунки 2) [7].

Современный бренд-менеджмент можно рассматривать в трех направлениях:

- теория и практика бренд-менеджмента;
- корпоративный бренд-менеджмент (управление портфелем);
- процесс управления брендом, брендинг.

Под теорией и практикой брендинга понимается система научных знаний, включающая теоретические основы и систематизированную практику ведущих мировых компаний в области брендинга и брендинга.

Управление брендом компании отражает корпоративное видение миссии, культуры и стиля руководства компании, а также реализует общую стратегию управления портфелем брендов, направленную на достижение глобальной синергии бренда с помощью методов административного, организационного, стратегического и операционного управления. Важным направлением корпоративного брендинга является разработка программ фирменного стиля, благодаря которым компания узнается на рынке, обеспечивается высокий уровень узнаваемости бренда и лояльность потребителей. В настоящее время бренд-менеджмент компании является приоритетным направлением развития компании.



Рис. 2. Методы управления брендом

Бренд-менеджмент как процесс управления брендом представлен корпоративным брендом и брендингом продукта и направлен на развитие соответствующей личности. Брендинг реализуется по нескольким основным направлениям, степень детализации которых определяется поставленными задачами [6]. Как правило, это организационная составляющая (формирование рабочей группы, команды, подразделения или возложение функций на отдельного руководителя), маркетинговые исследования, разработка концепции бренда, планирование маркетинговых программ по развитию бренда.

Управление брендом, возникшее как ответвление в системе управления продажами, превратилось в функцию управления, направленную на максимальное увеличение капитала бренда за счет интеграции средств и методов внутренних механизмов. Суть функции бренд-менеджмента отражает объективные условия развития конкуренции на мировом рынке и ориентирована на создание эффективных структур бренд-менеджмента [7].

В мировой практике используются два альтернативных подхода к управлению брендом: западная (евро-американская) модель; азиатская (японская) модель. Управление брендом направлено на увеличение общего капитала компании в результате оптимизации структуры бренда, определения качества и степени дифференциации. В плане управления решаются две основные задачи компании: лучше удовлетворять потребности целевых сегментов потребительского рынка, чем у конкурентов, и избегать внутренней конкуренции между брендами, не позволяя позициям отдельных брендов пересекаться [8]. Бренд-менеджмент можно рассматривать как теорию и практику управления брендом, как корпоративное управление брендом и как процесс управления брендом.

В результате возрастающего значения брендов в деятельности современных компаний бренд-менеджмент выделился из общей системы внутреннего управления в самостоятельное направление и приобрел собственный механизм – модели, методы и принципы организации бренда в компании, а также организационной структуры управления брендом.

В условиях современного рынка роль бренда переоценить невозможно. В первую очередь это индивидуальность, отличие от конкурентов

и гарантия качества. Компания без индивидуальной торговой марки обречена на провал. Именно поэтому, крайне важно вкладывать ресурсы в развитие собственного бренда. Говоря об эффективном управлении организацией важно понимать, что на сегодняшний день условия развития рыночных отношений требуют грамотного, научно обоснованного управления брендом. Таким образом, бренд-менеджмент выделяется в отдельное направление деятельности. Он стоит наравне с другими немаловажными функциями организации и является действенным инструментом в эффективном управлении организацией.

Список литературы

1. Данилова В. Self-брендинг, или Маркетинг индивидуальности / В. Данилова. – Ростов н/Д: Феникс, 2017. – 512 с.
2. Рожков И.Я. Брендинг: учебник / И.Я. Рожков. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 331 с.
3. Секстон, Д. Университет Трампа. Брендинг 101 / Д. Секстон. – Мн.: Попурри, 2015. – 96 с.
4. Осовицкая Н. Актуальный HR-брендинг: секреты лучших работодателей / Н. Осовицкая. – СПб.: Питер, 2017. – 240 с.
5. Музыкант В.Л. Брендинг: Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – М.: Риор, 2018. – 256 с.
6. Мужичкая Т. Измени жизнь, оставаясь собой: Личный ребрендинг / Т. Мужичкая, И. Белашева. – М.: Альпина Пабли., 2018. – 251 с.
7. Карпова С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 439 с.
8. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. / Р.Е. Мансуров. – СПб.: BHV, 2018. – 224 с.
9. Курсовая работа: Управление брендом на примере индустрии спортивной моды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bestreferat.ru/referat-119444.html> (дата обращения: 01.10.2020).

Сташ Алий Азметович

магистрант

Научный руководитель

Ломакина Оксана Вячеславовна

канд. экон. наук, доцент

ГБОУ ВО «Кубанский государственный
аграрный университет им. И.Т. Грубилина»
г. Краснодар, Краснодарский край

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

***Аннотация:** в статье изучены проблемы производительности пассажирского автотранспортного предприятия с помощью балансовой модели использования подвижного состава в разрезе направлений перевозки пассажиров и балансовой модели потребности в персонале (водителей автобусов).*

***Ключевые слова:** пассажирский транспорт, производительность труда и подвижного состава, балансовый метод.*

При оценке деятельности пассажирских автотранспортных предприятий применяют целую систему технико-эксплуатационных показателей, которая

включает в себя и количественные, и качественные показатели. Используя различные методы анализа и эту систему показателей, можно проанализировать уровень производительности подвижного состава и персонала. Объектом исследования выступает АО «АВТОКОЛОННА №1491», г. Майкоп Республика Адыгея, зарегистрированная 28 сентября 2004 года. Организационно-правовая форма – негосударственное акционерное общество. Предприятие состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства с 10 августа 2017 г. как малое предприятие. Предприятие осуществляет перевозки пассажиров по двум направлениям: междугороднее и пригородное сообщение.

С целью анализа проблемы производительности предприятия нами была применена балансовая модель использования подвижного состава пассажирского автотранспортного предприятия и балансовая модель потребности в персонале.

Балансовый метод означает сопоставление некоторых взаимосвязанных между собою показателей для получения понимания текущего положения. В его основе всегда находится тесная связь между явлениями, которые должны уравниваться. Модель баланса подвижного состава пассажирского автотранспортного предприятия представим в натуральных показателях в разрезе направлений: пригородное сообщение и междугороднее. В модели используются следующие обозначения: $A(t)$ и $A(t+1)$ – количество автобусов на начало и конец периода соответственно (в качестве периода выступает год); $A_{П}(t)$ и $A_{В}(t)$ – количество поступивших и выбывших автобусов за период.

Производительность среднесписочного автобуса в год в пассажирокилометрах определяется по формуле:

$$W = T_{Н} * V_{Э} * \beta * q_{А} * \gamma_{Н} * 365 * \alpha_{В} \quad (1)$$

Где, W – производительность среднесписочного автобуса в год, пасс. км;

$T_{Н}$ – время в наряде;

$V_{Э}$ – средняя эксплуатационная скорость автобуса;

β – коэффициент использования пробега;

$q_{А}$ – вместимость автобуса (количество мест для сидения; для городских автобусов – номинальное количество мест);

$\gamma_{Н}$ – коэффициент использования вместимости, коэффициент наполнения;

365 – количество дней в году или продолжительность периода t ;

$\alpha_{В}$ – коэффициент выпуска автобусов на линию [1].

При известном годовом объеме пассажирооборота необходимое среднесписочное количество автобусов можно определить по формуле:

$$A_{С} = P / W \quad (2)$$

Где P – годовое количество пассажирооборота автобусами предприятия, тыс. пасс. км.

Таким образом экономико-математическое уравнение баланса будет иметь вид:

$$A(t) * W + A_{П}(t) * W - A_{В}(t) * W = A(t+1) * W + A_{Х}(t+1) * W = P \quad (3)$$

Где $A_{Х}(t+1)$ – потребность в подвижном составе (автобусах).

Преобразовав, данное уравнение получим:

$$A(t) + A_{П}(t) - A_{В}(t) = A(t+1) + A_{Х}(t+1) = P / W \quad (4)$$

В таблице 1 представлен расчет производительности среднесписочного автобуса марки ПАЗ, занятого на пригородных маршрутах по формуле №1 за период 2016–2020 гг.

Таблица 1

Расчет производительности среднесписочного автобуса ПАЗ 672

Год	Пассажирооборот в целом по направлению, тыс. пасс.-км, $P(t)$	Производительность 1 автобуса, пасс. км. $W(t)$	Продолжительность рабочего дня, часов, T_n	Средняя эксплуатационная скорость, км ч, $V_{э}$	Коэффициент использования пробега, β	Вместимость автобуса, чел., q	Коэффициент использования вместимости, $У_n$	Коэффициент выпуска автобусов на линию, α
2016	4650,0	452541,6	8,0	27,0	0,41	25	0,80	0,70
2017	3578,5	549427,2	8,0	24,0	0,49	25	0,80	0,80
2018	2975,8	511000,0	8,0	25,0	0,50	25	0,70	0,80
2019	3434,5	430992,0	8,0	24,0	0,41	25	0,75	0,80
2020	3434,5	431692,8	8,0	24,0	0,44	25	0,70	0,80

Данные пассажирооборота в таблице являются фактическими данными деятельности рассматриваемого автотранспортного предприятия и необходимы для определения расчетного среднесписочного количества автобусов и сопоставления с фактическим количеством. Это сопоставление выполнено согласно балансной модели в таблице 2.

Анализ показывает, что объем работы, выполненный силами подвижного состава автотранспортного предприятия (выраженный в пассажирообороте за год) исходя из производительности среднесписочного автобуса (показатель которой также складывается из фактических данных работы предприятия) должен выполняться гораздо меньшим количеством автобусов, чем есть по факту. Так в 2016 г. это 10 автобуса против 16, а в 2020 г. – 8 автобусов против 13 единиц.

Таблица 2

Модель балансового уравнения подвижного состава на пригородных перевозках

Год	Количество автобусов, ед.					Расчетное количество автобусов, $A_c(t)$
	На начало года, $A(t)$	Поступило, $A_p(t)$	Выбыло, $A_v(t)$	На конец года, $A(t+1)$	Не баланс, $A_x(t+1)$	
2016	19	0	3	16	-6	10
2017	16	0	3	13	-6	7
2018	13	0	0	13	-7	6
2019	13	0	0	13	-5	8
2020	13	0	0	13	-5	8

В таблице 3 представлен расчет производительности среднесписочного автобуса марки Икарбус 256, занятого на междугородних маршрутах по формуле №1 за период 2016–2020 гг.

Таблица 3

Расчет производительности среднесписочного автобуса Икарус 256

Год	Пассажирооборот в целом по направлению, тыс. пасс.-км, P(t)	Производительность I автобуса, пасс. км. W (t)	Продолжительность рабочего дня, часов, Tн	Средняя эксплуатацион- ная скорость, км ч, Vэ	Коэффициент использо- вания пробега, β	Вместимость автобуса, чел., q	Коэффициент использо- вания вместимости, γ_n	Коэффициент выпуска автобусов на линию, α
2016	10368,0	1248825,6	8,0	60,0	0,33	45	0,60	0,80
2017	10400,0	1147910,4	8,0	65,0	0,32	45	0,60	0,70
2018	9855,0	1286668,8	8,0	60,0	0,34	45	0,60	0,80
2019	9633,0	1092722,4	8,0	60,0	0,33	45	0,60	0,70
2020	3108,0	993384,0	8,0	60,0	0,30	45	0,60	0,70

Определение расчетного среднесписочного количества автобусов и сопоставление с фактическим количеством выполнено согласно балансной модели в таблице 4.

Расчет показывает, объем работы, выполненный силами подвижного состава на междугородних маршрутах исходя из производительности среднесписочного автобуса также должен выполняться гораздо меньшим количеством автобусов, чем по факту. Так в 2016 г. это 8 автобусов против 14, а в 2020 г. – 3 автобуса против 9 единиц. Если даже не брать во внимание экстремальные условия 2020 г., все равно показатели «не баланса» высокие, только в 2019 г. это только 1 автобус.

Таблица 4

Модель балансового уравнения подвижного состава
на междугородних перевозках

Год	Количество автобусов, ед.					Расчет- ное ко- личество автобу- сов, Ac(t)
	На начало года, A(t)	Посту- пило, Ap(t)	Вы- было, Av(t)	На кон- ец года, A(t+1)	Не ба- ланс, Ax(t+1)	
2016	14	0	0	14	-6	8
2017	14	0	1	13	-4	9
2018	13	0	1	12	-4	8
2019	12	0	2	10	-1	9
2020	10	0	1	9	-6	3

Иными словами, при сохранении таких переменных как время в наряде, средняя эксплуатационная скорость, коэффициент использования пробега, коэффициент использования вместимости, коэффициент

выпуска автобусов на линию при номинальной вместимости можно обеспечить выполнение такого же годового пассажирооборота меньшим числом автобусов. Таким образом нами выявлена проблема низкой производительности подвижного состава на обоих видах маршрутов. Считаем важным отметить, что парк автобусов изношен (в основном это машины, пребывающие с момента выпуска заводом-изготовителем в эксплуатации свыше 10 лет), новые машины практически не приобретаются. Развитие и совершенствование автобусного пассажирского транспорта как наиболее массового в небольших городах, должно быть направлено на полное удовлетворение возрастающих потребностей населения в передвижениях, улучшение культуры обслуживания и предлагаемого сервиса, сокращение затрат времени в пути. Это может быть достигнуто только за счет совершенствования типажа и конструкции подвижного состава, развития маршрутной системы, систематического повышения скорости сообщения, улучшение методов организации движения и диспетчеризации, совершенствование управления в экономической системе. Все это элементы, составляющие конкурентоспособность предприятия, элементы, формирующие выбор потребителя в пользу того или иного производителя транспортных услуг [2].

По такому же принципу для анализа производительности труда построена модель баланса трудовых ресурсов – количества водителей пассажирских автобусов. В данном случае мы будем рассматривать предприятие в целом без выделения направления перевозок. В модели используются следующие обозначения: $N(t)$ и $N(t+1)$ – количество водителей автобусов на начало и конец периода соответственно (в качестве периода выступает год); $N_{\Pi}(t)$ и $N_y(t)$ – количество принятых и уволенных водителей за период.

Количество водителей автобусов непосредственно на линии определяется по формуле:

$$N=1,054*A_{ч-н}/\Phi_B*\eta \quad (5)$$

Где, 1,054 – коэффициент дополнительного времени на выполнение подготовительно-заключительных операций 0,054 на 1 час пребывания автобуса в наряде;

$A_{ч-н}$ – машино-часы в наряде;

Φ_B – годовой фонд рабочего времени одного водителя, ч;

η – коэффициент выполнения нормы выработки [1].

Таким образом модель баланса будет иметь вид:

$$N(t) + N_{\Pi}(t) - N_B(t) = N(t+1) + N_X(t+1) = 1,054*A_{ч-н}/\Phi_B*\eta \quad (6)$$

Где $N_X(t+1)$ – нехватка или превышение количества водителей в последующий период.

Необходимые исходные данные и результаты расчета по балансовому уравнению представлены в таблице 5.

Расчеты показывают, что на протяжении всего анализируемого периода фактическое количество водителей превышает расчетное (необходимое) в среднем на 63%. Самое существенное расхождение расчетного и фактического значений наблюдалось в 2018 г. – 24 против 47, это превышение на 94%. Такое положение возможно объяснить низкими показателями технической исправности подвижного состава, возможно использованием водителей в техническом обслуживании и ремонте автобусов, в материально-техническом снабжении предприятия и на прочих не основных работах, а не по прямому назначению.

Расчет количества водителей автобусов

Показатель		2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Машино-часы в наряде А _{ч-н}		50255	43503	42640	43641	26002,00
Годовой фонд рабочего времени, Ф _в , ч		1956	1973	1952	1979	850,00
Коэффициент, учитывающий выполнение плана, η		1,05	1,05	1,05	1,05	1,00
Количество водителей автобусов,	На начало года N(t)	39	45	39	47	42
	Принято Nп(t)	7	2	8	0	0
	Уволено Nу(t)	1	8	3	5	0
	На конец года N(t+1)	45	39	47	42	42
	Не баланс Nx(t+1)	-17	-15	-23	-18	-10
	Расчетное N(t)	28	24	24	24	32

Стоит отметить, что сокращение числа водителей на наш взгляд будет противоречить социальной политике. Необходимо оптимизировать количество квалифицированных основных рабочих – водителей, рабочих ремонтных бригад, технического персонала, используя оптимальную форму организации труда.

Список литературы

1. Бычков В.П. Экономика автотранспортного предприятия / В.П. Бычков. – М.: ИН-ФРА-М, 2019. – 384 с.
2. Сташ А.А. Оценка эффективности управленческих решений в автотранспортном предприятии / А.А. Сташ, О.В. Ломакина // Экономика и управление в условиях современной России: материалы III национальной научно-практической конференции. – Краснодар: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2020. – С. 482–488.

Швецова Елена Юрьевна
студентка

Научный руководитель

Бикметов Рамиль Шамилович
канд. социол. наук, доцент

Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский
государственный университет»
г. Стерлитамак, Республика Башкортостан

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье были рассмотрены понятия «управления персоналом», «задачи и принципы управления персоналом». Также автором рассмотрены различные стили управления персоналом и основные тенденции развития данной сферы менеджмента.

Ключевые слова: управление персоналом, стиль управления, менеджмент.

Управление персоналом – это практическая деятельность, которая направлена на обеспечение предприятия квалифицированным персо-

налом, способным качественно выполнять возложенные на него трудовые функции, и оптимальное использование кадрами [3].

Управление персоналом является одной из основных составных частей современного менеджмента.

Правильно подобранные принципы управления персоналом способствуют повышению производительности труда, инициативности и ответственности. Сочетание нескольких базовых и дополнительных методик обеспечивает эффективную работу всей компании.

Управления персоналом решает следующие задачи:

- выработка общей стратегии;
- выявление необходимости предприятия в квалифицированных работниках с учетом существующего кадрового состава;
- составление штатного расписания и разработка должностных инструкций для сотрудников организации;
- осуществление действий по подбору персонала и формированию трудового коллектива работников;
- создание резерва предстоящих руководителей для обеспечения преемственности, а также осуществление мер по снижению риска потерь кадров;
- построение и организация работ, в том числе определение рабочих мест, функциональных и технологических связей между ними, содержания и последовательности выполнения работ, условий труда;
- управление затратами на персонал;
- проведение анализа качества выполняемой работы сотрудниками;
- разработка и внедрение программ профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников организации;
- разработка критериев, методики и оценки персонала для аттестации сотрудников организации;
- разработка системы продвижения по службе (управление карьерой работника);
- осуществление мер по высвобождению персонала;
- осуществление мер по мотивации работников предприятия, к которым относятся: повышение заработной платы, выплата премий, предоставление различных льгот, возможность продвижения по службе.

Управление персоналом основывается на следующих принципах:

1. Принцип подбора работников по деловым и личным качествам.
2. Принцип преемственности. Сочетание в трудовом коллективе молодых сотрудников и опытных специалистов.
3. Принцип соответствия. Порученная работа должна соответствовать возможностям и способностям исполнителя.
4. Принцип повышения квалификации.
5. Принцип замещения отсутствующего работника.
6. Принцип должностного и профессионального продвижения работников на основе использования обоснованных критериев оценки их деятельности и обеспечения условий для постоянного карьерного роста.
7. Принцип сочетания доверия к сотрудникам и контроля исполнения работниками своих трудовых обязанностей.
8. Принцип открытого соревнования между работниками, которые претендуют на руководящие должности.
9. Принцип правовой защищенности. Все управленческие и кадровые решения должны приниматься на основе действующего трудового законодательства.

Управление людьми – это живой, гибкий процесс, который постоянно совершенствуется. Если раньше можно было напугать работника, заставить его работать силой, то сегодня такие методы не работают. Только правильная мотивация персонала может дать результаты для компании.

Появление дистанционной формы работы – это интересная новация, которая для процесса управления персоналом представляет определенные сложности. Пандемия коронавируса, которая случилась на нашей планете в 2019–2020 гг., внесла коррективы во многие процессы, она показала, что надо быть готовым к самым разным вызовам внешней среды. Дистанционная работа вполне может стать крайне удобной формой организации рабочего места. Человек находится у себя дома, он чувствует домашний комфорт, в этой уютной обстановке у него вполне могут родиться самые интересные проекты. Творческое мышление уникально, рождение творческих идей не подчиняется строгим законам и нормативам, в холодном и деловом офисе мышление человека испытывает известное давление рабочей обстановкой. Нельзя дать задание на выполнение двух или трех творческих проектов в год, творческие идеи не рождаются подобно автомобилям на конвейере. Но определенные условия для появления творческих идей крайне важны.

Менеджер организации, которая нацелена на создание прорывных, революционных проектов, должен понимать, что его задача – стимулировать креативное мышление у своих работников, а также у себя. В этой ситуации управленец должен по-новому взглянуть на процесс управления.

Американский социальный психолог Курт Левин выделяет три основных стиля управления – авторитарный, демократический и либеральный, этот подход считается основным уже долгие годы [2]. Часто подчеркивается, что все три стиля управления важны и классный менеджер должен владеть всеми тремя. Подобный универсальный менеджер, несомненно, ценится на любом предприятии, однако как он будет управлять в современной ситуации? Необходимость генерирования творческих идей ставит современного менеджера в новую ситуацию, ситуацию, когда необходим новый стиль управления. Стиль управления, который обеспечит эффективное управление своими сотрудниками в условиях дистанционной работы, а также будет направлен на создание креативных проектов [1].

Итак, в новых условиях в рамках инновационного менеджмента оформился новый, четвертый стиль управления – креативный, он представляет собой сплав стремления к творческому мышлению и к максимально комфортным условиям работы. Естественно, он тоже будет совершенствоваться с течением времени. Но основные базовые компоненты креативного стиля мы можем определить уже сейчас – стимулирование оригинального мышления и стремление к максимально комфортным условиям работы.

Список литературы

1. Бикметов Р.Ш. Креативный стиль управления персоналом организации в современных условиях / Р.Ш. Бикметов // *Лидерство и менеджмент*. – 2020. – Т.7, №3. – С. 427–438. doi 10.18334/lim.7.3.110714.
2. Левин К. Разрешение социальных конфликтов / К. Левин. – СПб.: Речь, 2000. – 407 с.
3. Управление персоналом // *Audit-it.ru*. – 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/trud/upravlenie_personalom.html (Дата обращения: 25.07.2021).

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Адмаев Олег Васильевич

канд. физ.-мат. наук, доцент

Союз журналистов Красноярского края
г. Красноярск, Красноярский край

DOI 10.31483/г-99339

НОРМОТВОРЧЕСТВО В ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАДАЧАХ УПОЛНОМОЧЕННОГО ПО ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ – ДОКЛАД-2021

Аннотация: статья посвящена Институту Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации, который в течение многих лет является одним из важнейших опорных учреждений для Президента Российской Федерации – он восстанавливает нарушенные права граждан. Федеральные Уполномоченные по правам человека в Российской Федерации, их региональные коллеги в субъектах Федерации успешно и сообща решали и продолжают решать возникающие проблемы, в том числе и проблемы охраны окружающей среды.

Ключевые слова: нормативный правовой акт, информационно-цифровая система, предельно допустимая концентрация, санитарно-защитная зона, гигиенический норматив, класс (подкласс) условий труда.

На протяжении всей истории наш народ побеждал, преодолевал испытания благодаря своему единству. И сейчас для нас на первый план вышли семья, дружба, взаимовыручка, милосердие, сплочённость.

Положения о демографическом развитии, защите семьи и детства обозначены в обновлённой Конституции России, и они должны получить своё практическое воплощение в работе всех уровней власти. Предлагаю в каждом национальном проекте предусмотреть специальный раздел, направленный на поддержку молодых людей, молодёжи.

*Послание Президента Российской Федерации
В.В. Путина Федеральному Собранию 21.04.2021 [1].*

Нормативные правовые акты являются продуктом особого рода деятельности – нормотворчества (правотворчества). Нормотворчество – основной путь воздействия на общественные отношения, главное средство придания праву юридической силы [2].

Является ли конечным процесс нормотворчества? Другими словами, если в какой-либо сфере человеческой деятельности уже существует сложившаяся правовая система взаимоотношений, вправе ли мы пытаться внести в нее новшества и усовершенствования? Философия нас учит – мы обязаны это делать.

Новшества и усовершенствования Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации.

Одним из важнейших направлений деятельности Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации является совершенствование

законодательства. Непосредственная работа с обращениями граждан позволяет выявлять системные проблемы, вносить предложения, которые могут быть учтены субъектами законодательной инициативы.

Предложения Уполномоченного нашли отражение в *17 нормативных правовых актах*, принятых в 2020 году, включая *13 федеральных законов и 4 подзаконных акта* (https://ombudsmanrf.org/_02.04.2021). Всего же за 5 лет (2016–2020 годах) предложения Уполномоченного учтены в *62 принятых нормативных правовых актах, включая 45 федеральных законов (выделено мною – О.В. Адмаев)*.

Кроме того, в 2020 году Уполномоченный и сотрудники Аппарата приняли участие в 46 мероприятиях, посвященных различным аспектам совершенствования законодательства. Из них 14 мероприятий прошли на площадках Государственной Думы и Совета Федерации; 6 мероприятий организованы непосредственно Уполномоченным.

Партнерство с уполномоченными по правам человека в субъектах Российской Федерации.

Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации и уполномоченные по правам человека в субъектах Российской Федерации образуют единую систему российских национальных учреждений, занимающихся поощрением и защитой прав человека. Партнерство Уполномоченного и региональных уполномоченных осуществляется по всем направлениям правозащитной деятельности.

На протяжении четырех лет уполномоченные по правам человека принимали участие в подготовке Федерального закона от 18 марта 2020 года №48-ФЗ «Об уполномоченных по правам человека в субъектах Российской Федерации». В 70 регионах законы об уполномоченных по правам человека приведены в соответствие с требованиями федерального законодательства. Из них в 26 субъектах Российской Федерации законы приняты в новой редакции, в 44 – внесены изменения в действующие законы.

В 2020 году появился новый формат работы с вновь избранными региональными коллегами – стажировка и повышение квалификации региональных омбудсменов в Аппарате Уполномоченного. Такая практика обусловлена спецификой деятельности уполномоченных, когда отсутствует возможность получить профессиональное образование в сфере защиты прав человека.

В 2020 году продолжены программы обучения и повышения квалификации уполномоченных по правам человека в субъектах Российской Федерации на базе Научно-образовательного центра по правам человека Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

При активном участии региональных уполномоченных по правам человека поддерживается информационно-просветительский проект «Правозащитная карта России» [3].

Развитие партнерских отношений со своими коллегами из регионов Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации рассматривает как стратегическое направление своей деятельности и залог эффективной помощи людям. Новым объединяющим началом станет создание единого цифрового профиля уполномоченных по правам человека. В рамках создания Государственной информационной системы Уполномоченного по правам человека (ГИС «УПЧ»), предполагается унифицировать информационно-цифровые системы уполномоченных федерального

и регионального уровня, осуществить переход на новый уровень открытости и прозрачности работы уполномоченных по правам человека.

Отчетный Доклад за 2021 год.

Функционально-логическая модель.

В настоящее время в Аппарате Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации идет интенсивная работа над отчетным Докладом за 2021 год.

Правовое библиографическое сопровождение текста докладов Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации представляет собой информационно насыщенную и фактически самостоятельную научно-исследовательскую и педагогическую работу. В частности, Доклад-2020 [4] включает в себя не только собственно ссылки на законодательные документы, но сами законодательные документы представлены читателю в определенной последовательности содержательного созидательного анализа.

Следуя структуре предыдущих отчетных документов, прежде всего [4], рассмотрим функционально-логическую модель правового библиографического сопровождения текста Доклада Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации за 2021 год с установленными связями между объектами и дадим краткое описание некоторым из них.



Рис. 1.

Прямая задача. По мере поступления обращений и дальнейшей работы с заявителями Аппарат Уполномоченного по правам человека аккумулирует необходимую законодательную нормативно-правовую базу,

являющуюся инструментарием в процессе оказания помощи обратившимся гражданам.

Под *обратной задачей* будем понимать формирование правового библиографического сопровождения текста Доклада при неполной информационной базе (отсутствие обращений граждан). В процессе решения обратной задачи сотрудники Аппарата Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации могут заранее подготовиться к предстоящим обращениям граждан на основе принятых в 2021 году законодательных документов, а также с использованием электронных ресурсов сайта «Правозащитная карта России» [3].

Следующие два производственных примера можно считать *информационно-технологической и в определенной мере общественной составляющей обеспечения прав граждан*:

Территориальная схема обращения с отходами [5], в том числе с твердыми коммунальными отходами, Липецкой области – основной документ определяющий порядок движения отходов в Липецкой области, разработан в целях организации и осуществления деятельности по сбору, транспортированию, обработке, утилизации, обезвреживанию, захоронению отходов на территории Липецкой области.

В соответствии с Техническим заданием на выполнение оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС) намечаемого устройства отвала твердых производственных отходов ОАО «Новокузнецкий металлургический комбинат» основными целями выполнения работы являются [6]: выявление значимых воздействий на окружающую среду намечаемой деятельности по устройству отвала твердых производственных отходов ОАО «НКМК»; прогноз возможных последствий и рисков для окружающей среды; разработка рекомендаций по снижению негативного воздействия на окружающую среду при строительстве и эксплуатации объектов намечаемой деятельности; принятие решения о допустимости/недопустимости реализации намечаемой хозяйственной деятельности.

ОВОС выполнен с использованием материалов государственных докладов, результатов специальных исследований, официальных баз данных, фондовых и литературных источников с привлечением экспертов по отдельным вопросам. При проведении ОВОС использованы также результаты производственного экологического мониторинга ОАО «НКМК».

Автор данной статьи предполагает, что отнесение условий труда по классу (подклассу) условий труда при воздействии химического фактора [7], представленное в Таблице 1, можно рассматривать в качестве примера *нормотворчества в экологических задачах (экологического нормотворчества)* Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации:

Таблица 1

Наименование химических веществ	Класс (подкласс) условий труда (относительно превышения фактической концентрации вредных химических веществ в воздухе рабочей зоны над предельно допустимой концентрацией данных веществ (раз))					
	допустимый	вредный				опасный
		2	3.1	3.2	3.3	
1. Вещества 1 - 4 классов опасности <1>, за исключением перечисленных в пунктах 2 - 7 настоящей таблицы	\leq ПДК _{макс} \leq ПДК _{сс}	> 1,0 - 3,0 > 1,0 - 3,0	> 3,0 - 10,0 > 3,0 - 10,0	> 10,0 - 15,0 > 10,0 - 15,0	> 15,0 - 20,0 > 15,0	> 20,0 -
2. Вещества, опасные для развития острого отравления, включая: а) вещества с остронаправленным механизмом действия <1>, хлор, аммиак б) вещества раздражающего действия <1>	\leq ПДК _{макс} \leq ПДК _{макс}	> 1,0 - 2,0 > 1,0 - 2,0	> 2,0 - 4,0 > 2,0 - 5,0	> 4,0 - 6,0 > 5,0 - 10,0	> 6,0 - 10,0 > 10,0 - 50,0	> 10,0 > 50,0
3. Канцерогены <2>, вещества, опасные для репродуктивного здоровья человека <3>	\leq ПДК _{сс}	> 1,0 - 2,0	> 2,0 - 4,0	> 4,0 - 10,0	> 10,0	-
4. Аллергены <4>, в том числе: а) высокоопасные <5> б) умеренно опасные <6>	\leq ПДК _{макс} \leq ПДК _{макс}	- > 1,0 - 2,0	> 1,0 - 3,0 > 2,0 - 5,0	> 3,0 - 15,0 > 5,0 - 15,0	> 15,0 - 20,0 > 15,0 - 20,0	> 20,0 > 20,0
5. Противоопухолевые лекарственные средства, гормоны (эстрогены) <7>					<*>	
6. Наркотические анальгетики <8>			<*>			
7. Ферменты микробного происхождения <9>	\leq ПДК _{макс}	> 1,0 - 5,0	> 5,0 - 10,0	> 10,0	-	-
----- <*> Независимо от концентрации вредного вещества в воздухе рабочей зоны условия труда относятся к соответствующему классу (подклассу) условий труда без проведения измерений.						

Если предельно допустимая концентрация (ПДК) каждого вещества на границе санитарно-защитной зоны предприятия, или в случае отсутствия такой, на границе жилой или приравненной к такой застройке не будет превышена. влияние предприятия на состояние атмосферного воздуха можно считать незначительным и допустимым (<https://mcl.kiev.ua/obuv-i-pdk>).

Однако ПДК установлены только для большинства «распространенных» загрязняющих веществ, таких как: парниковые газы (азота диоксид, метан, углерода оксид), спирты, пыль, кислоты; всего их более пяти сотен. Но, например, пыль абразивно-металлическая, хотя и образуется на многих крупных предприятиях, имеющих собственные ремонтно-механические мастерские (РММ, РМЦ, РМД), не имеет установленной ПДК. Однако для таких веществ установлены ориентировочно безопасные уровни воздействия (ОБУВ).

Ориентировочно безопасный уровень воздействия загрязняющего атмосферу вещества – временной гигиенический норматив для загрязняющего атмосферу вещества, устанавливаемый расчетным методом для целей проектирования промышленных объектов. Выражается в миллиграммах вещества на кубический метр (м^3) воздуха. Различают следующие уровни:

– ВДК_в (ОБУВ) – временная допустимая концентрация (ориентировочный безопасный уровень воздействия) химического вещества в воде, установленная расчетным путем, мг/л (временный норматив – на 3 года).

– ВДК_{п.з.} (ОБУВ) – временная допустимая концентрация (ориентировочный безопасный уровень воздействия) химического вещества в воздухе рабочей зоны, установленная расчетным методом, мг/ м^3 (временный норматив – на 2 года);

– ВДК_{а.в.} (ОБУВ) – временная допустимая концентрация (ориентировочный безопасный уровень воздействия) химического вещества в атмосферном воздухе, установленная расчетным путем, мг/ м^3 (временный норматив – на 3 года).

Фактически, ПДК и ОБУВ – это одинаковые показатели, устанавливающие уровень максимальной концентрации газовой смеси (мг/ м^3) у жилой застройки. Отличие ПДК заключается в том, что ПДК также устанавливает класс опасности веществ, ее максимальную разовую и среднесуточную концентрацию. Поэтому, уровень допустимой (безопасной) концентрации установлен для каждого загрязняющего вещества или как ПДК, или как ОБУВ.

К общественной составляющей обеспечения прав граждан автор данной статьи также отнес бы работу с определенными социальными группами населения, желающими и способными быть по мере сил полезными обществу при решении экологических задач, например, работающие пенсионеры и инвалиды [8].

Федеральные округа и регионы Российской Федерации.

Рассмотрим три региона из разных федеральных округов:

Московская область – субъект Российской Федерации, входящий в состав Центрального федерального округа. На территории Московской области, в Серпуховском районе, располагается Приокско-Террасный биосферный заповедник (охраняются зубр и одна из самых северных популяций степных растений). Среди других ООПТ федерального значения, расположенных на территории области, – национальный парк «Завидово»

(частично находится также в пределах Тверской области), Ивантеевский дендрологический парк имени А. С. Яблокова, памятник природы «озеро Киёво», ботанический сад Всероссийского института лекарственных растений. Всего же в Московской области свыше двухсот ООПТ.

Республика Северная Осетия – Алания – субъект Российской Федерации, республика в её составе. Входит в состав Северо-Кавказского федерального округа, является частью Северо-Кавказского экономического района. Столица – город Владикавказ.

Северо-Осетинский государственный природный заповедник – заповедник на Северном Кавказе. Был учреждён 7 сентября 1967 года. В 1980 году охранная зона заповедника была увеличена вдвое – в его подчинение был передан федеральный заказник «Цейский» площадью 29 952 га.

Экологический туризм в Республике Северная Осетия-Алания является важной отраслью экономики республики, обладает большим потенциалом, благодаря нетронутым уголкам природы в сочетании с памятниками истории Владикавказа и всей Осетии-Алании.

Красноярский край – субъект Российской Федерации в Сибирском федеральном округе; относится к Восточно-Сибирскому экономическому району. Административный центр – г. Красноярск.

В Красноярском крае создано семь заповедников: Большой Арктический заповедник, Путоранский заповедник, Саяно-Шушенский заповедник, Национальный парк «Столбы», Таймырский заповедник, Тунгусский заповедник, Центральносибирский заповедник, а также национальный парк «Шушенский бор» и природный парк «Ергаки».

В крае созданы три государственных природных заказника федерального значения и 27 государственных природных заказников краевого значения.

Международное сотрудничество.

Взаимодействие Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации с международными организациями и ассоциациями омбудсменов традиционно характеризовалось высоким уровнем доверия и взаимопонимания, многообразием форм. Важнейшие из них: участие в совместных проектах, представление альтернативных докладов и комментариев в договорные органы по правам человека, проведение рабочих встреч с представителями ООН и Совета Европы, организация совместных мероприятий, деятельность по исполнению решений ЕСПЧ, взаимодействие по отдельным правозащитным вопросам, например, таким, как право на благоприятную окружающую среду.

Список литературы

1. Послание Президента Федеральному Собранию. 21.04.2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/>
2. Москалькова Т.Н. Нормотворчество: научно-практическое пособие / Т.Н. Москалькова, В.В. Черников. – Проспект, 2010.
3. Правозащитная карта России. Информационно-просветительский проект Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://map.rightsrf.ru>.
4. Доклад Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации. 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ombudsmanrf.org/content/doclad2020>.
5. Территориальная схема обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами, Липецкой области. Акционерное общество «Проектный институт «ЛИПЕЦКГРАЖДАНПРОЕКТ». Генеральный директор Т.Б. Нечаева, Главный инженер проекта Т.В. Покидова. – Липецк, 2016. – С. 477.

6. Оценка воздействия на окружающую среду намечаемого устройства отвала твердых производственных отходов ОАО «НКМК» (г. Новокузнецк). Предварительные материалы ОВОС. Книга 2. Резюме нетехнического характера. ООО «ИнЭКА-Консалтинг». – Новокузнецк, 2011. – С. 63.

7. Приложение N 1 к Методике проведения специальной оценки условий труда, утвержденной приказом Минтруда России от 24 января 2014 г. N 33н.

8. Адмаев О.В. Экономико-математическое моделирование пенсионной системы – гипотезы, методики, пожелания / О.В. Адмаев. Динамика взаимоотношений различных областей науки в современных условиях: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 сентября 2018 г.). – Тюмень: Научно-издательский центр «АЭТЕРНА». – С. 49–50.

Валиков Никита Сергеевич

аспирант

УВО «Университет управления «ТИСБИ»

г. Казань, Республика Татарстан

ВОЗМОЖНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПРИЕМНОЙ УПОЛНОМОЧЕННОГО ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

***Аннотация:** в статье рассматриваются методологические, теоретические и практические основы возможности Общественной приемной Уполномоченного при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей при реализации ими права на судебную защиту.*

***Ключевые слова:** судебная защита, уполномоченный по защите прав предпринимателей, судопроизводство, предпринимательская деятельность.*

Социально-экономические процессы в современном обществе требуют совершенствования законодательства и повышения эффективности работы всех институтов, призванных способствовать соблюдению и защите конституционных прав граждан. Конечной целью деятельности социально-правовых образований и учреждений является установление справедливости и законпорядка [4], режима законности [2] для упорядочивания общественных отношений. Основной закон России, гарантируя равенство прав и свобод граждан, подчеркивает важность защиты прав как потребителей, так и предпринимателей. Государство приняло на себя обязанность защищать права и свободы человека и гражданина, создав механизм реализации их прав, – судебную защиту, которая подразумевает под собой деятельность уполномоченных государством органов по защите оспариваемых или нарушенных прав. В качестве дополнительной гарантии, которая укрепляет государственную защиту прав предпринимателей выступает институт Уполномоченного по защите прав предпринимателей в каждом субъекте Российской Федерации.

Государственная должность Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Республике Татарстан (далее – Уполномоченный) введена Законом Республики Татарстан от 5 июля 2013 года №54-ЗРТ «Об Уполномоченном при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей» (далее – Закон Республики Татарстан).

Объектом настоящего исследования является правовое регулирование защита нарушенных прав и представительства интересов в суде, а предметом исследования выступают конкретные права Общественной приемной Уполномоченного при защите нарушенных прав и представительстве интересов предпринимателя в суде.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в период распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации в адрес Уполномоченного обратились более 14000 предпринимателей. Порядка тридцати процентов обращений от предпринимателей были с просьбой защитить их нарушенные права в суде при вынесении постановления об административном правонарушении.

Согласно п.2 ч.1 ст.8 Закона Республики Татарстан, Уполномоченный вправе обращаться в суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, признании незаконными решений и действий (бездействия) органов государственной власти Республики Татарстан, органов местного самоуправления, иных органов, организаций, наделенных федеральным законом отдельными государственными или иными публичными полномочиями, должностных лиц в случае, если оспариваемые ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают права и законные интересы субъектов предпринимательской деятельности в сфере предпринимательской деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской деятельности. Стоит отметить, что региональный законодатель предусмотрел возможность защиты от коррупционных ситуаций, оказывающих отрицательное влияние на экономику [3]. Региональное законодательство предоставляет широкий круг полномочий данному институту, однако не учитывает отсутствие объективно существующей возможности для уполномоченных в собственном лице принимать участие в таком количестве судебных заседаний.

В соответствии с вышеупомянутым ЗРТ, Уполномоченный вправе создавать на территории Республики Татарстан общественные приемные, оказывающие субъектам предпринимательской деятельности консультативную помощь по вопросам, относящимся к компетенции Уполномоченного. Однако, при реализации защиты прав предпринимателей Общественными приемными существует следующая проблема, которая заключается в том, что юрист Общественной приемной Уполномоченного не может защищать или представлять интересы обратившегося предпринимателя по доверенности от Уполномоченного в суде, так как это противоречит Федеральному закону «Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации» от 07.05.2013 N 78-ФЗ, Гражданскому процессуальному кодексу Российской Федерации, Арбитражному процессуальному кодексу Российской Федерации, Кодексу об административных правонарушениях Российской Федерации.

Известно, как утверждает Р. Ф. Степаненко: "...методологический посыл всякого научного исследования требует установления и объяснения схем построения, а также способов упорядочивания и систематизации познавательного процесса в соответствии со сложившимися стандартами той науки, в области которой оно проводится [5]." В связи с чем была разработана программа исследования проблем данной области, включившая в себя методологическое и методическое основание.

Целями исследования являются: 1) оценка предпринимателями эффективности судопроизводства при судебных спорах между предпринимателями и органами государственной и муниципальной власти; 2) Формирование позиции для законодательной инициативы по внесению изменений в Закон Республики Татарстан от 5 июля 2013 года №54-ЗРТ «Об Уполномоченном при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей». Задачами опроса исследования служат: 1) выявление уровня оценки населением эффективности судопроизводства при судебных спорах между предпринимателями и органами государственной и муниципальной власти; 2) выявление проблем при судебных спорах между предпринимателями и органами государственной и муниципальной власти. Объектом исследования выступили индивидуальные предприниматели и представители юридических лиц, зарегистрированных и (или) осуществляющих свою деятельность в Республике Татарстан, которые приняли участие в опросе телефонном опросе.

Телефонный опрос проводился с 10 по 15 декабря 2020 года, по специально разработанному опросному листу, утвержденному Уполномоченным при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей. В результате социологического опроса было опрошено 302 респондента – предпринимателя и юридических лиц, проживающих и зарегистрированных в Республике Татарстан, а также ведущие предпринимательскую деятельность в Республике Татарстан. В соответствии утвержденным опросным листом, респондентам были заданы 3 вопроса, на которые они дали свой ответ.

Таким образом, на основании ответов респондентов, можно сделать вывод, что предприниматели убеждены в невозможности выиграть в судебном споре между предпринимателями и органами государственной и муниципальной власти. Большое число респондентов отметили, что при судебных спорах с органами государственной и муниципальной власти предприниматель имеет мало шансов на победу, редко обращаются за квалифицированной юридической помощью и нуждаются в предоставлении профессиональной юридической помощи на безвозмездной основе.

На основании указанных фактов можно сделать вывод о том, что внесение изменений в Закон Республики Татарстан от 5 июля 2013 года №54-ЗРТ «Об Уполномоченном при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей» позволила бы Уполномоченному делегировать свои обязанности по защите прав предпринимателей в суде, а также позволить юристам Общественной приемной выступать от его имени в защиту предпринимателей.

В действительности можно утверждать, что Общественная приемная Уполномоченного ведет всю досудебную подготовку дела, связанного с защитой прав предпринимателей, в том числе: принимает заявления и ходатайства, проводит первичные консультации, организует первичные экспертизы по материалам обращений предпринимателей, подготавливает необходимые материалы. Предполагаемые поправки позволят избежать возникновения дополнительной нагрузки на систему Уполномоченного, расширит круг возможностей поддержки малого и среднего предпринимательства. Предполагается, что указанная норма будет применяться уже с марта 2021 года.

Список литературы

1. Закон Республики Татарстан от 5.07.2013 №54-ЗРТ «Об Уполномоченном при Президенте Республики Татарстан по защите прав предпринимателей».

2. Сайфуллин А. Укрепление законности как основная цель правовой политики Российской Федерации / А. Сайфуллин // Основные тенденции развития современного права: проблемы теории и практики: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) / под ред. Р.Ф. Степаненко, С.Н. Тагаевой. – 2020. – С. 132–135.

3. Солдатова А.В. Антикоррупционная идеология в структуре российской правовой системы / А.В. Солдатова, Я.В. Солдатов // Совершенствование деятельности правоохранительных органов и институтов гражданского общества по противодействию коррупции: материалы Междунар. «круглого стола» / под ред. С.Н. Миронова. – 2018. – С. 106–108.

4. Степаненко Р.Ф. Справедливость и законпорядок: теоретико-методологический аспект / Р.Ф. Степаненко // Государство и право. – 2020. – №6. – С. 79–89.

5. Степаненко Р. Ф. Теоретико-методологические проблемы общеправовой концепции маргинальности / Р.Ф. Степаненко // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – Т. 153, №4. – С. 30–41.

Васильева Евгения Николаевна

соискатель

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
г. Казань, Республика Татарстан

СОЦИАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ ПРАВА И ИСКУССТВА ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

***Аннотация:** в статье рассматриваются содержательные аспекты социальной ценности права и искусства в регулировании общественных отношений современного общества. Внимание автора останавливается на единстве целей и задач таких социокультурных институтов как право и искусство. Упорядочивание общественных взаимодействий при помощи правовых установлений и духовно-практической сферы деятельности человека имеет схожую природу, исторически складывающуюся в результате эволюции государственности.*

***Ключевые слова:** право, искусство, общественные отношения, правовая культура.*

Социальная ценность – как духовно-нравственная универсалия, означающая позитивную или негативную значимость какого-либо явления (действия), имеет свою нормативную (оценочную) сторону индивидуального или коллективного сознания. Такая ценность свойственна как правовым институтам, имеющим своей целью установление в сфере общественных отношений справедливости и законпорядка, [4] так и духовно-практической деятельности человека в области литературы, живописи, музыки, кино, балета и т. д. – искусству. Исторически формировавшиеся почти одновременно право и искусство, являлись той необходимой составляющей человеческой жизнедеятельности, без которой не мыслится ее эволюция. И то и другое (право и искусство) в разнообразных формах и выражениях, символизировали потребность человека в упорядочивании складывающихся общественных отношений, развитие которых требовало специальных знаний, умений, талантов и способностей для сохранения и преумножения человеческого рода и развития государственности.

Право появляется и развивается в определенной социальной среде. При наличии достаточных условий, в этой социальной среде создается

правовая система, выраженная в письменной форме. В качестве примера можно привести систему римского гражданского права или Романо-германскую правовую семью. Право, таким образом, представляет собой систему юридических норм, которые находят свое выражение в правовых актах (конституция, закон, указ и т. д.). Это объективное понимание права, существует также и субъективное. Под субъективным правом обычно имеют ввиду меру дозволенного поведения. В узком понимании право включает только писаное право, в то время как широкая трактовка понимания права включает и практику судов, исполнительной власти.

Социальный институт права выполняет функцию по предписанию членам социума правил поведения. Кроме того, в рамках права вырабатывается система наказаний, призванная обеспечить выполнение индивидами правил поведения.

Институту права много лет, первые письменные упоминания понятия права относятся к временам Античности. Сократ, Платон, представители школы стоиков говорили о естественном праве. Говоря о естественном праве, философы утверждали, что у каждого индивида есть некоторые высшие, постоянно действующие права, олицетворяющие разум, справедливость, объективный порядок ценностей или даже мудрость самого Бога. В.И. Червонюк пишет: «человечество столетиями выработывало наиболее разумные и полезные стандарты поведения и деятельности, фиксировало их в мифологии, нормах морали, религии. Эти стандарты отражали представления о правде, справедливости, являлись масштабом свободы и равенства и воспринимались как «природное, естественное право» [6, с. 218]. Причем эти права никак не зависят от государства и заложены в самой сущности человека, существуют в природе. Идеи естественного права не были свойственны лишь античности, как пишет Г.С. Працко: «теория естественного права с успехом развивалась европейскими просветителями» [2, с. 10]. Основываясь на идее естественного права, ученые и философы эпохи просвещения критиковали феодальную правовую систему, считая, что она противоречит идее справедливости, заложенной в природе. Идеи естественного права нашли отражение в американской Декларации независимости (1776), во французской Декларации прав человека и гражданина (1789).

Тем не менее, начиная с XIX в. идея естественного права начинает уступать идее позитивного права. Позитивное право трактуется как совокупность нормативных правовых актов государства. Таким образом, с точки зрения позитивистов, право устанавливается и осуществляется в законах, а природного права, существующего без влияния государства, не существует.

В современном мире, несмотря на наличие разных точек зрения на природу происхождения права, социальный институт права остается одним из наиболее сложных и необходимых, так как определяет поведенческий образец для индивида. Государство выступает гарантом работы правовой системы.

Право имеет ряд отличий от религии и морали, которые также определяют поведенческие модели. Во-первых, правила, выработанные правом, обязательны для всех. Во-вторых, эти правила поддерживаются и охраняются с помощью авторитета и силы государства. Право закреплено в официальных документах государства, и государство использует механизмы

власти, управления и правосудия для реализации норм права. Несмотря на все эти различия, сложно не согласиться с тем, что право является важнейшей составляющей единой системы социальных регуляторов, обеспечивая необходимое для общества и государства правомерное поведение субъектов в сложном взаимодействии с иными регуляторами, в первую очередь, с моралью [3].

Право регламентирует и регулирует жизнь общества, предоставляя нормы и стандарты поведения в различных сферах человеческой деятельности. К примеру, гражданское и трудовое право выступают как регуляторы трудовой деятельности, определяя меры и формы распределения труда и его продуктов между индивидами. Конституционное, государственное и административное право регулируют работу государства. Семейное право регулирует отношения в семье, а международное – отношения между государствами.

Исходя из этого, право можно определить, как законодательство, действующее на определенный момент и регулирующее отношения на различных уровнях: между людьми, между людьми и государством, между людьми и организациями, между организациями и между государствами. Важнейшую роль в правовой системе любой страны играет конституция. Этот документ провозглашает общие принципы государственного устройства, формулирует права и обязанности человека.

Право исследуется не только юристами, но и экономистами, социологами. Отличие в исследовательских подходах заключается в том, что правовая наука занимается толкованием юридических норм, социология изучает социальный контекст, в котором право реализуется. Н. Луман так описывал разницу: «...наука о праве занимается нормами, а социология, напротив, фактами. Юрист должен толковать и применять юридические нормы. Социолог имеет дело только с фактологическим контекстом права, с его условиями и его социальными последствиями» [1]. Кроме того, существует дисциплина «социология права», рассматривающая социальные функции права и то, как юридические нормы трансформируются в социальное поведение. Как справедливо отмечается в научной литературе, социальные явления (в том числе право) процессы и проблемы требуют междисциплинарного подхода к их исследованию, аккумулируя общий интерес общественных наук [5].

Право имеет особое место в общественной жизни и выполняет свои функции, прибегая к методам и средствам, которые соответствуют свойству и месту права в структуре общества. Одной из функций права является интеграция социальных групп, обеспечение совместной деятельности различных классов, народностей и всего общества в целом. Действуя совместно с политическими и экономическими институтами, право обеспечивает достижение взаимного согласия между социальными группами, а также защищает интересы личности и общества. Право мотивирует поведение, которое бы обеспечило солидарность общества с общечеловеческими идеалами.

Кроме задачи по усилению правопорядка, правовая система служит инструментом для достижения взаимного согласия между политической

системой и другими общественными группами, а также регулирует работу внутри организаций.

Сушественными аспектами, связанным с правовой системой, являются порядок и социальный контроль. Социальный порядок необходим для обеспечения существования общества и достигается он через силовое принуждение, общественное принятие ценностей и норм, формирование правовой культуры, легитимизацию права.

Обретение человеком знаний о том, как следует себя вести, и какая правовая модель действует в обществе, осуществляется через социализацию. В процессе взаимодействия с другими людьми человек получает необходимые знания и закрепляет образцы поведения, соответствующие правовой культуре общества. Оказавшись в другом правовом контексте, человек будет вынужден заново учиться жить согласно новой правовой культуре общества.

В свою очередь, искусство – как творческая и уникальная духовно-практическая деятельность, посредством живописи, литературы, музыки, архитектуры и других форм, также представляет собой социальную ценность для эволюции человечества. Этические и эстетические чувства, пробуждаемые искусством, способствуют развитию идей и идеалов справедливости, равенства, достоинства. Искусство помогает противостоять неправовым состояниям общественных отношений, взывать к исполнению базовых конституционных принципов в эффективной реализации основных прав и свобод человека и гражданина. Искусство, как и право, имеет своей целью духовное обогащение, упорядочивание в восприятии окружающего мира, способствует свободной личностной самореализации способностей и потребностей человека различными чувственно-выразительными средствами.

Список литературы

1. Luhmann N. Law as a social system / N. Luhmann. – Oxford, 2004.
2. Працко Г.С. Естественное право как ценностное явление гражданского общества / Г.С. Працко, А.В. Гринь // Юрист – Правоведь. – 2014. – №5 (66). – С. 8–12.
3. Назмиева Г.И. К актуальному вопросу о соотношении норм права и морали в правомерном поведении / Г.И. Назмиева, А.В. Солдатова // Инновационные подходы в системе высшего профессионального образования в структуре сетевого обучения: материалы итоговой научно-практической конференции преподавателей и аспирантов (с международным участием). – 2014. – С. 244–247.
4. Степаненко Р.Ф. Справедливость и законопорядок: теоретико-методологический аспект / Р.Ф. Степаненко // Государство и право. – 2020. – №6. – С. 79–89.
5. Степаненко Р.Ф. Кумулятивный интерес правовой и экономической наук в междисциплинарных исследованиях современных социальных проблем / Р.Ф. Степаненко // Государство и право. – 2021. – №5. – С. 42–54.
6. Червонюк В.И. Теория государства и права / В.И. Червонюк. – М., 2007. – 703 с.

Герасимова Алина Романовна

адъюнкт

ФГКОУ ВО «Санкт-Петербургский университет МВД России»
г. Санкт-Петербург

РЕТРОСПЕКТИВА РЕГЛАМЕНТАЦИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ОРГАНИЗАЦИЮ НЕЗАКОННОГО ВООРУЖЕННОГО ФОРМИРОВАНИЯ ИЛИ УЧАСТИЯ В НЕМ

Аннотация: в статье проводится историко-правовой анализ ответственности за организацию незаконного вооруженного формирования или участия в нем. Обосновывается мнение о том, что отдельная норма, которая предусматривает ответственность за организацию незаконного вооруженного формирования или участие в нем, появилась только 1995 году.

Ключевые слова: организация незаконного вооруженного формирования или участия в нем, соучастие, организованная террористическая деятельность, уголовная ответственность.

Ретроспектива регламентации ответственности за организацию незаконного вооруженного формирования или участия в нем важна, так как позволяет выявить тенденции возникновения и становления данного уголовно-правового запрета в отечественном правовом пространстве. Общественная опасность рассматриваемого деяния высока как сегодня, так и была ранее в связи с тем, что создает угрозу конституционному и общественному строю, государственной безопасности в целом, и для отдельного ее гражданина, подрывают основы развития Российской Федерации.

Отдельные элементы существующей в настоящее время нормы были установлены в памятниках права еще в 15 веке. По мнению А.В. Дмитриенко, в Псковской судной грамоте и Судебнике 1497 года отсутствовало какое-либо упоминание о действиях, устанавливающих ответственность за создание отрядов, дружин, войск, вопреки воли существующего строя, данные действия квалифицировались как государственная измена [1, с. 18].

Одним из значимых источников права, который содержал нормы, предусматривающие ответственность за посягательство на честь государя и его здоровье, являлось «Уложение царя Алексея Михайловича» (1649 г.), например, за «...собрание рати...» [2] в качестве наказания была установлена конфискация наравне с четвертованием. Фактором, повлиявшим на установления уголовного запрета на «...собрание рати...», являлось деятельность на Дону военного братства, которое преследовало преступные цели [3, с.356].

До 1715 года главным признаком, предусмотренным в ст. 208 УК РФ – вооруженность не был выделен в уголовном законодательстве, кроме того, оконченным преступлением считалось уже с момента объединения лиц, цель которых это выступление против существующего строя, наличие оружия при этом не было обязательным [1, с.21].

Следующим кодифицированным нормативным актом, содержащим признаки анализируемого преступления, стал принятый в период

царствования Петра I Артикул воинский 1715 г. Существенным явилось и то, что в его нормах часто выделялся признак вооруженности [4, с.280].

В Российской империи второй половины XIX – начала XX в. уголовно-правовые нормы не предусматривали четкого разделения по главам, аналогичным действующему УК РФ, соответственно и главы, посвящённые преступлениям против общественной безопасности, также не было, хотя в уголовном законодательстве, например, Германии, был выделен самостоятельный раздел. Несмотря на это, в Уложениях о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. были определены такие формы соучастия, как группа лиц без предварительного соглашения (скопом), по предварительному соглашению (заговор) и шайка. Особенная часть включала ответственность за создание и вступление в шайку [5, с.347].

Закон от 27 марта 1867 г., принятый Государственным Советом, запретил деятельность всех противозаконных сообществ, выделив их три вида, но в определении их конструктивных признаков не был выделен признак вооруженности [6].

Одним из более поздних в Российской империи актов в области уголовного права являлось Уголовное уложение от 22 марта 1903 г., которое постепенно вводилось по отдельным главам и статьям и в котором были предусмотрены конкретные нормы об общеопасных преступлениях [7]. До 1917 года уголовно-правовые нормы в рассматриваемом аспекте не подвергались существенным изменениям.

Основополагающим советским законом была принятая 10 июля 1918 г. Пятым Всероссийским Съездом Советов Конституция Российской Социалистической Федеративной Советской Республики [8, с.10]. Абсолютным правом на создание вооруженных формирований обладала советская власть, иное признавалось преступлением против социалистической власти. В то время отсутствовало кодифицированное уголовное законодательство, и ответственность за наиболее тяжкие преступления устанавливалась декретами. Таким образом, государственная власть предприняла меры по законодательной защите своих основ. Действия по созданию и участию в вооруженном формировании, не предусмотренном законом, могли расцениваться как контрреволюционные восстания и мятеж, или же как измена государству [9].

Уголовный кодекс РСФСР 1922 г. [10] устанавливал ответственность за «организацию в контрреволюционных целях вооруженных восстаний или вторжения на Советскую территорию вооруженных отрядов или банд», в качестве наказания предусматривался расстрел и конфискация всего имущества. Участие в данных формированиях также наказывалось расстрелом. Избежать ответственности могли те лица, которые являлись участниками вооруженных отрядов или банд, но не знали о целях преступления.

Уголовный кодекс РСФСР 1926 г. [11] значительных изменений не внес, уголовный запрет действовал на «вооруженное восстание или вторжение в контрреволюционных целях на советскую территорию вооруженных банд, захват власти в центре или на местах».

Закон СССР от 25 декабря 1958 г. [12] в качестве государственного преступления выделял организационную деятельность, которая направлена на подготовку или совершение особо опасных государственных преступлений, создание организации, цель которой совершить такие

преступления, а равно участие в антисоветской организации (ст. 9). Указанные положения с несущественными изменениями нашли свое отражение в Уголовном кодексе РСФСР 1960 г. [13] и предусматривались в ст. 77, где определялось понятие «бандитизм» [14].

Следствием распада Советского Союза стало появление альтернативных законным формирований, которые были вооружены и преследовали преступные цели. В связи с этим 25 июля 1990 г. был подписан Указ «О запрещении создания вооруженных формирований, не предусмотренных законодательством СССР, и изъятии оружия в случаях его незаконного хранения», который должен был стабилизировать социально-политическую обстановку в напряженных регионах, а также обеспечить безопасность граждан [15].

Самостоятельная норма, которая предусматривала ответственность за организацию незаконного вооруженного формирования или участия в нем, был сформулирован только в 1995 году [16]. В последующем при принятии Уголовного кодекса Российской Федерации [17], который был введен в действие с 1 января 1997 г., за исключением некоторых положений, статья 208 установила уголовную ответственность за создание незаконного вооруженного формирования или участие в нем, при этом в качестве объекта данного преступления определена общественная безопасность.

Таким образом, отдельной нормы уголовного права, предусматривающей ответственность за организацию незаконного вооруженного формирования или участие в нем, до 1995 года не было, что было следствием отсутствия потребности общества в ней и ее закрепления в источниках права того или иного периода. Принятие соответствующей нормы в уголовном законодательстве 28 апреля 1995 г. было вызвано назревшей необходимостью с учетом исторической обстановки, а также наличием соответствующих общественно опасных явлений.

Список литературы

1. Дмитренко А.В. Уголовно-правовой и криминологический аспекты организации незаконного вооруженного формирования или участия в нем: дис. ... канд. юрид. наук. – Ростов-на-Дону, 2003.
2. Соборное уложение 1649 года // Отечественное законодательство XI–XX веков: пособие для семинаров. Часть I (XI – XIX вв.) / под ред. О.И. Чистякова. – М.: Юрист, 1999. – 568с.
3. Соловьев С.М. Чтения и рассказы по истории России / сост. и вступ. ст. С.С. Дмитриева; комментарий С.С. Дмитриева и Л.П. Дойниковой; илл. В.В. Лукашова. – М.: Правда, 1989.
4. Российское законодательство X–XX веков: в 9 т. Т. 9: Законодательство эпохи буржуазно-демократических революций: законодательство о государственном строе. Административное, земельное и уголовное законодательство / отв. Ред. О.И. Чистяков. – М.: Юрид. Лит., 1994. – 351 с.
5. Уложение о наказаниях уголовных и исправительных // Российское законодательство X–XX веков: в 9 т. Т. 6. – М.: Юрид. лит., 1988. – 432 с.
6. Высочайше утвержденное мнение Государственного Совета, опубликованное 14 апреля, «О противозаконных сообществах» 1867. 27 марта // ПСЗ-2. СПб., 1871. Т. XLII. Отд. 1 №44402. С. 329–331.
7. Российское законодательство X–XX веков: в 9 т. Т. 9: законодательство эпохи буржуазно-демократических революций: законодательство о государственном строе. Административное, земельное и уголовное законодательство / отв. ред. О.И. Чистяков. – М.: Юрид. Лит., 1994. – 351 с.
8. Отечественное законодательство XI–XX веков: пособие для семинаров / под ред. О.И. Чистякова. – М.: Юрист, 2004. – 462 с.
9. Дмитренко А.В. История развития уголовного законодательства России о незаконном вооруженном формировании или участии в нем / А.В. Дмитренко, И.А. Фаргиев // История государства и права. – 2005. – №5. – С. 24–28.

10. Постановление ВЦИК от 01.06.1922 «О введении в действие Уголовного Кодекса Р.С.Ф.С.Р.» (вместе с «Уголовным Кодексом Р.С.Ф.С.Р.») (утратил силу) // СУ РСФСР, 1922, N 15, ст. 153.

11. Постановление ВЦИК от 22.11.1926 «О введении в действие Уголовного Кодекса Р.С.Ф.С.Р. редакции 1926 года» (вместе с «Уголовным Кодексом Р.С.Ф.С.Р.») (утратил силу) // СУ РСФСР, 1926, N 80, ст. 600.

12. Постановление Верховного Совета СССР от 25 декабря 1958 г. «О порядке введения в действие Закона об уголовной ответственности за государственные преступления» (утратил силу) // Сборник законов СССР. – 1968. – №2.

13. Уголовный кодекс РСФСР (утв. ВС РСФСР 27.10.1960) (утратил силу) // Ведомости Верховного Совета РСФСР, 1960, №40, ст.591.

14. Бекботова Т.А. История развития уголовного законодательства о незаконном вооруженном формировании в советский период до принятия Уголовного кодекса Российской Федерации 1996 года / Т.А. Бекботова // История государства и права. – 2007. – №1. – С. 26–28.

15. Указ Президента СССР от 25 июля 1990 г. №373 «О запрещении создания вооруженных формирований, не предусмотренных законодательством СССР, и изъятии оружия в случаях его незаконного хранения» (утратил силу) // Ведомости Съезда народных депутатов СССР и Верховного Совета СССР от 1 августа 1990г №31, ст. 559.

16. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Уголовный кодекс РСФСР и Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР» от 28.04.1995 N 67-ФЗ (утратил силу) // Собрание законодательства Российской Федерации от 1 мая 1995 г., N 18, ст. 1595.

17. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 17 июня 1996 г. N 25 ст. 2954.

Ким Карина Васильевна

студентка

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина»
г. Краснодар, Краснодарский край

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ КЛИНИК

***Аннотация:** в статье рассматриваются проблемы правового регулирования деятельности юридических клиник в современной Российской Федерации. Автор предлагает свои идеи по совершенствованию Федерального закона «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» от 21 ноября 2011 г. №324-ФЗ. Также, на основе анализа и изучения правовых основ деятельности юридических клиник и практики их реализации, в статье рассматривается значение юридического клинического образования как основы формирования будущего юриста-профессионала. На сегодняшний день сложно переоценить значимость практики в юридической клинике для будущих юристов. При этом до сих пор существуют определенные проблемы реализации целей клинического образования, определенных законом. Автор отмечает, что законодатель старается решить многие проблемы нормативно-правового регулирования и сделать эффективной юридическую клинику как участника негосударственной системы бесплатной юридической помощи.*

Ключевые слова: юридическая клиника, бесплатная помощь, консультация, образование.

Юридическим клиникам посвящена отдельная норма в Федеральном законе от 21 ноября 2011 г. №324-ФЗ «О бесплатной юридической

помощи в Российской Федерации», также, законодатель определил цели юридических клиник: правовое просвещение населения, формирование у обучающихся по юридической специальности навыков оказания юридической помощи, оказание бесплатной юридической помощи [1].

Важно отметить, что основу деятельности аналогичных клиник в до-революционной России составляла образовательная цель. Данная цель должна быть базой среди других и на сегодняшний день. Более того, главным отличием юридических клиник от общественных приемных является цель, сосредоточенная на обучение студентов навыкам практической деятельности. Именно поэтому известный правовед, профессор Казанского университета Д.И. Мейер, использовал название «клиника» вслед за термином «медицинская клиника», в которых студенты-медики приобретают важнейшие практические навыки оказания медицинской помощи [2].

Многие ученые правоведы отмечали, что деятельность студенческих клиник должна обязательно регулироваться под руководством профессорско-преподавательского состава и ограничиваться помощью в составлении обращений, заявлений в суд, другие организации и государственные учреждения, а также правовыми консультациями. Обучающиеся не могут по доверенности действовать от имени гражданина, посетившего юридическую клинику. Основной категорией населения, на которую рассчитана деятельность юридических клиник, являются лица, не имеющие возможность обратиться к профессиональному юристу. В своей профессиональной деятельности юристы и адвокаты обязаны прослужить честными, добропорядочными, в общем, быть безупречными. Ведь от этого напрямую будет зависеть их репутация [3].

Сторонники реализации в вузах юридических клиник считали их формой юридического просвещения граждан и довольно эффективным средством профессиональной подготовки юристов. Видные российские правоведы XIX в. скептически отнеслись к созданию юридических клиник, они считали, что чрезмерный интерес к практической подготовке студентов мог привести к понижению величины теоретических знаний учащихся. На сегодняшний день, проблема соотношения практической и теоретической подготовки будущих юристов является не менее дискуссионной [4].

Говоря о процессуальной деятельности, важно отметить, что она заключается в непосредственных действиях представителя по конкретному делу от имени и в интересах представляемого [5].

В сфере правового регулирования деятельности юридических клиник существуют некоторые проблемы: важно сконцентрировать внимание на несовершенстве законодательного закрепления, организационно-правовых форм юридических клиник, а также на вопрос об их ответственности.

В ст.3 закона №324-ФЗ сказано, что отношения, которые связаны с оказанием бесплатной юридической помощи регулируются различными нормативными правовыми актам: Конституцией РФ, федеральными законами и т. д. Законодатель должен четко обозначить предмет правового регулирования, а именно, закрепить им саму деятельность юридических клиник, оказывающих бесплатную юридическую помощь.

Также, нерационально придавать юридическим клиникам статус юридического лица. Проблему решит придание данному участнику негосударственной системы бесплатной правовой помощи статуса структурного

подразделения образовательного учреждения высшего профессионального образования.

В соответствии с вышеописанными проблемами, можно внести в ст.23 Федерального закона «О бесплатной юридической помощи» пункт следующего содержания: «Ответственность за различные неблагоприятные последствия оказания гражданину юридической помощи юридической помощи несет образовательное учреждение высшего профессионального образования, структурным подразделением которого юридическая клиника является, в порядке, установленном законодательство Российской Федерации»,

Таким образом, практика в юридической клинике ставит перед собой не только образовательные задачи, но и закрепляет у студентов значимые ценности: справедливость, честность, бескорыстие, гуманизм. Поэтому, на сегодняшний день, основополагающим направлением для любого высшего заведения, в состав которого включена юридическая клиника, является формирование достойной образовательной базы для возможной практической подготовки обучающихся, которые таким образом реализуют свои теоретические умения и навыки.

Деятельность юридических клиник недостаточно урегулирована, существуют нерешенные вопросы, но законодатель активно совершенствует нормативную правовую базу и постепенно устраняет «накипевшие» проблемы.

Список литературы

1. О бесплатной юридической помощи в РФ: ФЗ от 21.11.2011 г. №324-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2011. №48. Ст. 6725.
2. Лукьянова И.Н. Современное юридическое клиническое образование в России: достижения и перспективы / И.Н. Лукьянова // Юридическое образование и наука. – 2015. – №2. – С. 9–11.
3. Гринь Е.А. Адвокатская этика – основа деятельности адвоката / Е.А. Гринь, А.Д. Батлукова // Поколение будущего: сборник избранных статей Международной студенческой научной конференции. – СПб., 2020. – С. 97–99.
4. Мейер Д.И. О значении практики в системе современного юридического образования / Д.И. Мейер. – Казань, 1855. – 51 с.
5. Гринь Е.А. О судебном (процессуальном) представительстве и представительстве по назначению суда / Е.А. Гринь, Э.В. Градинар // Аграрное и земельное право. – 2020. – №9 (189). – С. 129–132.
6. Кулакова В.Ю. Юридические клиники в России: состояние и перспективы развития / В.Ю. Кулакова, Т.Ю. Маркова, М.В. Самсонова // Юридическое образование и наука. – 2014. – №2. – С. 8–11.

Лаврентьев Максим Владимирович

канд. юрид. наук, доцент
Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»
г. Саратов, Саратовская область

В.И. ЗИМБЕРГ – НАЧАЛЬНИК ШЛИССЕЛЬБУРГСКОГО КАТОРЖНОГО ЦЕНТРАЛА В 1907–1917 гг.

Аннотация: статья посвящена деятельности Василия Ивановича Зимберга – начальника каторжной тюрьмы в Шлиссельбургской крепости. Сообщается о его биографии, карьере, наградах, при этом используются архивные материалы, его личное архивное дело. Рассказывается об отзывах о нем политических заключенных, которые отбывали свой срок в стенах каторжного централа.

Ключевые слова: Российская империя, 1907–1917 гг, Главное тюремное управление, Шлиссельбургский каторжный централ, пенитенциарная система Российской империи, каторга, Шлиссельбург.

Шлиссельбургская каторжная тюрьма (иногда ее называют Шлиссельбургский каторжный централ) – одна из главных тюрем царского самодержавия, где содержались политические заключенные. Она находилась недалеко от Санкт-Петербурга, на острове на Ладожском озере, при истоке реки Нева. Шлиссельбургская крепость использовалась как тюрьма, начиная со времен Петра Первого, а с 1884 г. в крепости были посажены первые политические заключенные – члены партии «Народной воли».

Второй этап жизни политической тюрьмы начался в 1907 г., когда на территории крепости открыли Шлиссельбургский каторжный централ. Сюда отправляли на каторгу политических и уголовных заключенных, участников революции 1905–1907 гг.

Начальником Шлиссельбургского каторжного централа в 1907 – 1917 гг. был Василий Иванович Зимберг.

Василий Иванович (или на немецкий манер Вильгельм Гансович) Зимберг – первый и единственный начальник Шлиссельбургской каторжной тюрьмы – родился 14 ноября 1870 г. Сын крестьянина, в 1888 г. закончил Ревельское городское училище [1, л. 3 – 9]. С 1891 г. Зимберг работал в канцелярии губернатора Эстляндии, а с 1894 г. он – помощник начальника Ревельской следственной тюрьмы.

Карьера Зимберга складывалась весьма успешно. Действительно, ему было трудно пробиться без образования, без связей, без материальной поддержки по служебной лестнице вверх, поэтому Зимберг избрал стезю тюремного надзирателя, которая давала определенные преимущества перед военной и гражданской службой.

Государство благодарило Зимберга за службу. Он получил последовательно орден Св. Александра Невского (1895), ордена Св. Станислава III степени (1899) и Св. Анны III степени (1906) [1, л. 10 – 12]. В 1898 Василий Иванович уже коллежский регистратор, а в 1899 г. – исполняющий должность начальника Ревельской следственной тюрьмы. Но хотелось

быть поближе к столице, поэтому с переводом барона Мирбаха, одного из будущих руководителей Главного Тюремного управления, в Санкт-Петербург, барон забрал Зимберга с собой и устроил помощником II разряда Санкт-Петербургской одиночной тюрьмы (знаменитые «Кресты»). С 1 июля 1903 г. по 30 июля 1906 г. Зимберг – уже исполняющий должность начальника Санкт-Петербургского Дома предварительного заключения, а 25 октября 1906 г. вступил на должность начальника Шлиссельбургской каторжной тюрьмы (далее ШКТ). Затем короткая командировка на север – начальником Архангельского исправительно-арестантского отделения, но уже с 11 февраля 1907 г. Зимберг вновь становится начальником ШКТ [1, л. 15–23 (об)]. В 1907 г. ему присваивают чин титулярного советника.

Зимберг был начальником тюрьмы до 4 мая 1917 г., после чего его уволили по болезни. После революции следы его теряются; последнее, что о нем известно, – Зимберг находился 18 марта 1918 г. в ст. Лабинская по адресу Тюремная площадь, дом Гринкина [1, л. 66].

В.И. Зимберг по внешности был типичным эстонцем: невысокого роста, коренастый, белобрысый, с маленькими глазами. «Это был карьерист, наделенный замечательным нюхом. Ему не нужно было давать свыше буквальных, точно регламентированных указаний. Своим чутьем он сам улавливал, что именно в данное время будет угодно его хозяевам» [3, с. 271]. Такая неллицеприятная характеристика дана политкаторжанином И. Мельниковым. При первой встрече Зимберг пытался убедить всех, что он – «чистокровный тевтон. С этой целью он пересыпал свою речь немецкими фразами и словами и любил говорить о немецкой литературе. Одно время, до войны еще, он стал Вильгельмом Гансовичем, снова обрусевшим, когда все немецкое стало официально одиозным» [2, с. 44].

Как начальник ШКТ Зимберг не отличался звериной жестокостью. Его любимым наказанием был карцер. «Меньше, чем на 30 суток, в карцер сажал нас Зимберг очень редко. И он очень не любил, когда вызванный к наказанному врач признавал его больным, брал в больницу и тем самым прерывал отбытие наказания. По его мнению, карцер достигал своей цели, т.е. укрощал строптивого, отбивал охоту ко всякого рода протестам, вызывая желание быть тише воды – ниже травы, одним словом, «исправляя», лишь тогда, когда действовал непрерывно» [2, с. 67].

Зимберг перевел почти всех своих подчиненных с собой в ШКТ. Помощник начальника тюрьмы Гудима, эстонцы – надзиратели и даже эстонский военный караул. За глаза заключенные называли его «Чухна» – за внешний вид и национальность.

Зимберг был человек настроения. О поведении заключенных старшие надзиратели подавали рапорты, «конечно в самом искаженном виде: такой арестант мне нанес оскорбление... Начальник Зимберг вечно морщился, вечно фыркал... Если Зимберг был в хорошем настроении, удавалось отделаться двумя – тремя неделями карцера, а если в плохом, – то давал целых тридцать суток» [4, с. 54]. В. Симонович вспоминал также, что «к телесному наказанию Зимберг прибегал редко, в самых исключительных случаях, обыкновенно ограничиваясь заключением на самые продолжительные сроки в карцера, которые в Шлиссельбургской крепости были особенно ужасны и страшны. Как тонкий и умелый начальник, который к тому же еще перед тем, как вступить в обязанности начальника ШКТ, был командирован главной тюремной инспекцией за границу для

усовершенствования в тюремном деле, он знал и понимал, что такое частое применение в Шлиссельбургской каторге розог вызовет среди каторжан бунты, протесты, а следовательно, в газетах появятся об этом заметки. А этого он больше всего боялся. Он хорошо знал и понимал, какое действие имеют на узников эти тесные гробницы – карцера, из которых заключенные выходили дряхлыми, больными, которые для многих были могилой. Как формалист Зимберг строго придерживался тюремной инструкции, по которой узник подвергался наказанию на каждом шагу. Если в другой тюрьме начальник давал двое – трое суток карцера или ограничивался одним криком и выговором. Зимберг за такой же проступок давал четырнадцать суток, три недели и даже месяц; но зато он не кричал, а делал это потихонечку, ссылаясь на инструкцию» [4, с. 24]. Такая характеристика Зимберга наиболее точна. Он был рабским исполнителем инструкции, чем все они впоследствии оправдывали себя.

Но все же Зимберг испытывал симпатию к некоторым заключенным. Например, к Б.П. Жадановскому, бывшему офицеру, участнику Киевского восстания. Зимберг боялся, что если подвергнуть Жадановского телесному наказанию, то он покончит жизнь самоубийством. Анализ персоналий позволяет выяснить, что Зимберг относился более снисходительно к тем политическим заключенным, которые находились на каторге с самого начала, с 1907 г.

В заключение можно сказать, что Зимберг не был садистом. Он был, как уже было сказано, формалистом, придерживающимся щегловитовской инструкции.

Биография В.И. Зимберга показательна для карьеры работника Главного тюремного управления Российской империи.

Список литературы

1. Государственный архив Российской Федерации, Ф. 122, оп. 1, Д. 3970.
2. Вороницын И.П. Из мрака каторги / И.П. Вороницын.
3. Генкин И.И. По тюрьмам и этапам / И.И. Генкин. – Пг., 1922.
4. Симонович В. В новом Шлиссельбурге / В. Симонович. – М., 1934.

Ромашова Татьяна Владимировна

канд. юрид. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет»

г. Ухта, Республика Коми

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО НИГИЛИЗМА В РОССИИ

Аннотация: в статье речь идет об особенностях правового нигилизма в современном российском обществе. Наибольшее внимание уделяется правовому нигилизму в молодежной среде. Проводится анализ понятия и причин правового нигилизма с точки зрения различных исследователей.

Ключевые слова: нигилизм, правовой нигилизм, закон, общественные ценности, отрицание правил.

Становление государственности любой страны сопровождается выстраиванием не только системы законодательства, но и правовой

культуры общества. Развитие Российского государства после распада СССР, характеризовалось изменением принципов организации государственной власти, отношения к гражданам, их правам, собственности. Изменение всей государственной системы потребовало выстраивания нормативно-правовой базы, что повлекло принятие огромного количества нормативных актов. Процессы, происходящие в обществе тех лет, оставили очень яркий отпечаток на воспитании молодого поколения и восприятии права как такового. Все чаще в научных кругах, а также и в повседневной жизни, можно встретить дискуссии о нигилизме молодежи, в том числе и о правовом нигилизме. Действительно, общаясь с молодежью, можно нередко встретить такую точку зрения, что закон не для всех, проявляется недоверие власти, отрицание общепринятых норм, и данное явление обретает все большие масштабы. Попробуем разобраться в понятии нигилизма и его особенностях в современной России.

Философская энциклопедия дает следующее определение нигилизма. «Нигилизм (от латинского nihil – ничто) – в широком смысле отрицание общепринятых ценностей, идеалов, моральных норм, культуры и т. д. Впервые это понятие появилось у Ф. Г. Якоби, но всесторонний анализ нигилизма как общеевропейского явления дал Ф. Ницше» [1].

Википедия, со ссылкой на труды разных авторов, приводит следующее определение понятия нигилизм: «нигилизм – философия, которая ставит под сомнение (в крайней своей форме – абсолютно отрицает) общепринятые ценности, идеалы, нормы нравственности, культуры или фундаментальные понятия, такие как знание, существование и смысл жизни. Различные нигилистические позиции по-разному придерживаются того, что человеческие ценности бессмысленны, что жизнь бессмысленна, что знание невозможно. Нигилизм в общем смысле подразумевает под собой отрицание, негативное отношение к определенным или даже ко всем сторонам общественной жизни. В словарях определяется также как «отрицание», «абсолютное отрицание», «социально-нравственное явление», «умонастроение» [2].

Как можно увидеть из представленных определений, нигилизм – это отрицание или негативное отношение к определенным сторонам общественной жизни. Право регулирует общественную жизнь, определяет правила поведения в обществе, следовательно, отрицание или негативное отношение к определенным сторонам общественной жизни касается напрямую и права. Обратившись к юридическим источникам, можно найти следующие понятия правового нигилизма. «Правовой нигилизм – форма правосознания и социального поведения, характеризующаяся отрицательным (скептическим) отношением к закону и ценностям права.» [3] Немного углубившись в понятия приведенного определения можно прийти к пониманию правового нигилизма как выражению пренебрежения, сознательному игнорированию предписаний правовых норм и т. д., все это выступает причинами противоправного поведения и преступности [3]. В юридической литературе можно найти различные классификации характеристик правового нигилизма [например, 4], но все они строятся на выводах, основанных на определении самого понятия. Наибольший интерес вызывают формы проявления правового нигилизма. Так Н. И. Матузов в одном из своих трудов [5] выделяет такие формы правового нигилизма как:

- умышленное нарушение законов и иных нормативно-правовых актов;
- массовое несоблюдение и неисполнение юридических предписаний;

- издание противоречивых правовых актов;
- подмена законности целесообразностью;
- конфронтация представительных и исполнительных структур;
- нарушение прав человека;
- теоретическая форма правового нигилизма (в научной сфере, в работах юристов, философов и др.) [5].

Как можно увидеть из приведенных форм проявления правового нигилизма может быть вполне присуще как обычным гражданам, так и представителям власти разных уровней. Многие исследователи причинами рассматриваемого явления видят социально-экономические и политические проблемы, возрастающий интерес человека к использованию властных полномочий и реализацию через эти полномочия своих личных интересов, а также психологические проблемы человека. Но правовой нигилизм не является проблемой только современного общества, еще в трудах дореволюционного периода юристы поднимали проблему правового нигилизма и предпосылок к нему. Так, например, И.А. Ильин в своих трудах выделял следующие предпосылки деформации правосознания российского общества [6]:

- размеры территории. Чем больше территория государства, тем острее ощущается потребность в сильной централизованной власти, поддерживаемой основной массой населения;
- плотность населения. Большая плотность населения требует умения учитывать не только свои интересы, но и интересы соседа;
- державные задачи государства. Чем грандиознее державные задачи государства, тем меньше понятны они для основной массы граждан этого государства, тем сильнее проявляется равнодушие и формализм при их исполнении;
- хозяйственные задачи страны. Чем примитивнее хозяйственные задачи страны, тем меньшие требования предъявляются к уровню правосознания, и наоборот;
- национальный состав страны. Однородность национального состава страны, общность культурных ценностей создают благоприятную почву для развития правосознания;
- религиозный состав страны. Религиозная однородность облегчает коммуникативные связи в обществе, выработки принципов, ориентиров, решений, удовлетворяющих и понятных большинству населения;
- социальный состав. Однородный социальный состав способствует консолидации общества, которое, имея общие ценности, лояльно относится к власти [6].

Приведенные причины изменения правосознания вполне актуальны в и настоящее время. Многие авторы посвящали и посвящают свои труды исследованию правового нигилизма и причинам его проявления в России, так как данный вопрос является весьма актуальным.

Некоторые авторы видят главную причину правового нигилизма в России «в юридическом невежестве, косности, отсталости, правовой невоспитанности основной массы населения, в абсолютной неостребованности права обществом» [7], другие – в правовой неграмотности населения, которая выражается не только в незнании человеком того, что запрещено, но и в том, что далеко не все имеют четкое представление о том, что разрешено. Более того, множество граждан понятия не имеют о своих правах.

Последствия этого бывают самые печальные. Например, вместо того, чтобы требовать от чиновников оказания той или иной услуги на законных основаниях, люди начинают искать обходные пути, предлагая взятки и становясь, таким образом, соучастниками преступления [8].

Несмотря на обилие законов, среднестатистический человек просто не знает о своих правах, которые могут защитить его в любой ситуации. Именно правовой неграмотностью населения нашей страны и пользуются различного рода правонарушители. Особенно неграмотностью в сфере защиты прав потребителей. Существование в обществе просто не мыслимо без соблюдения законов и прав, установленных государством. Наша задача – хорошо знать свои права. Необходимо это для того, чтобы жить в правовом государстве, чтобы быть уверенным в завтрашнем дне и преисполняться чувства собственного достоинства [9].

В настоящее время достаточно большое внимание стало уделяться борьбе с правовой неграмотностью в молодежной среде: в рамках школьной программы проходит ознакомление с основными отраслями права, проводятся беседы с обучающимися о правах человека, правах ребенка и пр. Но зачастую, школьники воспринимают такие беседы как что-то далекое от них, неприменимое и существующее в «другом измерении», а иногда, проводящий беседу забывает объяснить обязанности и ответственность, которые сопутствуют тем или иным правам, что позволяет воспринимать право достаточно однобоко, через призму «я могу» и «мне должны», что тоже приводит к искажению понимания права и в последствии может привести к отрицанию необходимости следования закону. В университетской среде, когда человек более осознанно воспринимает получаемую информацию в виде знаний, борьба с правовой неграмотностью, чаще всего, сводится к изучению отраслевого профессионального законодательства, что тоже зачастую оставляет пробелы в правовом воспитании именно в обыденной жизни. Необходимо заметить, что принимаемые в настоящее время федеральные государственные образовательные стандарты содержат универсальные компетенции, связанные с принятием решений «исходя из действующих правовых норм» и формированием нетерпимого отношения к коррупционному поведению. Будет ли достаточно освоения указанных компетенций для перелома в правосознании и воспитании положительного восприятия правового поля в молодежной среде, покажет время. Но пока проблема стоит достаточно остро, необходимо дополнительно просвещать молодежь, повышать ее правосознание, искоренять правовой нигилизм. И в этом немаловажную роль играют и научные сообщества, кружки и конференции.

Список литературы

1. Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/822
2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Юридический словарь / под ред. А.Я. Сухарева, В.Д. Зоркина, В.Е. Крутских. – М., 1999.
4. Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права / Н.И. Матузов, А.В. Малько. – М., 2005.
5. Матузов Н.И. Правовой нигилизм и правовой идеализм как две стороны одной медали / Н.И. Матузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faclaw.narod.ru/tgp/tgp15.htm>

6. Сазонова Т.Б. Право и правосознание в учениях И.А. Ильина: автореф. канд. дис. / Т.Б. Сазонова. – Благовещенск, 1998. – С. 42.

7. Туманов В.А. О правовом нигилизме / В.А. Туманов // Советское государство и право. – 1989. – №10. – С. 20.

8. Правовая безграмотность. Я против! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://impravo.ru/editorblog/97-pravovaya-bezgramotnost-ya-protiv.html>

9. Основы государственной политики Российской Федерации в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан» (утв. Президентом РФ 28.04.2011 №Пр-1168) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

Селецкий Борис Эдуардович
магистр, руководитель отдела
ООО «Девелопмент Солюшнс»
г. Москва

ПРАВОВОЙ ОПЫТ ВЕЛИКОБРИТАНИИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКЕ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СВЕТЕ РОССИЙСКОЙ РЕФОРМЫ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ

***Аннотация:** статья посвящена сравнительно-правовому анализу государственной политики грантовой деятельности в Великобритании как первой страны, вставшей на путь социально-экономического развития посредством привлечения инновационных идей своих сограждан и их финансовой поддержки. Сделан вывод о том, что в период реформирования данного сектора российской экономики при разработке нормативно-правовой базы необходимо учитывать положительный опыт Великобритании, в частности, предлагается создать единый орган по поддержке малого бизнеса и инновационного предпринимательства, внедрить схемы трастов венчурного капитала и т. п.*

***Ключевые слова:** государственная финансовая поддержка, институты развития, сравнительно-правовой анализ, малый и средний бизнес, развитие гражданского общества.*

Реализация национальных проектов и национальных целей развития, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» требует значительной дифференциации бюджетной политики и оптимизации административной структуры органов, отвечающих за реализацию национальных целей развития [1]. Поэтому, по инициативе Председателя Правительства РФ М. Мишустина текущий год озаменован глобальной реформой так называемых «российских институтов развития» [2], то есть государственных организаций-грантодателей, которые системно занимаются финансовой поддержкой проектов в сфере науки, инноваций, развития производства, сельского хозяйства и гражданского общества. По нашему мнению, в совокупности данные процессы корректно называть термином «государственная финансовая поддержка

проектной деятельности». В этой связи, мы убеждены, что для разработки эффективного механизма правового регулирования данной деятельности, необходимо изучить накопившийся опыт других стран. В первую очередь, к таким странам следует отнести Великобританию, где государственная поддержка существует уже давно.

Начиная наше изыскание с анализа сложившейся в Великобритании системы государственной финансовой поддержки проектной деятельности и ее правового регулирования, хотелось бы обратить внимание на тот факт, что, по мнению В.Н. Фридлянова, в Соединенном Королевстве история появления у государства целенаправленной политики по финансовой поддержке частных инициатив (проектов), соответствующих направлениям социально-экономического развития или развития гражданского общества началась еще в 1660 году, когда в целях поддержания развития науки было создано Лондонское королевское общество [3]. Данное обстоятельство лишь подчеркивает, что у Великобритании за столь долгий период выработалась определенная система правового регулирования данных отношений.

Сегодня в Великобритании система государственной поддержки малого бизнеса законодательно сосредоточена в рамках одного органа власти – Организации по поддержке малого бизнеса (SmallBusinessService – СБС), которая является самостоятельным агентством в составе Министерства торговли и промышленности. Ежегодно принимается Finance Act, в котором определяются принципы и приоритете бюджетной политики, в том числе касательно поддержки проектной деятельности [4]. В частности, в нем содержатся положения о льготах для данной категории хозяйствующих субъектов, налоговые льготы на НИОКР и проч.

Примечательно, что Е.В. Шередеко проанализировав законодательство Великобритании, а также статутные инструменты и отчетную документацию органов исполнительной власти, выявила четыре основных направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса, одним из которых и является государственная финансовая поддержка. Суть такой поддержки, по мнению Е.В. Шередеко «выражается в создании необходимых банковских и инвестиционных условий внутри страны, а также наиболее благоприятного налогового режима» [5]. Интересно отметить, что недавно Правительство Великобритании и Британский бизнес банк выделили более 250 миллионов фунтов стерлингов для реализации программ финансовой поддержки, которыми уже воспользовались более 8000 малых предприятий. Помимо этого, СБС стимулирует рост частных инвестиций, а Британский бизнес-банк оказывает помощь быстро растущим компаниям в получении инвестиций от 14 созданных им фондов, объем которых составляет, согласно данным Е.В. Шередеко, 484 миллионов фунтов стерлингов, как государственного, так и частного венчурного капитала [6].

Наше внимание привлек и тот факт, что помимо финансового направления поддержки в Великобритании развито инновационное направление. В рамках этой деятельности СБС способствует получению предпринимателями доступа к экспертным знаниям, оборудованию и финансированию для создания, разработки и воплощения новых идей и продуктов. При уплате корпорационного налога малый и средний бизнес могут воспользоваться научно-исследовательским вычетом в размере 11% от специальных

расходов, который по данным на 2011/12 финансовый год позволил предпринимателям сэкономить 420 миллионов фунтов стерлингов [7].

Кроме этого, существенная роль в финансовой поддержке британского малого бизнеса принадлежит фандрайзингу, развитию которого способствуют крупнейшие английские банки *BarclaysBank* и *NationalBank* в рамках долевого финансирования малых предприятий, которое осуществляется через специализированные фонды для поддержания определенных отраслей и вновь создаваемых и расширяющихся инновационных предприятий. Для привлечения финансирования разработаны различные вариации инвестирования: корпоративная схема инвестирования (*EnterpriseInvestmentScheme – EIS*), схема трастов венчурного капитала (*VentureCapitalTrust – VCT*), венчурная корпоративная схема (*CorporateVentureCapitalScheme – CVS*). И, что характерно, по мнению А.И. Кравченко, применение таких схем инвестирования по отношению к институту малого предпринимательства позволяет привлечь больше финансовых ресурсов [8].

Государственная поддержка в сфере сельского хозяйства является отдельной сферой, поскольку здесь Великобритания все еще тесно связана обязательствами в рамках Общей сельскохозяйственной политики Европейского Союза. По заявлению британского министра финансов Саджид Джавид, британское правительство выделит 2,9 миллиардов фунтов стерлингов в течение двух лет на поддержку фермеров после выхода Великобритании из ЕС [9]. Также он отметил: «Когда мы выйдем из ЕС и освободимся от обязательств в рамках Общей сельскохозяйственной политики, мы сможем поддерживать наше сельское население с помощью более честной и менее бюрократической системы» [9].

Следует отметить, что государственная финансовая поддержка проектной деятельности по развитию гражданского общества и технологического развития в Великобритании, как и поддержка малого бизнеса, финансируется по линии как органов власти, так и частных организаций. Такое государственно-частное партнерство вообще присуще странам с англосаксонской правовой системой и рыночной экономике. К слову, и в создании системы государственной финансовой поддержки Великобритании была первой в мире. Так, законодательство, касающееся негосударственных организаций, работающих в социальной сфере, восходит к выпущенному Елизаветой I в 1601 году Акту по исправлению неправильного использования земель, благ и капиталов, ранее переданных для благотворительности [10]. Крупнейшими грантодателями в Соединенном Королевстве на сегодняшний день являются Лондонское королевское общество, Британский Совет, Уэллком траст, Мерлин Борд лимитед, ФДС Чэр-итэбл траст и Благотворительная организация «ЧаритизЭйдФаундейшн». Все они имеют различную организационно-правовую форму, а соответственно и правовой статус.

Таким образом, можно сделать вывод, что оптимизация деятельности институтов развития (грантодателей) в Российской Федерации – правильный и естественный шаг для увеличения эффективности их деятельности. Стремление к централизации отразилось в Распоряжении Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 3710-р, где существующие институты развития были разделены на три категории: первая подлежит присоединению к госкорпорации «ВЭБ.РФ», вторая подлежит ликвидации, а третья –

модернизации [11]. Важно отметить, что централизация организационной структуры должна идти параллельно с унификацией законодательного регулирования данной сферы, поскольку существует большое количество нормативно-правовых актов, которые не систематизированы и не имеют общих свойств (критериев, параметров) для государственной финансовой поддержки проектной деятельности. В данном контексте опыт Великобритании, как первой страны, которая внедрила грантовую поддержку, может быть полезен для применения в России в следующих аспектах:

- создание единого органа по аналогии с британской Организацией по поддержке малого бизнеса, которая реализует, в том числе, программы по поддержке инновационного предпринимательства;

- внедрение схемы трастов венчурного капитала (VentureCapitalTrust), например на базе госкорпорации ВЭБ.РФ;

- издание ежегодного нормативно-правового акта по аналогии с Finance Act, где будут изложены унифицированные принципы и приоритеты бюджетной политики, в том числе касающиеся государственной финансовой поддержки проектной деятельности.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // Российская газета от 22 июля 2020 года. – №159 (8213).

2. Кузьмин В. Михаил Мишустин проводит оптимизацию институтов развития / В. Кузьмин // Российская газета – Федеральный выпуск №264 (8318) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/11/23/mishustin-obiavil-o-reorganizacii-v-sisteme-institutov-gazvitiia.html>

3. Фридлянов В.Н. Грантовая политика в области науки / В.Н. Фридлянов // Образование и образованный человек в XXI веке. – 2013 – №1. – С. 17–20

4. Finance Act 2021 // Legislation.Gov.UK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.legislation.gov.uk>

5. The-Business-Finance-Guide. A journey from start-up to growth [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://british-business-bank.co.uk/wp-content/uploads/2014/06/The-Business-Finance-Guide-2014.pdf>

6. Шередеко Е.В. Меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Великобритании / Е.В. Шередеко// NB: Административное право и практика администрирования. – 2015. – №1. – С. 36–44 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=15863

7. Corporation Tax: Research and Development (R&D) Relief [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gov.uk/corporation-tax-research-and-development-rd-relief>

8. Кравченко А.И. Формы и методы финансовой поддержки малого бизнеса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / А.И. Кравченко. – СПб., 2008. – 153 с.

9. Dairy News. ru от 30 декабря 2019 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dairynews.ru/news/britanskie-vlasti-napravyat-2-9-mlrd-funtov-na-pod.html>

10. Колесников Е.И. Европейский опыт развития сектора социально ориентированных некоммерческих организаций / Е.И. Колесников // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2017. – №2. – С. 215–224.

11. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2020 №3710-р «Об институтах развития» // Собрание законодательства РФ. 2021. №12. Ст. 2003.

Ходаков Илья Викторович

магистрант

Научный руководитель

Зимина Наталья Владимировна

канд. полит. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
г. Чита, Забайкальский край

РАЗВИТИЕ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВЕННОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ)

***Аннотация:** целью работы является анализ становления и развития территориального общественного самоуправления в России, в том числе, на примере Забайкальского края, анализ проблем реализации прав граждан через территориальное общественное самоуправление, а также разработка предложений по совершенствованию системы территориального общественного самоуправления на местах. Для достижения поставленной цели необходимо раскрыть теоретические основы системы местного управления: понятие, сущность, исторические предпосылки зарождения и развития местного самоуправления, его законодательную базу.*

***Ключевые слова:** местное самоуправление, некоммерческие организации, территориальное общественное самоуправление, общественные организации, власть, закон, формы непосредственной демократии.*

В современной России муниципальное управление признается законом и является гарантом конституции. Жители муниципалитетов под свою ответственность решают местные вопросы. Исторически сложившие традиции поддерживаются муниципальным управлением. Проблемы привлечения жителей муниципальных образований к решению вопросов местного значения довольно часто стоят перед органами местного самоуправления. Местное самоуправление сегодня – это мощный катализатор формирования приоритетов гражданской ответственности и гражданской активности.

Для того чтобы понять всю важность и значимость местной власти, нужно представить себя «хозяином» территории, на которой мы проживаем, захотеть предпринять усилия по совершенствованию и развитию этой территории, а не уповать на то что кто-то это сделает за нас. Проблем у современной местной власти не счастье, начиная от нежелания народа идти на контакт с властью, заканчивая нехваткой средств на исполнение государственных полномочий. Поэтому местную власть именуют низовым звеном публичной власти, неразрывно связанной с народом, с местным населением. Данный тип власти зародился в демократичной России, ибо советская система отрицала существование любой собственности, кроме государственной общественной, а ведь муниципальное управление предполагаем муниципальную собственность. Именно наличие собственности позволяет муниципалитету развиваться, получать доходы и совершенствовать свой населенный пункт.

Одной из форм осуществления непосредственной демократии является территориальное общественное самоуправление (далее по тексту – ТОС).

Актуальность темы обусловлена высокой степенью важности территориального общественного самоуправления на местном уровне, так как от местного самоуправления во многом зависит успешное взаимодействие с государственной властью, становление регионов и всей страны. Используя бесценный опыт местных руководителей, некоторые из которых не один срок руководят муниципальными районами Забайкальского края, городскими и сельскими поселениями, можно полно и в должной мере определить значимость их работы.

Целью статьи является анализ становления и развития территориального общественного самоуправления в России, в том числе на примере Забайкальского края, анализ проблем реализации прав граждан через территориальное общественное самоуправление, а также разработке предложений по совершенствованию системы территориального общественного самоуправления на местах.

В настоящее время все большее внимание со стороны представителей государственной власти и муниципального самоуправления уделяется вопросам организации ТОС, как института местного самоуправления. Необходимо отметить, что еще в 2008 году была создана рабочая группа по развитию местных сообществ и ТОС при Совете по местному самоуправлению при председателе Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. 2 июня 2009 года в Государственной думе состоялись парламентские слушания по вопросам развития ТОС, которые организовал Комитет по вопросам местного самоуправления.

На данных слушаниях руководитель Департамента государственного управления, регионального развития и местного самоуправления Правительства Российской Федерации В.В. Шипов указал следующее: «Совершенно четким показателем желания развивать местное самоуправление на своей территории будь-то субъект Российской Федерации или муниципальное образование является как раз наличие или отсутствие территориального общественного самоуправления. Если его там нет, значит, никто там развивать местное самоуправление не хочет совершенно точно.»

Как известно, статьями 12, 130–133 Конституции Российской Федерации на территории нашей страны гарантируется местное самоуправление. Население соответствующей территории самостоятельно осуществляет решение вопросов местного значения и определяет формы, в которых создается и действует местное самоуправление. Одной из таких форм как раз и выступает ТОС.

Правовой статус территориального общественного самоуправления, определен согласно ст. 27 Федерального закона №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», под территориальным общественным самоуправлением понимается: «...самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории поселения для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения».

Другими словами, самоорганизация – это деятельность, это еще не организация как общественное формирование. Поэтому юридическим лицом может быть орган ТОС, но не само территориальное общественное самоуправление.

Несмотря на точное определение понятия ТОС в Федеральном законе, до настоящего времени многие активисты ТОС, муниципальные деятели, ученые спорят о сущности территориального общественного самоуправления, относя его то к институтам власти, в частности, к одной из форм организации местного самоуправления, то к общественным объединениям. На самом деле, ответ на этот вопрос однозначен и может быть дан только на основе анализа норм действующего законодательства.

Территориальное общественное самоуправление не может быть отнесено к общественным объединениям граждан, так как в этом случае на него распространялись бы нормы законодательства об общественных объединениях, и его организация и деятельность не могли бы регулироваться указанным выше Федеральным законом, законами субъектов Российской Федерации и местными нормативными актами. Не может быть признан этот институт и властным, в том числе и как одна из форм организации местного самоуправления, так как Конституцией Российской Федерации данный институт в этом качестве не назван. Наличие ТОС не является обязательным, как наличие органов власти. Также, органы ТОС не обладают властными функциями по отношению к населению.

Вместе с тем, территориальное общественное самоуправление позволяет участвовать всем заинтересованным гражданам в решении отдельных вопросов местного значения. То есть – это тот пограничный институт между общественным и властным, который в любом государстве необходим и без которого не может существовать ни одно государство.

Система ТОС в различных регионах развита неравномерно. Подобная ситуация сложилась и в Забайкальском крае. В настоящее время на территории края создано 232 ТОСов, только 6 из них наделены статусом юридического лица. Созданы ТОСы в муниципальных образованиях 16 муниципальных районов (Агинский район, Балейский район, Борзинский район, Газимуро-Заводский район, Дульдургинский район, Карымский район, Красночикойский район, Могойтуйский район, Оловянинский район, Ононский район, Сретенский район, Тунгокоченский район, Улетовский район, Читинский район, Шелопугинский район, Шилкинский район) и 2 городских округов («Город Чита» и «Поселок Агинское»).

С целью стимулирования населения к созданию ТОС органам государственной власти и местного самоуправления необходимо осуществить следующие мероприятия в рамках своей компетенции:

- внести изменения в ФЗ №131 и Гражданский кодекс Российской Федерации с целью детальной регламентации вопросов организации и деятельности ТОС;

- создать сайт по вопросам деятельности ТОС в поселениях, осуществлять просветительскую деятельность по вопросам ТОС и старост среди населения;

- разработать и внедрить учебный курс по обучению либо повышению квалификации государственных (муниципальных) служащих, осуществляющих взаимодействие с органами ТОС, а также по обучению активных граждан, выразивших заинтересованность в участии в организации и деятельности ТОС;

- продолжать практику оказания финансовой и иной поддержки органам ТОС, институту старост за счет средств всех уровней бюджетов российской бюджетной системы;

– принимать участие в мобилизации финансовых ресурсов населения, проживающего на территории ТОС путем оказания организационной и информационной помощи.

Список литературы

1. Вопросы организации и деятельности территориального общественного самоуправления. Материалы парламентских слушаний / под ред. В.С. Тимченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.komitet4.km.duma.gov.ru>
2. Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 20.04.2019).

Чиркова Елизавета Игоревна

студентка

Лягин Кирилл Айратович

соискатель, старший преподаватель

УВО «Университет управления «ГИСБИ»

г. Казань, Республика Татарстан

ПРАВОВОЕ ВОСПИТАНИЕ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ ИНДИВИДА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

***Аннотация:** в статье поднимаются проблемы в сфере правового воспитания как способа формирования правовой культуры гражданина. Особое внимание уделяется вопросу правовой безграмотности населения, а также рассмотрению возможных путей преодоления данной проблемы. Правовое воспитание и правовая культура индивида исследуются в контексте возможного вмешательства государства в данные процессы путем модернизации действующего законодательства и разработки способов и средств в целях повышения общего уровня правовой культуры населения.*

***Ключевые слова:** правосознание, правовое воспитание, правовая культура, общество, государство, личность.*

Многочисленные современные исследования, целью которых является изучение с различных сторон особенностей правосознания российских граждан, исходят преимущественно из постулата о том, что в жизни каждого индивида существуют свои интересы, моральные принципы и устои, а также определенные потребности. Данная многогранность граждан или отдельных социальных групп распространяется, в том числе, и на юридическую деятельность. Одни, к примеру, беспрекословно, с пониманием и осознанием придерживаются действующих нормативно-правовых актов, в то время как другие допускают отступление от них, будь то умышленные действия или неосторожные. Соответственно, отношение к праву и законам, а также уровень правосознания у населения существенно отличается.

Одним из основополагающих элементов правовой культуры любого гражданина является правосознание. Если индивид совершает определенные действия, не задумываясь при этом о возможных юридических

последствиях, то в этом случае мы можем говорить об отсутствии, либо о крайне невысоком уровне его правового сознания. Преодоление данной проблемы видится нам в необходимости определенных преобразований и внедрении в сознание людей научно обоснованных знаний о многообразии государственно-правовых явлений. И государство, и общество должны быть максимально заинтересованы в том, чтобы уровень правовой культуры граждан постоянно повышался и в этой связи необходимо обратить пристальное внимание на такой инструмент, как правовое воспитание.

Когда мы рассматриваем воспитание в целом, прежде всего, подразумеваем целенаправленное воздействие на сознание и культуру индивида с целью появления у него каких-либо чувств и определенного поведения. Правовое воспитание непосредственно направлено на выработку уважения к праву и привычке соблюдения законов, формирующих правосознание. Как и любой процесс, правовое воспитание имеет определенную цель, которая заключается в совершенствовании правовой культуры и правосознания граждан. Основной задачей правового воспитания является привитие индивиду осознанного стремления к правомерному поведению. В свою очередь цель правового воспитания заключается в формировании у гражданина необходимых юридических знаний, выработки уважения к законам, иным нормативным актам, а также их соблюдению, то есть в развитии высокого уровня личностной правовой культуры индивида, что значительно снизит количество совершаемых правонарушений [8, с. 8].

Правовое воспитание является частью правовой культуры, которая сочетается в себе духовную часть общества и определенные юридические начала. Необходимость правового воспитания обусловлена тем, что многие исследователи отмечают факт криминализации сознания значительной части современного российского общества, в том числе и молодежи. При этом, как правило, отмечается действие ряда факторов, таких как кризис институтов семьи и образования, выход на первый план инструментов и каналов «стихийной социализации», где ведущую роль играют телевидение и интернет. По мнению многих авторов, на сегодняшний день все чаще наблюдаются процессы интеграции виртуальной реальности в повседневную действительность, становясь своего рода стилем и образом жизни современных молодых людей [2, с. 110].

Более подробно останавливаясь на проблеме правового воспитания каждой личности, отметим, что на сегодняшний день проблема правовой безграмотности населения имеет очень серьезную актуальность и нуждается в разработке методов для ее устранения. Повышение правового просвещения граждан выступает основополагающей задачей любого государства. Важнейшая роль в претворении в жизнь данной задачи принадлежит юристам. Уделяемое на сегодняшний день внимание системе высшего юридического образования, а также вопросам развития профессионального правосознания и правового воспитания студентов юридических вузов в процессе получения образования полностью оправдано в условиях построения в России социального правового государства. Качество подготовки специалистов в области юриспруденции оказывает влияние на уровень профессионализма будущих юристов, а значит, соответственно, имеет принципиальное значение для любого государства [3, с. 30].

Как и любой общественный процесс, правовое воспитание состоит из многообразия взаимосвязанных элементов и действий, совокупность которых нацелена на получение предполагаемого результата. В субъектный состав данного процесса должны входить различные государственные органы, госслужащие, преподаватели, которые посредством специального воздействия на конкретные социальные группы должны способствовать повышению уровня правового воспитания конкретных индивидов. Как уже отмечалось выше, содержание правового воспитания предполагает приобщение людей к политическим и юридическим ценностям с помощью таких методов, как убеждение, поощрение, наказание и иных психолого-педагогических средств воздействия на сознание граждан [7, с. 210].

Реализация форм правового воспитания должна предполагать их усвоение населением. К подобным формам можно отнести самовоспитание и самообразование, например чтение юридической литературы или знакомство с текстами нормативно-правовых актов. Кроме того, можно выделить такие формы реализации правового воспитания, как формирование правосознания и правовой культуры в семье, распространение правовых знаний через средства массовой информации, преподавание юридических дисциплин в общеобразовательных учреждениях. Нельзя забывать и о профессиональной юридической подготовке в средних специальных и высших учебных заведениях, популяризации правовых знаний учеными-юристами, а также курсах повышения квалификации, подготовки и переподготовки кадров для должностных лиц органов государственной власти и управления [4, с. 108].

Некоторые ученые утверждают о необходимости формирования семейно-школьного пространства, в рамках которого целесообразно создавать условия для обучения родителей, информируя их о достижениях современной психолого-педагогической отрасли. Формы взаимного сотрудничества для осуществления правового воспитания возможны при создании «школы сознательного родительства», а также при проведении мероприятий (круглых столов, викторин, конкурсов), направленных на развитие правовой культуры в семейно-школьном пространстве. Таким образом, семейно-школьное пространство объединяет воспитательные традиции семьи и образовательную деятельность школы на основе их интеграции. Правовое воспитание молодежи должно быть неотъемлемой частью учебного процесса в образовательных учреждениях. Школы и высшие учебные заведения являются наиболее благоприятной средой для осуществления воспитательного процесса. В данном случае речь идет о введении правового воспитания в образовательный процесс. Кроме того, не лишним будет организация правового воспитания во внеучебное время, посредством проведения различных мероприятий: лекций, научных дискуссий и конференций, образовательных экскурсий и так далее.

Как отмечают некоторые исследователи, в настоящее время серьезную актуальность имеет разработка плана правового воспитания населения на государственном уровне. Данная программа должна включать в себя единую направленность обучения основам конституционного строя и основным законам Российской Федерации в общеобразовательных учреждениях, а также проведение комплекса мероприятий, направленных на профилактику преступности несовершеннолетних с проведением встреч с представителями правоохранительных органов. Кроме того, в рамках данной политики должны находить свое отражение такие принципы, как

гласность в работе государственных органов, откровенное общение с гражданами, предоставление честной и объективной информации о состоянии законности и правопорядка в государстве [1, с. 68].

Подводя определенные итоги, отметим, что правовое воспитание формирует у граждан чувства ответственности перед законом. Уважая и соблюдая законы, человек в первую очередь уважает себя. Содержание правового воспитания учит правильно поступать в тех или иных жизненных ситуациях. Важно создать те условия и установки, которые бы способствовали самостоятельной выработке понимания законодательной базы и необходимости следования праву и закону. Выбирая данный путь улучшения качества жизни, важно устранять существующие проблемы в данной сфере, опираться на потребности и уровень населения, модернизировать концепцию идеологий, а также стратегию развития юридической науки современного государства. В этой связи преодоление проблем в сфере правового воспитания в контексте формирования правосознания и правовой культуры граждан должно выступать в качестве приоритетной задачи на этапе развития современного государства.

В частности, формирование антикоррупционного поведения и правового сознания во многом зависит и от самой личности, ее социального окружения, межличностных отношений и антикоррупционной установки на собственное правомерное поведение [5, с. 75]. В случае же, если индивид «одобряет», или же не осуждает коррупционное поведение, допускает неправомерные способы обогащения путем злоупотребления служебным положением, правовое сознание такого человека становится «отчужденным» (маргинальным) от общепринятых правил и норм. Исправление такого правового сознания является процессом весьма длительным и сложным, требующим приложения многих усилий со стороны государства и общества [6, с. 48].

Список литературы

1. Карданова Д.М. Формирование правовой культуры у несовершеннолетних в контексте профилактики правонарушений / Д.М. Карданова // Управление образованием: теория и практика. – 2020. – №4 (40). – С. 65–71.
2. Милькина А.С. Правовое воспитание молодежи как фактор повышения правовой культуры в обществе / А.С. Милькина // Сфера знаний в вопросах культуры, науки и образования: сборник научных трудов. – Казань, 2018. – С. 107–112.
3. Рахматуллин Р.Р. Правовая образовательная политика Российской Федерации: современное состояние и перспективы развития / Р.Р. Рахматуллин, К.А. Ягян // Образование и право. – 2019. – №3. – С. 29–33.
4. Саакян М.В. Правовое воспитание и обучение как средство формирования правовой культуры / М.В. Саакян // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2009. – №3. – С. 107–110.
5. Степаненко Р.Ф. Причинность коррупции: методологические и общеправовые проблемы / Р.Ф. Степаненко // Ленинградский юридический журнал. – 2018. – №3 (53). С. 73–84.
6. Степаненко Р.Ф. Проблемы российского правосознания в контексте общеправовой теории маргинальности / Р.Ф. Степаненко // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – Т. 155, №4. – С. 46–54.
7. Чернова Э.Р. Роль правового воспитания в формировании правовой культуры / Э.Р. Чернова, Р.Р. Давлетбердина // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – №7 (24). – С. 209–211.
8. Чупанова А.Ч. Правовое воспитание как средство формирования правовой культуры / А.Ч. Чупанова // Вопросы российского и международного права. – 2018. – Т. 8, №11А. – С. 5–12.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Лаврентьев Максим Владимирович

канд. юрид. наук, доцент

Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина ФГБОУ ВО
«Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»
г. Саратов, Саратовская область

СОЗДАНИЕ ПЕРВЫХ ИСПРАВИТЕЛЬНО- ВОСПИТАТЕЛЬНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ ДЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПРАВОНАРУШИТЕЛЕЙ ВО ФРАНЦИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX в.

Аннотация: статья посвящена созданию первых французских исправительно-воспитательных заведений. Рассказывается о законодательстве о несовершеннолетних правонарушителях, начиная с XVII в., королевских указах об определении малолетних арестантов в тюрьмы, открытии по указу от 9 апреля 1819 г. новых типов исправительных заведений во Франции. Приводится датировка открытия исправительно-воспитательных заведений.

Ключевые слова: Франция, XVII век, XIX век, несовершеннолетние правонарушители, первые французские исправительно-воспитательные заведения, Меттрэ, исправительная колония.

Рост преступности среди несовершеннолетних во Франции в первой половине XIX в. заставил задуматься властям об организации специализированных учреждений для содержания несовершеннолетних преступников. Французские тюрьмы для этого явно не подходили из-за суровости содержания арестантов, поэтому правительство обратилось к широкой общественности с предложением организовать частные исправительно-воспитательные заведения для содержания малолетних нарушителей закона.

Попытки обуздать преступность несовершеннолетних во Франции предпринимались и ранее. «В разное время издавались отдельные указы, из которых одни узаконяли снисходительное обращение с такими преступниками, а другие, напротив, под влиянием временных причин, усиливали строгость этого обращения. Строгость эта особенно усилилась с конца XVII столетия, когда увеличивавшаяся в массе французского населения бедность... развила в огромных размерах нищенство и бродяжество, – эти самые обыкновенные преступления несовершеннолетних» [2, с. 136].

11 июля 1682 г. был издан королевский указ, по которому все нищие и бродяги, «способные к работе, хотя бы и несовершеннолетние, должны были ссылаться на галеры, – неспособные же по малолетству к галерному труду должны были помещаться в госпиталиях для приучения к труду» [2, с. 136–137].

По указу от 13 апреля 1685 г. «мальчики и девочки моложе 15 лет, уличенные в нищенстве, подвергались за это более продолжительному

тюремному заключению, чем взрослые. В Париже такими местами заключения были для мальчиков – Бисетре; а для девочек Салпетре. Главным исправительным средством в этих заведениях была плеть» [2, с. 137].

Интересно, что в такие тюрьмы отправляли несовершеннолетних, «на которых родители, опекуны или даже приходской священник указывали, как на которых родители, опекуны или даже приходской священник указывали, как на непочтительных, ленивых, развратных и вообще нравственно испорченных. Они лишались свободы, после исследования их поведения; во время заключения подвергались самой строгой дисциплине и постоянно должны были заниматься каким-либо трудом. Трудом, религиозным и нравственным воспитанием хотели их исправлять. Но, видно, исправление шло плохо, при совместной жизни самых разнохарактерных детей, ибо вскоре затем правительство постановило: испорченных детей хороших фамилий посылать, для исправления, на один из Антильских островов, Дезидераду. О судьбе этой колонии и ее молодых поселенцев ровно ничего неизвестно» [2, с. 137]. Весь XVIII в. несовершеннолетних правонарушителей отправляли вместе со взрослыми арестантами в тюрьмы и на каторгу. Такая практика была повсеместна, практически во всех странах Западной Европы.

Первые французские исправительно-воспитательные заведения для несовершеннолетних правонарушителей были открыты сразу после окончания наполеоновских войн. 9 апреля 1819 г. было учреждено Королевское тюремное общество Франции и уже в декабре 1819 г. французскому королю Людовику XVIII был представлен доклад от министра внутренних дел герцога Деказа о печальном положении французских тюрем. Одновременно циркуляром от 21 декабря 1819 г. было предложено отделять детей до 16 лет, «подлежащих отеческому исправлению, от молодых преступников...» [1, с. 81].

Одно из первых заведений, еще до издания циркуляра было открыто в Париже, аббатом Арну в 1817 г. Он устроил, с помощью парижского муниципалитета, заведение для «молодых арестантов». «Королевское тюремное общество приняло на себя заботы о судьбе этих детей и вызвало в пользу освобожденных из них учреждение другого благотворительного общества, из которого потому развилось прославившееся свою благотворную деятельностью на этом пути покровительственное общество департамента Сены» [2, с. 140 – 141].

Понимая, что в городах устройство воспитательно-исправительных заведений сталкивается с определенными трудностями, законодатели и благотворители Франции решили устроить новый вид исправительного заведения – сельскохозяйственную колонию для несовершеннолетних правонарушителей. «Первый, открывший в 1836 г. такое заведение, в форме сельской колонии, был аббат Дюпюкс, в Бордо. Муниципалитет этого города оказал аббату денежное пособие и подарил для колонии городское здание возле города. Суды Бордосского округа стали отсылать к нему детей вышеозначенной категории» [2, 145].

В том же 1836 г. «Париж устроил малую «Рокетскую» (Парижская тюрьма «Ля Рокетт», отделение при ней для малолетних – М.Л.) тюрьму для преступных и порочных малолеток. В ней уже с 1836 года часть их была подвергнута одиночному заключению, а потом оно стало распространяться все более и более, по мере выстройки одиночных келий, и в 1840 года все малолетние малой рокетской тюрьмы уже сидели в

одиночном заключении. Оно применялось здесь долго, но, в виду своего крайне вредного влияния на физическое и психическое состояние малолетних, было отменено в 1865 году с помощью императрицы Евгении» [8, с. 66]. Затем был открыт аббатом Фисье в Марселе городской ремесленный приют для «преступных и порочных малолетних».

И, наконец, в 1839 г. была основана одна из лучших, образцовых земледельческих колоний в истории французских исправительно-воспитательных заведений – «Меттрэ» [3], [4], [5], [6], [7]. Начался новый этап развития исправительно-воспитательных заведений во Франции.

Увлечение примером «Меттрэ» привело к созданию новых земледельческих колоний для исправления несовершеннолетних правонарушителей. «...вскоре устроило 2 сельских колонии в 1841 и 1842 гг. при центральных домах Фонтевро и Клерво, откуда и переведены были в колонии малолетних преступники, а в 1844 и 1845 г. – при центральных домах Лоос и Гайллон (Галлион). Одновременно с открытием правительственных колоний учреждается ряд частных; в 1841 г. – колония Осланд (близ Страсбурга; в 1843 – Сант Фло, Ретит Квалли; Сант Илан; в 1845 г. Bois-sarug; в 1847 г. – Вал де Ирве (Вандервельде), в 1848 г. – Оллинс, Петит Бург, в 1849 г. – Ситиах и множество других колоний для детей заброшенных, сирот и нищих» [1, с. 85].

Список литературы

1. Альбицкий Е. Исправительно-воспитательные заведения для несовершеннолетних преступников и детей заброшенных в связи с законодательством о принудительном воспитании / Е. Альбицкий, А. Ширген. – Саратов: Типография Губернской земства, 1893.
2. Богдановский А. Молодые преступники. Вопрос уголовного права и уголовной политики / А. Богдановский. – СПб., 1871.
3. Лаврентьев М.В. Администрация и управление колонии для несовершеннолетних правонарушителей «Меттрэ» во Франции в XIX в. / М.В. Лаврентьев // Право, экономика и управление : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Чебоксары, 9 июля 2021 г.) / редкол.: Э.В. Фомин [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2021.
4. Лаврентьев М.В. Воспитание и обучение несовершеннолетних правонарушителей во французской земледельческой колонии Меттрэ (вторая половина XIX в. – начало XX в.) / М.В. Лаврентьев, А.В. Косырев // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участ. (Чебоксары, 18 февр. 2021 г.) / редкол.: Ж.В. Мурзина [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2021.
5. Лаврентьев М.В. Дом отеческого исправления несовершеннолетних правонарушителей во французской земледельческой колонии Меттрэ (втор. пол. XIX в. – начало XX в.) / М.В. Лаврентьев, А.В. Косырев // Научное и образовательное пространство: перспективы развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 6 нояб. 2020 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2020.
6. Лаврентьев М.В., Косырев А.В. Методы воспитания трудом несовершеннолетних преступников во французской земледельческой колонии Меттрэ (вторая половина XIX в. – начало XX в.) / Педагогика, психология, общество: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 30 июня 2020 г.). – Чебоксары: ИД «Среда», 2020.
7. Лаврентьев М.В. Фредерик-Огюст Демец – основатель и первый директор французской земледельческой колонии для несовершеннолетних правонарушителей «Меттрэ» (вторая половина XIX в.) // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участ. (Чебоксары, 15 апр. 2021 г.) / редкол.: Ж.В. Мурзина [и др.] – Чебоксары: ИД «Среда», 2021.
8. Пусторослев П.П. Наказательно-исправительные заведения для малолетних и несовершеннолетних преступников / П.П. Пусторослев // Ученые записки Императорского Юрьевского университета. – 1893. – №4.

Поздняков Александр Николаевич

д-р ист. наук, доцент, преподаватель
ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-
технологический университет»
г. Орехово-Зуево, Московская область

DOI 10.31483/г-99344

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 1920-х гг. (ПО ОЦЕНКАМ СОВЕТСКОГО ФУНКЦИОНЕРА)

Аннотация: 1920-е года заняли особое место в истории российского образования. В сложных экономических, политических, идеологических условиях шло тогда формирование советской школы. В статье рассматриваются некоторые стороны осуществлявшейся в тот период государственной образовательной политики через анализ оценок, которые давались одним из руководящихся работников Наркомпроса И. И. Ходоровским. Его статьи, опубликованные в различных советских изданиях, стали интересным и важным историческим источником.

Ключевые слова: образовательная политика, финансовое обеспечение образовательной системы, кадровая политика, строительство новой школы.

Российская система образования переживала разные периоды в своей истории. Были времена масштабных преобразований, реформ, были и периоды кризисов, серьезного спада образовательной деятельности. Особое место в истории российской системы образования заняли 1920-е годы.

Без сомнения это было сложное время для нашей страны, в том числе и для сферы образования. Оно характеризовалось разрушением образовательной системы, что являлось следствием революционной ломки и гражданской войны, отказом от сложившихся, проверенных многими поколениями педагогов традиций, смелым поиском нового, нередко выливающимся в подлинные авантюры, которые осуществлялись на государственном уровне и потому серьезно подрывали систему образования. В 1920-е годы появилось и немало интересных новаций, востребованных сегодня.

Данный этап в развитии российской системы образования по-прежнему вызывает интерес у исследователей. Среди появившихся в последние годы публикаций можно назвать работы Л.В. Блонского [1], П.Н. Вьюнова [2], Д.С. Катаева [3] и др.

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы показать некоторые стороны осуществлявшейся в тот период государственной образовательной политики через анализ оценок видного советского функционера, одного из руководителей создававшейся системы образования Иосифа Исаевича Ходоровского. В 1922–1928 гг. он работал в Наркомпросе РСФСР, являясь заведующим Главного управления профессионального образования (Главпрофобр), заместителем наркома. Руководящая деятельность требовала от И. И. Ходоровского выступлений в советской печати с разъяснениями тех или иных направлений образовательной политики, задач,

выдвигавшихся перед управленцами и рядовыми педагогами. Статьи печатались в разных изданиях, в том числе в газете «Правда», журнале «Народное просвещение» и др. Для современных исследователей эти материалы являются интересным и важным источником, позволяющим более глубоко и всесторонне рассматривать осуществлявшуюся тогда образовательную политику.

Октябрьская революция 1917 г. сыграла исключительно важную роль, привела к коренным изменениям во всех сферах жизнедеятельности российского государства. Не могла не затронуть она и такую важную сферу жизни, как образование. Иосиф Исаевич Ходоровский, будучи высокопоставленным представителем советской бюрократии, естественно, не мог не отмечать положительных изменений, происходивших в стране. «Первые годы революции, – писал он, – ознаменовались необычайным развитием дела народного образования в Советской России <...> Губернии и уезды покрылись огромным количеством новых просветительных учреждений» [8, с. 3].

Однако, он не мог не указать, что советский аппарат в тот период в организационном отношении был очень слабо подготовлен. Он был неспособен «рассчитывать свою работу» в соответствии с имеющимися ресурсами, тем более «в хозяйственно разоренной стране». И. И. Ходоровский констатировал, что «некогда было заниматься тщательной... проработкой целого ряда проблем. Это была черновая работа по разрушению старого и по постройке нового» [8, с. 65].

Следствием всех этих обстоятельств стало крайне сложное финансовое и материальное положение системы образования. И.И. Ходоровский демонстрировал это, сравнивая два бюджета: дооктябрьский и бюджет Советской России. В одной из статей, опубликованных в газете «Правда», он сопоставлял уровень финансирования школ из средств земских учреждений в 1913 г. и запрашиваемую на сферу образования в 1922/23 гг. долю в 35–40% от бюджетов местных советов. Объем запрашиваемых средств подвергался яростной критике и обвинениям в том, что он не обоснованно завышен. На самом деле приведенные И.И. Ходоровским расчеты показывали, что это всего лишь 1/3 земского бюджета. «Это – жалкий голодный минимум, – восклицал он. – Как же можно опуститься ниже 1/3 того, что отпускало на дело народного образования земство!» [10, с. 1]. Вместе с тем, приведенные в статье цифры говорили и о том, что в большом количестве губерний эта доля была еще меньше.

Сфера образования, как утверждал И.И. Ходоровский, оказалась в катастрофическом положении. Вывести ее из кризиса и заложить основы для оптимального развития призван был X Всероссийский съезд советов. Он состоялся в декабре 1922 г. В постановлении съезда говорилось о том, что «вынужденное острое сокращение ассигнований» привело к значительному сокращению сети просветительных учреждений. В связи с этим вменялось в обязанность «губернским и уездным исполкомам немедленно принять все необходимые меры к тому, чтобы на дело народного образования отпускался максимально возможный процент губернского и уездного бюджета» [5, с. 5].

Вскоре после X съезда советов в газете «Правда» была опубликована статья В. И. Ленина «Странички из дневника». Из-за болезни он не смог быть на съезде, поэтому его статья стала не чем иным, как стратегическим

документом, содержащим указания по развитию государственной политики в сфере образования.

В.И. Ленин писал, что «у нас делается еще слишком мало, безмерно мало для того, чтобы передвинуть весь наш государственный бюджет в сторону удовлетворения в первую голову потребностей первоначального народного образования» [4, с. 1].

Лидер революции и государства видел ту огромную роль, которую может и должен был играть в жизни общества учитель. Он отмечал, что до сих пор делалось «очень немало» для того, чтобы сдвинуть с места старое учительство, чтобы привлечь его к новым задачам, заинтересовать новой постановкой вопросов педагогики. Однако, по его мнению, не делалось главное. «Мы, – подчеркивал В.И. Ленин, – не заботимся или далеко не достаточно заботимся о том, чтобы поставить народного учителя на ту высоту, без которой и речи быть не может ни о какой культуре...» [4, с. 1].

Таким образом, стратегию развития российской системы образования в 1920-е гг. определили, по образному выражению И.И. Ходоровского, «два величайшей важности факта» – постановление X съезда советов и публичное выступление В.И. Ленина. «...Определенный сдвиг в деле просвещения в Республике наметился, – писал И.И. Ходоровский в газете «Правда» в феврале 1923 г., – он нами ясно ощущается, и с каждой неделей дает все большие реальные результаты» [9, с. 1].

Однако декларировавшееся стремление к решению проблем образования оказалось недолговременным. И. И. Ходоровский отмечал: «Для начала все это было недурно. Но, увы! Дальше начала дело не пошло. Для нашей работы вновь настала тусклая и серая осень» [8, с. 33]. «Разумеется, – писал он, – мы кой-каких результатов добились. Но эти результаты оказались незначительными в сравнении с теми добрыми пожеланиями, какие мы встречали на каждом шагу со стороны разных учреждений и организаций» [8, с. 67].

И.И. Ходоровский отмечал, что по государственному бюджету в истекшем 1922/23 финансовом году расходы на народное образование составили менее 1/3 довоенных, а по местным бюджетам и того меньше – 25–30%. Школьному работнику выплачивалось 20–25% его дореволюционного заработка. Не лучше складывалось положение и в 1923/24 году. «Мы уже вступили в новый бюджетный год, – писал И. И. Ходоровский, – мы уже прожили целый квартал этого нового года, и что же мы видим? Государственный бюджет отпускает нам в лучшем случае столько, сколько мы имели в конце прошлого бюджетного года...» [8, с. 68].

Однако по заверениям И.И. Ходоровского, в 1924/25 финансовом году положение дел стало значительно улучшаться. В своей статье в газете «Правда» он писал, что «новые дополнительные ассигнования настолько значительны, что сразу меняют всю обстановку нашей работы в области народного образования» [6, с. 1].

Наряду с вопросами материально-финансового обеспечения системы образования большое внимание уделялось перестройке содержания образования, формированию принципиально нового программно-обеспечения. Для этого требовалась огромная работа по политико-идеологическому воспитанию учительских кадров, их методической переподготовке.

И.И. Ходоровский писал, что поначалу очень мало делалось для действительной перестройки внутренней жизни школы. Сначала была

постановка новых задач, которая по сути дела была только «бросанием новых лозунгов» в «просветительном деле». Обстановка в сфере образования характеризовалась крайней бедностью, отсутствием соответствующих учебных пособий и «совершенной необеспеченностью школьного работника». «И только теперь, – писал И.И. Ходоровский в 1923 г., – хотя материальная наша основа продолжает оставаться еще крайне шаткой, мы все больше и больше переносим центр нашей работы в сторону методического руководства жизнью и деятельностью десятков тысяч наших учреждений и тщательной и углубленной проработки целого ряда отсюда вытекающих проблем» [8, с. 56].

Характеризуя учительские кадры, И.И. Ходоровский с сожалением заявлял, что поначалу «социалистическая революция и диктатура пролетариата казались... массовому учителю книгой за семью печатями, чем-то далеким, отвлеченным, непонятным, посторонним» [8, с. 59]. И учителя «пошли за партией эсеров». В результате власть стала настороженно относиться к учительству, в том числе и к его настрою на новые программы и образовательные технологии. Однако по уверениям И.И. Ходоровского, сделанным, как он отмечал, на основании опыта по переподготовке учителей, можно было «без всяких колебаний» утверждать, что со стороны массового учителя не было никакого сознательного, «заранее осмысленного» и «из принципиальной вражды исходящего» сопротивления радикальной перестройке школы. Он утверждал, что учитель не саботировал, он просто «оказался неподготовленным» к той огромной и ответственной работе, которая сразу на него «была взвалена», он оказался «неспособным воспринять и переварить массу новых идей», обрушившихся на него. Это была «не вина учителя, а его беда и его несчастье».

В заключение можно привести слова И.И. Ходоровского, которые хорошо характеризуют его и как советского педагога, и как советского управленца, и как советского политика. «К шестой годовщине Октябрьской революции – писал он, – мы... имеем на своей стороне массового народного учителя. Это одно – уже такая победа на фронте просвещения, что если бы во всем остальном мы имели одни только неудачи и поражения, то и тогда у нас были бы все основания достаточно бодро смотреть на будущее. А ведь у нас не только поражения и неудачи. <...> Внутренняя жизнь массовой школы перестроилась сверху донизу, дети и подрастающая молодежь втянуты в водоворот советской и коммунистической общности, они наши если не целиком, то на три четверти <...> Здесь... вырабатываются будущие работники и защитники социализма, здесь советский режим обретает... идеологическую базу и ...человеческие ресурсы» [8, с. 63].

Впереди были десятилетия истории становления и развития российской школы, ее успехов и неудач, традиций, которыми можно и нужно гордиться, явлений, которые изжиты или ждут этого.

Список литературы

1. Блонский Л.В. Создание системы единой трудовой школы в СССР как важный фактор в борьбе с беспризорностью в 1920-х годах / Л.В. Блонский // Современная научная мысль. – 2020. – №1. – С. 48–51.
2. Вьюнов П.Н. Педагогическая наука в первые годы существования СССР / П. Н. Вьюнов // Инновации в науке и практике. – Уфа, 2020. – С. 35–39.

3. Катаев Д.С. Профессиональное образование в первые годы советской власти: из истории Усть-Сыльвенско-Лёвшинской профшколы / Д.С. Катаев // История медицины и образования города Перми – три века служения людям. – Пермь, 2019. – С. 392–396.
4. Ленин Н. Странички из дневника / Н. Ленин // Правда. – 1923. – 4 января. – №2. – 1 с.
5. Постановления Десятого Всероссийского съезда советов. – М., 1923. – 21 с.
6. Ходоровский И. Важные мероприятия сов. правительства по народному образованию / И. Ходоровский // Правда. – 1925. – 13 января. – №10. – С. 1.
7. Ходоровский И. Всероссийский Съезд Советов и народное образование / И. Ходоровский // Правда. – 1922. – 23 ноября. – №265. – С. 1.
8. Ходоровский И. На фронте просвещения. Статьи и речи / И. Ходоровский. – М.-Л., 1926. – 176 с.
9. Ходоровский И. Частичное наступление на фронте просвещения / И. Ходоровский // Правда. – 1923. – 27 февраля. – №44. – С. 1.
10. Ходоровский И. Что делать после Съезда Советов / И. Ходоровский // Правда. – 1923. – 5 января. – №3. – С. 1.

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Бородина Викторина Николаевна

канд. психол. наук, доцент, заведующая кафедрой
ЧОУ ВО «Балтийский гуманитарный институт»
г. Санкт-Петербург

МОББИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Аннотация: в статье рассматривается моббинг как проблема психологического насилия на рабочем месте. Показано, что негативные последствия данного явления весьма многообразны и затрагивают различные сферы личности, оказывают влияние на психическое и соматическое здоровье человека. Особое внимание уделяется причинам и видам данного феномена.

Ключевые слова: моббинг, психологическое насилие, личность.

Моббинг в современной организации является широко распространенным явлением. Во всем мире человечество ежедневно сталкивается с психологическим давлением и притеснением на работе со стороны коллег и (или) руководства, что отражается на психическом и физическом здоровье сотрудника, а также на эффективности работы всей организации в условиях существования на рынке огромной конкуренции.

Проблема моббинга как проблема психологического насилия на рабочем месте была впервые рассмотрена шведским исследователем психологии труда Хайнцом Лейменном в начале 80-х гг. XX в. при изучении особенностей поведения и взаимоотношений в коллективе, хотя следует отметить, что данное понятие ввел в научный оборот К. Лоренц в 1963 году, изучая феномен нападения группы мелких животных на более крупного врага [8].

В отечественной науке комплексное изучение моббинга только начинается. В советском обществе о данной проблеме не было заявлено. Возможно потому, что в противовес руководящему звену существовали партийные, комсомольские организации и профсоюзы, где работник мог получить защиту. Поэтому работы, посвященные моббингу, появляются в России только в конце XX века, поскольку в условиях рыночной экономики и нестабильности данная проблема особенно актуальна. Травля в организациях становится более жесткой особенно в ситуациях распределения доходов, сокращения штатов и, как следствие, безработицы, что означает потерю сотрудником привычного качества жизни. В этой связи за последние годы появилось много публикаций о моббинге в организациях. Проблема является предметом анализа ученых различных научных направлений: социологов, психологов, педагогов, юристов, экономистов, врачей (Н. Агазаде, Е.В. Батаева, С.А. Дружилов, А.В. Скавитин, О.В. Щербакова, и др.) [1–5].

С английского языка существительное mobbing переводится как «травля», «притеснение», «совместное нападение», «преследование», глагол to mob – «толпиться», «нападать толпой», «окружать». Под моббингом мы понимаем целенаправленное психологическое давление, издевательство, создание невыносимой обстановки, негативные действия одного или несколько человек, направленные против другого сотрудника в организации, как правило, с целью его последующего увольнения.

Проявления моббинга различны и связаны с такими изоциренными действиями как насмешки, окрики, намеренное искажение информации, несправедливость, распространение слухов, направленных на дискредитацию работника, постановка невыполнимых задач, необоснованная критика, социальная изоляция.

Моббинг существенно травмирует работника-жертву. Негативные последствия данного явления весьма многообразны и затрагивают различные сферы личности от нарушения памяти, снижения концентрации внимания, самооценки, мотивации вплоть до нежелания ходить на работу. Кроме того, постоянный психологический прессинг может привести к появлению у работника тревоги, стыда, сомнений, недоверия, раздражительности, панических атак, головных болей, депрессивных тенденций, нарушение сна, соматических заболеваний, значительных изменений в весе (набор или потеря). Моббинг может спровоцировать чрезмерное употребление алкоголя, лекарств, стать причиной суицида или насильственных действий в отношении обидчиков. Так, например, в Швеции суициды по причине моббинга составляют 10 – 15% от общего количества самоубийств [7]. Исследователи отмечают, что даже при смене работы и по истечении достаточного времени после пережитого у жертвы наблюдались навязчивые, травмирующие воспоминания о событии [5].

О моббинге можно говорить в том случае, если негативные действия в отношении жертвы (притесняемой стороны) происходят, по меньшей мере, не реже одного раза в неделю (регулярность) на протяжении шести месяцев и дольше (длительность). Кроме того, ситуация субъективно переживается объектом травли как безвыходная [6]. Таким образом, единичный конфликт в организации еще не является моббингом.

Выделяют следующие виды моббинга:

1. Горизонтальный – между сотрудниками. Данный вид моббинга встречается наиболее часто и применяется в основном по отношению к новым сотрудникам. Причинами могут стать зависть к молодому компетентному специалисту, соперничество, конкуренция или личная неприязнь. Жертвой моббинга может стать и опытный сотрудник, у которого удачно складывается карьерный рост, повысили оклад, дали премию и т. д. В качестве причин данного явления в организации можно выделить не только личностные факторы (низкая самооценка, низкий уровень коммуникативных способностей, застенчивость, дефицит социальных навыков, неспособность конструктивно разрешать конфликты, перфекционизм, низкая работоспособность, а также высокий уровень креативности, стремление к высоким результатам в работе, что вызывает раздражение коллег и т. д.), но и производственные факторы такие как плохо организованный трудовой процесс, размытость границ ответственности, должностных обязанностей, полномочий, недостаток сотрудников (и как следствие чрезмерные физические и психические нагрузки, способствующие

возникновению ролевых конфликтов), напряженная атмосфера в коллективе, отсутствие карьерного роста и т. д.

2. Вертикальный – между начальником и подчиненным. Боссинг (bossing – от англ. boss – хозяин, шеф) – моббинг-действия руководителя, направленные на подчиненного. Данный вид моббинга встречается достаточно часто и возникает, если руководитель хочет «воспитать» «отстающего» сотрудника или уволить его по тем или иным причинам, а для законного пути нет достаточных оснований. Он ставит невыполнимые задачи, которые нужно выполнить качественно и быстро. Затем обвиняет работника в некомпетентности. У таких руководителей отмечается готовность применять психологическое насилие, импульсивность, грубость по отношению к жертве. Мотивами моббинга может быть и удовлетворение потребности во власти, поддержание своего социального статуса, престижа вследствие неуверенности в себе, необходимости самоутверждаться за счет подчиненных и казаться на фоне «жертвы» более компетентным, успешным, талантливым. Следуют отметить, что руководители-мобберы достаточно хорошо распознают психические и эмоциональные состояния сотрудников и успешно ими манипулируют.

3. Другой вид вертикального моббинга – стаффинг (staffing – от англ. staff – персонал) встречается очень редко и представляет собой моббинг-действия сотрудников, направленных на руководителя, назначенного работодателем на должность, имеющего недостаточный опыт работы, обладающего профессиональной некомпетентностью или, наоборот, высоким профессионализмом, но с неадаптированными социальными навыками. Кроме этого, стаффинг может возникнуть, если сотрудники испытывают к руководителю личную неприязнь и считают его несправедливым или авторитарным, не допускающим возражений и отрицающим любое проявление инициативы со стороны подчиненных. Необходимо отметить, что данный вид моббинга возникает редко, и победителем в этой борьбе оказывается руководитель.

4. «Сэндвич-моббинг» – жесткий прессинг, идущий со всех сторон и от коллег (подчиненных) и от руководителя. В такой ситуации могут оказаться руководители среднего звена.

5. Институциональный. При данном виде моббинга преследование сотрудника осуществляется с использованием таких инструментов как аттестации персонала, квалификационных экзаменов и т. д.

От моббинга страдает не только отдельный сотрудник, но и структурное подразделение и организация в целом, так как из-за конфликтных ситуаций падает производительность труда, поскольку сотрудники вместо решения производственных задач тратят свое время и силы на осуществление психологического террора. Таким образом, моббинг приводит к негативным последствиям не только в экономическом плане, но и оказывает влияние на психическое и соматическое здоровье сотрудников, и данная проблема должна решаться всеми сотрудниками организации, включая руководство.

Список литературы

1. Агазде Н. Психологическое притеснение (харассмент) на рабочем месте и проблемы психического здоровья, сопровождающиеся суицидальными тенденциями / Н. Агазде // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. – 2013. – №3 (20) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://medpsy.ru>

2. Батаева Е.В. Моббинг на рабочем месте (междисциплинарные аспекты изучения) / Е.В. Батаева // Социологический журнал. – 2016. – Том 22. – №3. – С. 49 – 66.
3. Дружилов С.А. Психологический террор (моббинг) на кафедре вуза как форма профессиональных деструкций / С.А. Дружилов // Психологические исследования: электрон. науч. журн. – 2011. – №3 (17) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psystudy.ru>
4. Корыстина Е.С. Моббинг в успешности персонала: механизм и методика предотвращения / Е.С. Корыстина // Муниципальная служба. – 2013. – №4. – С. 84–91.
5. Скавитин А.В. Моббинг персонала: опыт зарубежных исследователей / А.В. Скавитин // Управление персоналом. – 2004. – №8/9. – С. 16–18.
6. Kasper H., Heinzlmann-Arnold I. Schülermobbing (Tun wir was dagegen! Smob-Fragebogen mit Anleitung und Auswertungshilfe. Klasse 5–13. Lichtenau:AOL-Verlag, 2010. – 48 S.
7. Leymann H. Mobbing and Psychological Terror at Workplaces // Violence and Victims. 1990. N. 5 (2). P. 119 – 126.
8. Lorenz K. Das sogenannte Bose. Zur Naturgeschichte der Agression. – Wien: Borotha-Schoeler, 1963. – 391 s.

Сметанкина Людмила Васильевна

д-р филос. наук, профессор
ФГКВОО ВО «Военная академия связи
им. Маршала Советского Союза С.М. Буденного»
г. Санкт-Петербург

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПРАВОВОЙ ПОДГОТОВКИ КУРСАНТОВ ВУЗОВ

***Аннотация:** в статье кратко рассмотрена проблема правовой подготовки курсантов военных вузов, а также обозначены условия, которые позволяют повысить ее уровень.*

***Ключевые слова:** правовая подготовка, правовая культура, правовые дисциплины, обучение.*

Тенденции развития современного российского общества предъявляют высокие требования к профессиональному уровню правовой подготовки выпускников высших учебных заведений, особо значим он в отношении выпускников военных вузов – защитников Отечества, «тех, кто служить ему будет на поле боя или в зоне бедствия, кто будет бороться с преступностью и терроризмом» [1].

Решать задачу повышения уровня правовой культуры офицерских кадров призваны юридические дисциплины входящие в образовательные программы военных вузов. Эти дисциплины способствуют формированию и развитию правовой компетентности, правового мышления, этических установок курсантов – будущих офицеров, а в дальнейшем, в условиях повседневной практики применения правовых норм в военно-служебной деятельности – навыков и привычек правомерного поведения.

Условием решения вопросов, связанных с методологией и методикой преподавания правовых дисциплин в военных вузах, стало определение содержания юридических знаний, умений и навыков, которыми должен овладеть курсант. Учитывая, что речь идет о подготовке специалистов неюридического профиля, объем, форма и содержание правовой подготовки

определяются в соответствии с принципом минимальной достаточности. Это значит, что образовательные программы, учебные планы включают юридические дисциплины, теоретико-практическое содержание которых необходимо современному офицеру, а их объем устанавливается исходя из анализа военно-профессиональной деятельности и основных военно-служебных обязанностей, признается достаточным, чтобы защитить общество от дипломированной некомпетентности, непрофессионализма и необразованности выпускника.

Формирование правовой культуры – самосознания и ответственности в реализации права будущего офицера предполагает работу по выработке общей и профессиональной культуры, что позволит ему творчески ориентироваться на общечеловеческие ценности и нормы в неоднозначных правовых ситуациях, демонстрировать интуитивное правовое поведение. Методика преподавания юридических наук, изучающих различные направления права, должна показывать их значимость и тесную связь с юридической практикой.

Важную роль в совершенствовании преподавания правовых дисциплин играет развитие познавательных и профессиональных интересов курсантов, являющиеся одной из значимых функций процесса обучения, в которой можно выделить:

- педагогические условия, определяющие достижение эффективности результата развития познавательно-профессиональных интересов в процессе правовой подготовки обучающихся;
- сочетание традиционных и инновационных технологий в правовой подготовке с целью повышения ее качества.

Безусловно, необходимо учитывать условия, при которых учебная деятельность вызывает у курсантов интерес, производная которого – приобретенные знания, умения и навыки. Успех будет гарантирован, если:

- обучающимся понятен смысл и практические следствия (профессия, перспектива карьерного роста и др.) высшего образования и военного, в частности;
- цели обучения становятся лично значимыми для обучающихся;
- деятельность (процесс обучения) организована так, что привлекает не только ее результат, но и сам процесс;
- преподаватель владеет необходимыми навыками и умениями для организации учебной деятельности, умеет оптимально сочетать содержание, методы, формы и средства (например, учитывает, что цифровые технологии могут отодвинуть его на задний план) воздействия на обучающихся и корректировать процесс, в частности, правового влияния с учетом достигнутых результатов;
- наличествуют автоматизированные системы обучения, обеспечивающие методическо-учебно-организационную поддержку процесса обучения;
- актуализировано и активизировано использование курсантами различных автоматизированных информационно-справочных правовых систем для непосредственного знакомства с законами и соответствующими подзаконными актами по темам занятий в процессе изучения правовых дисциплин и дисциплин гуманитарного цикла;
- правосознательное воздействие осуществляется во всей служебно-образовательной деятельности курсантов, на всех уровнях: вуза (планирование, организация и реализация правового воспитания всеми

субъектами воспитания); факультета (правовая пропаганда, работа по профилактике нарушений воинской дисциплины и правопорядка и др.); кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин (преподавание правовых дисциплин); курса (реализация курсантами прав и обязанностей в ходе служебно-учебной деятельности и внеслужбно-учебной).

В ходе правовой подготовки курсантов познавательный интерес должен быть направлен на изучение юридических дисциплин, а профессиональный – на освоение правовых знаний для дальнейшего их применения в военно-профессиональной деятельности.

В настоящее время правовая подготовка в высших учебных заведениях Министерства обороны Российской Федерации осуществляется на основе требований министра обороны Российской Федерации, которые закреплены в приказах от 3 декабря 2015 г. №717 «Об утверждении Наставления по правовой работе в Вооруженных Силах Российской Федерации» и от 5 мая 2021 г. №250 «О правовом обучении в Вооруженных Силах Российской Федерации».

Для организации правовой подготовки курсантов ввузов устанавливаются формы обучения: обязательная – изучение правовых дисциплин «Правоведение», «Правовое регулирование военного управления» и др.; факультативная – в рамках единых дней правовых знаний и других мероприятий правового характера (например, месячники сплочения воинских коллективов и предупреждения нарушения уставных правил между военнослужащими, плановые правовые информирования).

Стоит отметить, что объем правовых дисциплин превосходит отведенное на его освоение время (для примера, по ФГОС ВО (3++) на «Правоведение», тематическое содержание которого расширено, отведено всего 108 часов, в том числе, аудиторных – 72 часа, ранее, ФГОС ВО (3+) – 180/108, соответственно), при том, что роль правовых знаний в управленческой деятельности офицера, его «ответственность сейчас многократно возрастает...» [1]. Так, командир (начальник), согласно действующему законодательству обязан «строго соблюдать порядок прохождения военной службы подчиненными военнослужащими» [2], права последних, но иногда должностные лица в силу незнания, либо умысла нарушают правовые нормы, ущемляя права подчиненных.

Для повышения качества правовой подготовки курсантов ввузов, на наш взгляд, следует:

- оптимизировать правовую подготовку путем адекватного отражения целей в содержании правовой подготовки, наиболее эффективных организационных форм изучения правовых дисциплин, учета межпредметных связей и использования их возможностей в подготовке курсантов;

- в рамках системно-деятельностного подхода, с учетом содержания правовых дисциплин, выстраиваемого на основе выделенных компетенций, учебный материал группировать вокруг проблем, которые курсант должен уметь решать, насыщая заданиями из жизни (реальные ситуации и проблемы), что ориентирует на будущую практическую деятельность;

- решить проблему разработки интернет-среды (закрытость среды в вузе обусловлена информационной безопасностью), которая позволит обучающимся использовать для подготовки к занятиям по правовым дисциплинам автоматизированными информационно-справочными системами в области права («Эталонный банк правовых актов», «Гарант»),

«Кодекс», «КонсультантПлюс»), составляемые преподавателями сборники нормативно-правовых актов в помощь обучающимся уже в процессе издания требуют корректировок ввиду изменений, дополнений текущего законодательства в соответствии с требованиями времени;

– формировать потребность курсантов действовать в соответствии с требованиями военного законодательства, стремление к правовому самосовершенствованию, прививать навыки самостоятельного обновления правовых знаний.

Список литературы

1. Владимир Путин говорил с выпускниками военных вузов о роли командира и новейшем оружии [Режим доступа]. – Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2021-06-28/408895-vladimir_putin_govoril_s_vypusknikami_voennyh_vuzov_o_rol_i_noveyshem_oruzhii

2. Указ Президента Российской Федерации от 10.11.2007 г. №1495 «Об утверждении общевоинских уставов Вооруженных Сил Российской Федерации» [Режим доступа]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Грязнов Сергей Александрович

канд. пед. наук, доцент, декан
ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»
г. Самара, Самарская область

ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕНАСЕЛЕНИЯ

***Аннотация:** поскольку численность населения планеты продолжает расти, серьезную обеспокоенность вызывает влияние перенаселения на ограниченные и возобновляемые ресурсы – ухудшение состояния окружающей среды достигло неприемлемого уровня. В статье кратко представлены тенденции роста численности населения, освещается влияние перенаселения на природную среду, а также предлагаются варианты решения проблемы перенаселения, которые помогут смягчить негативное воздействие человека на экологию.*

***Ключевые слова:** перенаселение, прогнозы численности, природная среда, изменение климата, экология, ресурсы, глобальная проблема.*

В 1800 году мировое население достигло 1 миллиарда – на это потребовалось более 2 миллионов лет. За 130 лет, к 1930 году, население выросло в два раза – до 2 миллиардов. Через 44 года, в 1974 году, насчитывалось 4 миллиарда человек. Сегодня на Земле живет приблизительно 7,9 миллиарда людей. К 2050 году по прогнозам экспертов ожидается, что на планете будет около 9,7 млрд человек [1].

Перенаселение – это результат слишком большого числа рождений и слишком малого числа смертей. Однако вопрос о том, как и почему это происходит, более сложен. Существует множество взаимосвязанных факторов, которые приводят к перенаселению, но есть два основных, которые играют решающую роль в масштабах и быстрых темпах роста мирового населения.

Во-первых, достижения в медицине привели к снижению смертности от многих болезней, особенно тех, которые когда-то уносили большое количество жизней за короткие периоды (оспа и полиомиелит). В результате роста медицины умирает меньше людей, продолжительность жизни увеличивается, а это означает, что по мере рождения новых поколений предыдущие поколения все еще присутствуют и общая численность населения увеличивается быстрее.

Во-вторых, достижения в области технологий, особенно это касается сельского хозяйства, привели к способности прокормить такое количество людей, которое прокормить считалось невозможным еще в 1960-х годах. Так, в 1968 году американский биолог Пол Эрлих пророчил наступление мирового голода в своей книге «Демографическая бомба». Его теория заключалась в том, что рост населения превысит нашу способность прокормить его. Однако «зеленая революция» подняла производство

продуктов питания до невиданного ранее уровня, и население планеты продолжило расти.

Перенаселение и чрезмерное потребление тесно связаны с негативными экологическими последствиями. В настоящее время нет ни одной части планеты, на которую деятельность человека не повлияла каким-либо негативным образом. Увеличение численности населения и повышение спроса на природные ресурсы привели к серьезным последствиям, в том числе:

- масштабное обезлесение;
- утрата биоразнообразия и массовое исчезновение видов;
- загрязнение земли, воды и воздуха;
- деградация почв и опустынивание;
- истощение ограниченных ресурсов;
- использование возобновляемых ресурсов неустойчивыми темпами;
- выбросы парниковых газов и изменение климата;
- закисление океана.

Решение проблем перенаселения не имеет простого (или, по крайней мере, простого и этичного) ответа. Некоторые рассматривают перенаселение как проблему, которая постепенно решается сама собой в связи с демографическим переходом (естественной сменой поколений), когда население, как правило, имеет меньшее количество детей по мере улучшения их экономических и образовательных условий, а также достижений в области образования и расширения экономических прав и возможностей женщин, которые позволяют им выбирать, сколько они хотят иметь детей или не хотят вообще их иметь [2].

Другие считают, что решение проблемы перенаселения заключается в более активных политических мерах, таких как экономические стимулы, для регулирования количества детей в семье. Подобные меры, как правило, приводят к возникновению трудностей социального и этического характера.

В рамках данной статьи можно предложить несколько способов решения проблемы перенаселения – это то, что мы можем сделать сегодня, чтобы поддержать нашу планету, которая, свою очередь, пытается поддерживать наше постоянно растущее число.

Во-первых, поддержка образования для женщин. Существует прямая и значимая связь между улучшением образования женщин и девочек и более низким уровнем воспроизводства. Поддержка образования женщин по крайней мере до уровня средней школы оказывает решающее влияние на снижение рождаемости, а также увеличивает интервалы между рождением детей, что улучшает их здоровье и качество жизни. Это имеет и косвенный эффект, когда дети более образованных матерей с большей вероятностью в дальнейшем получают образование сами.

Во-вторых, поддержка инициатив, обеспечивающих доступ к планированию семьи. Основанное на фактах и беспристрастное обучение детей и подростков вопросам репродукции и сексуального здоровья имеет важное значение для сокращения количества непреднамеренных беременностей, которые происходят каждый год. Примерно каждая 4-я беременность является незапланированной [3]. Простой, доступный и надежный доступ к противозачаточным средствам и осознанному контролю над рождаемостью является одним из наиболее эффективных решений проблемы перенаселения.

В-третьих, поддержка ответственного и инновационного сельского хозяйства. На сельское хозяйство приходится 80% глобального обезлесения, утраты биоразнообразия, загрязнения почвы и воды. От неэффективно управляемых небольших ферм, чрезмерного выпаса и вырубки леса до масштабных коммерческих производств, которые используют местные источники воды и вторгаются в естественную среду обитания, – воздействие сельского хозяйства на окружающую среду огромно. Ответственные методы ведения сельского хозяйства, образование и давление со стороны потребителей могут иметь большое значение для улучшения этого положения. Однако, если мы хотим продолжать производить достаточно продуктов питания для быстро растущего населения, нам нужно переосмыслить производство продуктов питания.

Выходом может стать вертикальное земледелие в городских районах, с контролируемыми условиями выращивания продукции в закрытых помещениях. Их уменьшенный физический след означает, что можно производить больше продуктов питания, используя меньше земли, что сводит на нет такие угрозы, как потеря среды обитания и вырубка лесов при традиционном сельском хозяйстве.

В-четвертых, выбор возобновляемых источников энергии. Одним из основных источников деградации и загрязнения окружающей среды является производство энергии из ископаемого топлива. Решения по предотвращению перенаселения будут неполными, если они не включают в себя изменения в производстве энергии. Уголь и нефть – ограниченные ресурсы и их чрезмерная эксплуатация не является устойчивой. Выбор покупать и поддерживать возобновляемые источники энергии, такие как солнечная и ветровая энергия, снижает негативные последствия нашего энергопотребления. Это также поддержит переход от ископаемого топлива в более широких масштабах, когда правительства и промышленность будут видеть, что потребители заинтересованы в альтернативных источниках.

В-пятых, активное участие в сокращении отходов. Любые меры, которые вы принимаете для предотвращения попадания отходов на свалки, имеют значение. К примеру:

- выбор биоразлагаемых материалов;
- отказ от пластика там, где это возможно;
- утилизация пластика, от которого нельзя отказаться;
- обмен вещами, которые вам не нужны;
- выбор брендов, которые поддерживают устойчивость.

Перенаселение и вытекающее из него чрезмерное потребление сегодня вызывают серьезную озабоченность – они напрямую связаны с изменением климата и глобальным потеплением.

Решения, связанные с перенаселением, сложны и многогранны. На индивидуальном уровне каждый из нас может многое сделать для смягчения воздействия на окружающую среду. Выбор, который мы делаем каждый день, инициативы и отрасли, которые мы поддерживаем, влияют на то, как мы потребляем ресурсы, и как потребление этих ресурсов влияет на нашу планету.

Список литературы

1. ООН Демографические изменения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/un75/shifting-demographics> (дата обращения: 29.07.2021)

2. Вишневский А.Г. Демографический переход и проблема демографического саморегулирования. Ответ А.Б. Синельникову / А.Г. Вишневский // Социологический журнал. – 2019. – Т. 25, №4. – С. 93–104.

3. ВОЗ Высокие показатели нежелательной беременности связаны с дефицитом услуг планирования семьи: новое исследование ВОЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.who.int/ru/news/item/25-10-2019-high-rates-of-unintended-pregnancies-linked-to-gaps-in-family-planning-services-new-who-study> (дата обращения: 29.07.2021).

Звонова Елена Владимировна

канд. пед. наук, доцент

Ждиханова Камилла Ильдаровна

студентка

ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет»

г. Москва

DOI 10.31483/г-99309

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

***Аннотация:** проблематика статьи определена современным состоянием эффективности социальной рекламы. Используемые методы исследования, интервью и тестирование, позволили в ходе качественного анализа полученных данных зафиксировать низкий уровень узнаваемости и запоминаемости социальной рекламы, посвященной жестокому обращению с животными. Полученные результаты подтверждают выдвинутое авторами предположение о том, что недостаточное внимание к психологическим характеристикам процесса восприятия существенно снижают эффективность рекламной коммуникации.*

***Ключевые слова:** восприятие, социальная реклама, целевая аудитория, жестокое обращение, эффективность, студенчество.*

Реклама – явление социальной жизни, привлекающее внимание специалистов и социальных психологов на протяжении долгого времени. Современное состояние развития психологии рекламной деятельности позволяет констатировать печальный факт – практика маркетинга, создания и продвижения рекламы и фундаментальные исследования психологии идут разными дорогами, не имея представления и потребности в совместной работе. Это особенно заметно при анализе моделей рекламного воздействия от древней AIDA (Attention-Interest-Desire-Action) до более современных, как например, спиральная модель японской рекламной корпорации «Dentsu» AISAS® (Attention-Interest-Search-Action-Share) или Модель VIPS (Visibility-Identity-Promise-Simple-mindedness). Практически все модели не уделяют достаточного внимания специфике когнитивного процесса, *восприятия*, который организует обработку получаемой информации и позволяет создать рекламный образ. Образовавшийся в сознании субъекта образ является источником активности, оценки полученное рекламного сообщения, выбора стратегии поведения, реализация предпочтений и др.

С точки зрения семиотики реклама представляет собой особый, синкретический медиа-текст, структура которого и использованные коммуникативные средства управляют двумя каналами восприятия – одного, идущего от смыслонесущего элемента, второго, встречного, «подключающего» весь арсенал личного мира респондента. Элементы, сюжеты, герои рекламных текстов выступают как важные компоненты, генерирующие процесс смыслообразования респондента.

Таким образом, на теоретическом уровне бесспорно мнение о том, что восприятие есть когнитивный процесс, выступающий основным, системообразующим элементом. Характеристики образования смысла во многом зависят от личностных и социально-психологических характеристик респондентов, потенциальных потребителей, которые принято называть целевой аудиторией рекламного обращения [2].

Видится целесообразным рассматривать целевую аудиторию как социальную группу, в которой проявляется или нет, в большей или меньшей степени особый социально-психологический феномен – групповая креативность. Социально-психологический подход в определении целевой аудитории акцент ставит не только на фиксации похожих, схожих характеристик, но и возможные «кластеры», вариативные проявления характеристик, априори заданную гетерогенность. Большая социальная группа, коей по сути является целевая аудитория рекламы, по сути своей всегда гетерогенна [6].

На уровне анализа многочисленных эмпирических исследований, проведенных в рамках академических [1; 3] и в рамках ориентированных на практику исследований [5] можно отметить недостатки определения целевой группы, что приводит к низкой эффективности рекламного текста.

Однако, основная ошибка создателей рекламного текста состоит в том, что воздействие рекламы рассматривается как двухкомпонентный процесс (рекламный текст – респондент), однако, процесс является трехкомпонентным, включая социальный контекст, в рамках которого происходит данное взаимодействие. Это особенно проявляется в периоды серьезных социальных потрясений и кризисов.

В настоящий момент во всем мире одной из основных, актуальных тем является вопросы морали и этики, затрагивающие все социальные области – экономику, политику, образование и другие [4]. А наиболее креативной группой выступает молодежь, особенно студенческая молодежь, образ мыслей и видение будущего которых определяют вектор развития каждого социума.

В проведенном исследовании мы исследовали восприятие социальной рекламы, которая осуждает использование образов животных, действий по отношению к ним как уничижение, пренебрежение, жестокое обращение и использование образа животных в развлекательных целях. К сожалению, вопрос сознательного отношения к братьям нашим меньшим остается одним из самых болезненных для нашего общества, неким детектором уровня и качества декларируемых и реальных ценностей. Целью данного исследования являлось выявление наличия содержательного соответствия личностных характеристик респондентов и смыслового наполнения рекламного образа.

В эмпирическом исследовании приняли участие 100 человек, студенты 1 и 2 курсов разных специальностей, женщины (75%), мужчины 25% от общего количества участников.

Методами исследования выступило интервью и тестирование (16-факторный личностный опросник Кеттелла (тест 16 PF, форма С).

Всем участникам исследования были представлены медиа-тексты социальной рекламы, тематика которых определяется защитниками животных следующими темами: «Любая работа лучше, чем быть развлечением для туристов»; «Животные – не клоуны»; «Шоу не должно продолжаться». После знакомства с данным материалом участники прошли тестирование и ответили на вопросы интервью. Качественный анализ ответов позволил увидеть некоторые закономерности.

При вопросе о том, понимают ли участники проблему, которая поднимается в данной социальной рекламе, 81,3% ответили «Да», остальные 18,8% – «Скорее да, чем нет». Люди, ответившие «Да», при прохождении 16 факторного опросника, по шкале «Интеллект» имеют наиболее высокие баллы, чем те 18,8%, которые не понимают проблематики данной социальной рекламы.

Однако вопрос «Откладывается ли у Вас в памяти реклама, которую Вы видите?» показал, что представленные тексты социальной рекламы плохо запоминаются. Лишь 25% респондентов ответили «Да», большинство (68,8%) ответили, что напомним только некоторые сюжеты рекламы, остальные (6,2%) не заполнили ничего.

Большое количество вопросов было направлено на шкалу «Подчиненность – Доминантность». Вопросы были заданы подобного характера: изменилось ли отношение к данной проблеме, повлияла ли социальная реклама на ценности и мировоззрение, оказала ли влияние на убеждения. Высокие баллы говорят о доминантной личности. Такие люди (55–62%) самостоятельно мыслят, не опираются на суждения других людей. Анализ ответов показал, что просмотренная социальная реклама не оказала на них влияния или незначительно повлияла на ценности и мировоззрение. Тем, кто ответил, что реклама оказала значительное влияние (38–45%), показали довольно высокий уровень конформности.

Для людей с высокими баллами по шкале «чувствительность» реклама вызвала отрицательные эмоции и была оценена как раздражающая, у испытуемых с высокими баллами по шкале «жестокость» реклама не вызвала никаких эмоций.

Полученные результаты позволяют сделать заключение, что существует содержательная взаимосвязь между результатами опроса и личностными характеристиками участников. Вместе с тем, мы можем констатировать низкий уровень воздействия социальной рекламы, посвященной вопросам защиты животных, на уровне восприятия. Представленные тексты не запоминались участникам исследования, а также были выявлены противоречивые оценки содержания рекламных текстов, связанные с разным уровнем интеллектуального развития респондентов.

Видится необходимым продолжить исследование специфики восприятия социальной рекламы и включиться в исследования, посвященные повышению эффективности рекламных текстов.

Список литературы

1. Анисимова Т.В. Социальная реклама: риторический анализ плакатов социальной тематики [Текст] / Т.В. Анисимова, С.А. Чубай. – М., 2020. – 278 с.
2. Гимадинова В.А. Влияние социальной рекламы экологического характера на молодое поколение [Текст] / В.А. Гимадинова, А.М. Кузьмина // Век информации. – 2018. – №2–1. – С. 144–146.

3. Дедкова И.В. Социальная реклама. Тенденции развития социальной рекламы [Текст] / И.В. Дедкова // Известия Института систем управления СГЭУ. – 2021. – №1 (23). – С. 42–45.

4. Платонова А.В. Проблематика социальной рекламы в России (на примере сравнительного анализа социальной рекламы России и Южной Кореи) [Текст] / А.В. Платонова, К.Е. Титова // Векторы развития информационных технологий: перспективы и направления: сборник тезисов научных статей I региональной научно-практической конференции. – 2017. – С. 47–50.

5. Щербакова Е.В. К вопросу об эффективности нарративной рекламы в научно-популярных изданиях [Текст] / Е.В. Щербакова, Д.М. Белугина, Е.В. Звонова // Вестник университета. – 2020. – №8. – С. 200–206.

6. Abric, J-C. (2001) A Structural Approach to Social Representations // Representations of the Social: Bridging Theoretical Traditions / J-C. Abric / Eds. by K. Deaux, G. Philogène. Oxford: Blackwell Publishers. P. 42–47.

7. Stolyarova L.G., Kunina M.G. Social advertising and its influence on youth / L.G. Stolyarova, M.G. Kunina // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2020. – №1. – С. 366–368.

Нарынская Анна Антоновна

студентка

ФГБОУ ВО «Сахалинский государственный университет»

г. Южно-Сахалинск, Сахалинская область

DOI 10.31483/г-99342

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НЕТРАДИЦИОННЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

***Аннотация:** статья освещает проблему деятельности нетрадиционных религиозных организаций. В современном мире существует огромное количество информации, которую не всегда возможно объективно оценить, из-за чего довольно быстро стали находить признание принципы сектантских организаций. Особенно актуально это для Республики Кореи, где религиозное мировоззрение является одной из самых важных составляющих национального менталитета. В стране очень ценится свобода вероисповедания, сектантские идеи имеют право на распространение, а секты практически никак не регулируются государством. По приблизительным подсчетам корейских социологов, на сегодняшний день в Республике Корея насчитывается около 300 нетрадиционных религиозных сект.*

***Ключевые слова:** религия, секта, религиозный синкретизм, нетрадиционные религиозные организации, религиозная ситуация в Южной Корее.*

Современный человек в период глобального информационно-коммуникационного взаимодействия и обмена, становится частью информационной среды, где сталкивается с огромным разнообразием информации [4]. В таких условиях в распоряжении homo informaticus (человек информационной эпохи) появляется все больше информационных источников, возникают новые идеи, смыслы, понятия, а также религиозные воззрения. Все это может привести к тому, что из-за большого количества источников часто сложно фильтровать поступающую информацию, а человек

частично теряет свою субъективность, что дает возможность нетрадиционным религиозным культурам активнее продвигать свои идеи и упрощает процесс привлечения новых последователей.

Особенно актуально это для Республики Корея, где религиозное мировоззрение является одной из самых важных составляющих национального менталитета, который формировалось на протяжении всей истории страны под влиянием шаманизма, буддизма, конфуцианства. В XIX в. к этому списку также добавилось и христианство. В этом заключается такой феномен корейского мировоззрения, как религиозный синкретизм. Он привел к тому, что половина населения не считает возможным объявить себя приверженцем той или иной религии [1, с. 68]. Из-за этого в стране очень ценится свобода вероисповедания, сектантские идеи имеют право на распространение, а секты практически никак не регулируются государством.

Таким образом, в Республике Корея особо остро стоит вопрос с распространением идей нетрадиционных религиозных организаций. К тому же, в современной Корее секты стремятся максимально приспособиться к потребностям информационного общества, индустриальной среде и обеспечить душевный комфорт человека, воспитанного в городских условиях и часто находящегося, под давлением, в стрессе.

Стоит сказать, что «секта» – слово латинское, и в переводе на русский язык значит «правило» или «метод». Древнеримские писатели этим словом обозначали философскую школу или политическую партию, которая придерживается отличных от господствовавших в то время взглядов [3, с. 1]. Несколько позже слово «секта» стали употреблять в отношении закрытых религиозных групп, противопоставляющих себя основной культуuroбразующей религиозной общине (или основным общинам) страны или региона [2, с. 44].

По приблизительным подсчетам корейских социологов, на сегодняшний день в Южной Корее насчитывается около 300 нетрадиционных религиозных сект. Из них около 35 сект появились до 1945 г [6]. К сектам, появившимся до 1945 г., относится крупная организация «Церковь объединения Муна», течение которой называют мунизмом (корейское название *세계평화통일가정연합*, дословный перевод «Семейный союз за мир во всем мире и единство»). Секта была основана преподобным Мун Санмёном, действует с 1954 г. и имеет миллионы последователей в 150 странах. Церковь объединения отстаивает идею о втором пришествии Христа в облике корейца, и в этом контексте её основатель выглядит, как пророк [1, с. 67].

Основная доктрина Муна изложена в двух книгах на корейском языке: «Объяснение Принципа» и «Толкование Принципа» («Принцип» – это учение, которое будто бы сам Бог передал Муну). Основная его цель – объединить все мировые религии для того, чтобы построить Царство Небесное в земном мире. По представлениям Муна, именно потому, что Христос не имел детей, Он не смог завершить свою миссию. Поэтому для спасения нужно создать новую «идеальную семью». Мун со своей супругой стали основоположниками такой семьи, а позже основатель секты разработал свою систему, по которой создавал пары из членов секты. Эти пары он «венчал» по 600–700 пар за один раз на стадионе, они также считаются представителями «идеальных семей».

Организация также заявила о себе и в России в 90-х гг. В 1990 г. Мун встретился с Михаилом Горбачевым и обозначил свои идеи по экономическим и политическим преобразованиям в Советском Союзе [8]. С тех

пор началась активная деятельность «Церкви объединения» в России. В МГУ даже появились листовки с приглашением вступить в «Студенческую ассоциацию КАРП», которая якобы «проводит программы помощи институтам и университетам». На деле же это была секта Муна, которая вербовала новых адептов среди студентов.



Рис. 1.

В настоящее время секта продолжает свою деятельность на территории Российской Федерации, выпускает статьи на своем официальном сайте. Например, особый интерес вызвала статья, посвященная 25-летию визита Муна в СССР и его встречи с Михаилом Горбачевым [5]. Также секта не ведет активной пропаганды, но имеет аккаунты в социальных сетях, так, например, в Instagram аккаунте у российского филиала секты чуть более двух тысяч подписчиков.

Необходимо упомянуть и о секте Damí Mission (корейское название **다미 선교회**), которую в 1988 г. основал Ли Чаньним [1]. У секты было более 300 церквей и 20000 последователей. Идея секты заключалась в том, что 28 октября 1992 г. наступит конец света, и 144 000 верующих вознесутся на небеса, а оставшиеся на Земле столкнутся с «семью годами войны, голода и других бедствий», которые убьют все живое на планете и приведут ко Второму пришествию Иисуса Христа. Идея секты даже была представлена в изданиях «Los Angeles Times» и «New York Times» [12].

Лидеры секты убедили своих последователей уйти с работы, продать все имущество, и пожертвовать деньги на благо церкви. В качестве примера негативного влияния идей секты можно сказать о женщине, которая пыталась забеременеть в течение 3 лет, но потом сделала аборт своим 7-месячным плодом, считая, что женщины не должны беременеть в последние времена. Как минимум 4 последователя секты покончили жизнь

самоубийством в ожидании. Конец света, которым так пугали в секте, не наступил, а сотни уже бездомных прихожан обрушили свой гнев на церковь и лидера, который, по итогу, был осужден за мошенничество.

Интересна история небольшой секты «House of Jesus Heaven», которая ведет активную деятельность с 1997 г. Однако у них не так много последователей, всего более 100 человек. Ключевое занятие данной секты - запугивать людей, что правительственные органы всех государств намерены вживить людям специальные радиочастотные чипы (RFID), благодаря которым всех людей, подобно железным машинам, будет возможно контролировать с одного устройства под названием «짐승» (в переводе на русский – «зверь») [15]. Более того, они продвигают лекарство от рака, которое, по их словам, помогает человеку вылечиться всего за месяц. И лекарство это – смузи из йогурта и чесночного пюре.

В начале XXI в. особый интерес у многих исследователей вызвала деятельность организации под названием «Grace Road Church», основанной в 2002 г. женщиной Син Окчу. В 2014 г. Син предрекла на Земле великий голод и сказала, что перед вторым пришествием Иисуса нужно исполнить пророчество: превратить остров Фиджи в центр мира, как о том якобы говорится в Библии. Сотни людей поехали вслед за лидером секты. На Фиджи у них отбирали паспорта, избивали, чтобы изгнать злых духов, и заставляли работать на компанию GR Group – корпоративное подразделение секты. Некоторые хотели уехать обратно, но их удерживали насильно [9].

В сентябре 2018 г. одна из бывших последовательниц культа рассказала BBC, как сбежала от сектантов. «Я потеряла всю семью, но не жалею об этом», – призналась девушка, которая бросила учебу в США и оказалась в секте из-за матери. «Они [руководители культа] заставляют тебя продать собственность, отдать деньги, уйти с работы и отказаться от друзей», – рассказала бывшая пленница культа [13].

Однако на Фиджи организация «Grace Road Church» получила большое влияние. Компания GR Group даже получила награду от властей островного государства за успехи в бизнесе. Корпоративное подразделение секты активно инвестировало в экономику острова и занималось сельским хозяйством, розничной торговлей, ресторанным бизнесом и строительством. Еще компания выделила \$5 млн Национальному университету Фиджи на работу по развитию экологически чистого сельского хозяйства. В 2018 г. лидер была арестована.

Однако секта до сих пор активна. У нее есть свой сайт, аккаунты в различных социальных сетях, в том числе и в Spotify. В свете нашей проблематики, весьма интересным является тот факт, что в составе руководителей теперь нет корейцев, в команде только европейцы [14].

Особое место в списке известных религиозных организация современной Кореи занимает религиозная секта «Церковь Иисуса Синчхонджи», основанная в Южной Корее в 1984 г. религиозным деятелем Ли Манхи. В настоящий момент к секте принадлежат более 230 тыс. человек со всего мира. Последователи секты считают, что Ли Манхи – вернувшийся на землю Иисус Христос, и только он один знает, как истинно верно, толковать Библию [7]. Во время службы члены группы стоят на коленях близко друг к другу и поют песни, обхватив друг друга за плечи.

Данная секта получила свою «славу» благодаря коронавирусу: в феврале 2020 г. 61-летняя женщина, у которой был выявлен коронавирус,

посещала секту в городе Тэгу четыре раза до и после того, как почувствовала симптомы заболевания. По оценкам властей Тэгу, на богослужениях в те дни присутствовали около 9 тыс. человек. Власти осмотрели всю паству этой секты, и примерно 9 тысяч сообщили о симптомах болезни [7].

Несмотря на то, что Южная Корея на данный момент является технологически высокоразвитой, постиндустриальной страной, где, казалось бы, нет места религии, даже псевдорелигиозные организации находят отклик в сердцах людей, за счет чего распространяются в корейском обществе. Назвать влияние сект положительным сложно, даже скорее невозможно. Человек теряется как личность, становится неспособным воспринимать мир адекватно, так как в сектах очень сильное психологическое давление.

В современном мире это особенно актуально. Хотелось бы привести цитату исследователя современного религиозного сектантства профессора Александра Дворкина: «С начала пандемии секты активизировали свою вербовочную деятельность. Люди попадают в секты, когда переживают стресс, теряют уверенность в завтрашнем дне, испытывают боязнь за себя и здоровье своих близких. Секты слетаются на запахах беды и отчаяния, как стервятники на запахах крови. Это делается для того, чтобы вовлечь людей. Сектантская активность увеличилась в разы, каждый пытается навязать свой продукт, чтобы вовлечь в свою организацию» [11].

В Республике Корея эта проблема особо актуальна, так как действия сект практически не регулируются государством, что дает почву псевдорелигиям плодиться и активно продвигаться. На просторах корейского интернет-пространства существует призыв протестантской церкви: «Пройдя через кризис короны, мы чувствуем, что сейчас время для современной церкви пробудиться» [16]. Для того, чтобы самому не попасться в ловушку какой-либо секты, чтобы быть в состоянии помочь жертвам сектантства, необходимо иметь хотя бы базовую информацию как о самом феномене сектантства, так и об учении и практике конкретных сект.

Список литературы

1. Роль религиозного фактора в жизни корейского общества / под ред. И.А. Толстокулакова: – Владивосток: Изд-во Дальневост. Ун-та, 2004. – 468 с.
2. Дворкин А. Сектоведение. Тоталитарные секты / А. Дворкин. -3-е издание – Н. Новгород: Христианская библиотека, 2008. – 816 с.
3. Чернышев В.М. Сектоведение. Части 1–3. Часть 1/ В.М. Чернышев. – Киев: Общество любителей православной литературы; Изд-во им. свт. Льва, папы Римского, 2006. – 608 с.
4. Курбатов В.И. «Homo informaticus» – человек информационной эпохи: характерологические черты / В.И. Курбатов, О.М. Папа // CyberLeninka [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/homo-informaticus-chelovek-informatsionnoy-epohi-harakterologicheskie-cherty/viewer> (дата обращения: 13.06.2021).
5. летие приезда преп. Муня и его супруги в // Церковь объединения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://unification.ru/25-letie-priezda-prep-munya-i-ego-suprugii/> (дата обращения: 20.07.2021).
6. Ланьков А.Н. Нетрадиционные религиозные культы / А.Н. Ланьков // Облик Кореи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.koreana.ru/index.php?pg=10&id=342> (дата обращения: 15.06.2021).
7. Оказавшуюся очагом коронавируса секту в Южной Корее потребовали закрыть // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/23/02/2020/5e528fb79a794739b7dc8a8a> (дата обращения: 13.05.2021).

8. Почему «Церковь объединения» представляет угрозу для РФ // Федеральное агентство новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://giafan.ru/1177532-rochemu-cerkov-obedineniya-predstavlyaet-ugrozu-dlya-rf> (дата обращения: 23.05.2021).

9. Рабы небожии: в Южной Корее приговорили лидера секты, которая заманила сотни людей на Фиджи и заставила работать на себя // RTVI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rtvi.com/stories/raby-nebozhii-v-yuzhnoy-koree-prigovorili-lidera-sekty-kotoraya-zamanila-sotni-lyudey-na-fidzhi/> (дата обращения: 18.05.2021).

10. Религия в Республике Корея // Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%8F_%D0%B2_%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B5_%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%8F (дата обращения: 20.03.2021).

11. Религиозные секты активизировались по всему миру на фоне пандемии коронавируса // Говорит Москва [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://govoritmoskva.ru/news/233990/> (дата обращения: 21.07.2021).

12. Dami Mission // Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Dami_Mission (дата обращения: 14.06.2021).

13. 'I lost my entire family to a cult': How one woman escaped Grace Road // BBC [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/world-asia-45492913> (дата обращения: 02.06.2021).

14. Leadership Team // Grace Road Church: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://graceroadchurch.org/leadership-team/> (дата обращения: 15.08.2021).

15. 명동 노방 전도단 The House Of Jesus Heaven – The Docent 더 도슨트// YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3WjZQlj6Wmg> (дата обращения: 13.07.2021).

16. 코로나 시대와 교회 윤리 // 연합감리교뉴스 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.umnews.org/ko/news/church-ethics-in-the-era-with-covid-19> (дата обращения: 17.06.2021).

Для заметок

Для заметок

Для заметок

Научное издание

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

Материалы

Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием
(Чебоксары, 20 августа 2021 г.)

Главный редактор *Э.В. Фомин*
Компьютерная верстка *Д.И. Ларионова*

Подписано в печать 07.09.2021 г.
Дата выхода издания в свет 15.09.2021 г.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Гарнитура Times. Усл. печ. л. 9,5325.
Заказ К-869. Тираж 500 экз.

Издательский дом «Среда»
428005, Чебоксары, Гражданская, 75, офис 12
+7 (8352) 655-731
info@phsreda.com
<https://phsreda.com>

Отпечатано в Студии печати «Максимум»
428005, Чебоксары, Гражданская, 75
+7 (8352) 655-047
info@maksimum21.ru
www.maksimum21.ru