



ПРЕЗИДЕНТСКАЯ
АКАДЕМИЯ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
РАНХиГС ЕКАТЕРИНБУРГ

ISSN 2304-3369
eISSN 2308-8842

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
УРАЛЬСКОГО
ИНСТИТУТА
УПРАВЛЕНИЯ

MANAGEMENT ISSUES

№ 6 (85)
2023

ВЛАСТЬ и ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Конструирование идеологического дискурса в информационном обществе

ЭКОНОМИКА и УПРАВЛЕНИЕ

Трансформация потребительского поведения на рынке e-commerce

СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Рынок высшего образования в постпандемический период

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Адресные программы адаптации как способ снижения текучести кадров в исправительных учреждениях уголовно-исполнительной системы

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ и ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА

Влияние непрерывного образования взрослых на формирование имиджа территории

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

2023 Т. 17, № 6 (85)

MANAGEMENT ISSUES

2023, vol. 17, no. 6

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Чевтаева Наталия Геннадьевна – Уральский институт управления – филиал РАНХиГС (Екатеринбург, Россия)

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Багирова Анна Петровна – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

Балынская Наталья Ринатовна – Южно-Уральский институт искусств имени П.И. Чайковского (Челябинск, Россия)

Керимов Александр Алиевич – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия)

Литвиненко Александр Николаевич – Санкт-Петербургский университет МВД России (Санкт-Петербург, Россия)

Молчанов Игорь Николаевич – Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

Ростовская Тамара Керимовна – Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия);

Руденкин Василий Николаевич – Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург, Россия)

Скоробацкий Вячеслав Васильевич – Уральский институт управления – филиал РАНХиГС (Екатеринбург, Россия)

Атанесян Артур – Ереванский государственный университет (Ереван, Армения)

Кумар Правин – Индийский институт высшего образования и исследований (Ченнаи, Индия)

Сюлейманлы Эбульфез – Университет Ускюдар (Стамбул, Турция)

Тце Серене – Университет Нинбо – Объединенный институт Университета Анже (Нинбо, Китай)

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Трушков Дмитрий Игоревич – Уральский институт управления – филиал РАНХиГС

Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата и доктора наук по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки:

5.2.1. Экономическая теория (экономические науки)

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

5.2.4. Финансы (экономические науки)

5.2.6. Менеджмент (экономические науки)

5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки)

5.4.7. Социология управления (социологические науки)

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки).

Журнал зарегистрирован как средство массовой информации в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-85748 от 25.08.2023.

МАТЕРИАЛЫ ЖУРНАЛА РАЗМЕЩАЮТСЯ:

на официальном сайте; в научной электронной библиотеке eLibrary.ru; в открытой библиотеке CyberLeninka.ru; в ЭБС Лань; в библиотеке ЛитРес.

ПОДПИСНОЙ ИНДЕКС: 66020

https://www.akc.ru/itm/voprosy_i-upravleniy_a/

EDITORIAL BOARD

EDITOR-IN-CHIEF

Natalia G. Chevtava – Ural Institute of Management – branch of RANEP (Ekaterinburg, Russia)

MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

Anna P. Bagirova – Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russia)

Natalia R. Balynskaya – South Ural Institute of Arts named after P.I. Tchaikovsky (Chelyabinsk, Russia)

Aleksandr A. Kerimov – Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (Ekaterinburg, Russia)

Aleksandr N. Litvinenko – Saint Petersburg University of Ministry of Internal Affairs of Russia (Saint Petersburg, Russia)

Igor N. Molchanov – Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

Tamara K. Rostovskaya – Institute for Demographic Research of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Vasily N. Rudenkin – Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg, Russia)

Vyacheslav V. Skorobogatsky – Ural Institute of Management – branch of RANEP (Ekaterinburg, Russia)

Artur Atanesyan – Erevan State University (Erevan, Armenia)

Praveen Kumar – Bharath Institute of Higher Education and Research (Chennai, India)

Ebulfez Süleymanlı – Uskudar University (Istanbul, Turkey)

Serene Tze – Ningbo University – University of Angers Joint Institute (Ningbo, China)

EXECUTIVE SECRETARY

Dmitry I. Trushkov – Ural Institute of Management – branch of RANEP

The journal is included in the list of leading peer-reviewed academic journals, where the basic scientific results of dissertations for the degree of Ph. D. and Advanced Doctor of sciences should be published. Articles for publication are accepted on the following scientific specialties and their corresponding branches of science:

5.2.1. Economic theory (Economic Sciences)

5.2.3. Regional and sectoral economy (Economic Sciences)

5.2.4. Finance (Economic Sciences)

5.2.6. Management (Economic Sciences)

5.4.4. Social structure, social institutions and processes (Sociological Sciences)

5.4.7. Sociology of management (Sociological Sciences)

5.5.2. Political institutions, processes, technologies (Political Sciences).

The journal is registered as a mass medium by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications. Certificate of registration PI no. FS 77-85748 dated August 25, 2023.

Журнал входит в перечень журналов, утвержденный ученым советом РАНХиГС, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата и доктора наук по экономическим, социологическим и политическим наукам.

СОДЕРЖАНИЕ

ВЛАСТЬ и ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Сони́на Е. О.

Конструирование идеологического дискурса
в информационном обществе 5

ЭКОНОМИКА и УПРАВЛЕНИЕ

Магомедова Р. Н.

Трансформация потребительского поведения
на рынке e-commerce 20

СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Фонова Н. Г.

Рынок высшего образования в постпандемиче-
ский период 36

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

Апахова В. М., Ваторопин А. С.

Адресные программы адаптации как способ сни-
жения текучести кадров в исправительных уч-
реждениях уголовно-исполнительной системы 53

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ и ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА

Ибрагимова О. В., Балынская Н. Р.

Влияние непрерывного образования взрослых
на формирование имиджа территории 70

Шилова В. А., Гусейнова К. Э.

Включенность населения в социальное простран-
ство управления регионов как фактор террито-
риального неравенства 84

CONTENTS

POWER and PUBLIC ADMINISTRATION

Sonina, E. O.

Constructing ideological discourse in information
society 5

ECONOMICS and MANAGEMENT

Magomedova, R. N.

Analyzing consumer behavior in the e-commerce mar-
ket in connection with marketing tools transformation 20

SOCIAL MANAGEMENT

Fonova, N. G.

The higher education market in the post-pandemic
period 36

CORPORATE MANAGEMENT

Apakhova, V. M., Vatoropin, A. S.

Targeted adaptation programs as a way to reduce staff
turnover in correctional institutions of the penal
system 53

PUBLIC MANAGEMENT and PUBLIC ADMINISTRATION

Ibragimova, O. V., Balynskaya, N. R.

The influence of the lifelong adult education on the
territory image formation 70

Shilova, V. A., Guseynova, K. E.

Population involvement in the social space of re-
gional governance as a factor of territorial inequality 84

ВЛАСТЬ и ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

POWER
and PUBLIC ADMINISTRATION

КОНСТРУИРОВАНИЕ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Е. О. Сони́на^а

^а Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
(Екатеринбург, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. В последнее время актуализировалась дискуссия о роли и значении идеологии, об ее возможностях как социально-политического регулятора, о причинах агрегирования в политическом дискурсе деструктурирующих идеологий и возможных путях противодействия их влиянию. При этом достаточно часто упускается многоаспектность и многозначность самого понятия идеология, особенности ее функционирования как вида массового политического дискурса, возникающие в связи с этим риски идеологического конструирования в условиях информационного общества.

Методы. Исследование опирается на методы неоинституционального (дискурсивный и конструктивистский институционализм) и дискурсивного анализа, социо-когнитивный подход. Автор исходит из понимания идеологии как сложного, гибридного когнитивно-дискурсивно социального феномена, который, с одной стороны, обусловлен социальными ценностями, потребностями, ожиданиями, социальными характеристиками различных политических акторов, с другой стороны, опирается на дискурсивные практики воздействия на общественное сознание. Эмпирическую базу исследования составили актуальные данные межстрановых сравнительных социологических исследований и мониторингов общественного мнения.

Результаты. Автором в статье систематизированы ключевые признаки идеологии как вида массового политического дискурса, факторы, влияющие на востребованность идеологии на современном этапе, особенности функционирования идеологии как вида дискурса в информационном обществе, связанные с этим риски. Отмечается, что в условиях трансформации классических политических институтов, переосмысления их функций и задач, сохраняющейся высокой степени неопределенности и усиливающейся конкуренции повесток политических акторов, придерживающихся разных (порой даже конфликтующих) ценностных установок, востребованность в идеологии как виде политического дискурса будет только возрастать. Одновременно активная диффузия информационных технологий в различные сферы жизни общества, в целом ряде государств возрастание влияния экономических агентов на политические процессы, теневизация процессов образования политических элит, усиление эмоционального компонента в политике приводит к усугублению рисков инверсионной интерпретации идеологических концептов и деструктивного идеологического воздействия. Автором предложены возможные пути исключения данных рисков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: идеология, идеологическое конструирование, политический дискурс, информационное общество, массовое политическое участие, политические институты, политические ценности.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Сони́на Е. О. Конструирование идеологического дискурса в информационном обществе // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 5-18. EDN VKCFTY. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-5-18.

© Е. О. Сони́на, 2023

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



■ ВВЕДЕНИЕ

Сохраняющаяся тенденция диффузии информационных технологий в различные сферы жизни общества, усиливающаяся конкуренция информационных повесток политических акторов, укореняющиеся попытки агрегирования в политическом дискурсе ценностей, которые ранее относились к маргинальным, привели к актуализации обсуждения о необходимости определения идейных и ценностных оснований, которые позволили бы консолидировать общество.

В рамках разнообразных политических дискуссий все чаще стала обозначаться идея важности поиска (конструирования) национальной идеологии, небесспорности конституционных положений о недопустимости установления государственной идеологии, необходимости идеологического обоснования политического курса.

Обсуждение на современном этапе вопросов построения и функционирования идеологии, к сожалению, очень часто происходит без учета многообразия смысловых наполнений «идеологии» как концепта, особенностей функционирования идеологического дискурса, реальных возможностей и рисков идеологического конструирования в условиях общества информационного (постиндустриального) типа.

Понятие «идеология» в современном научном дискурсе употребляется в столь разных смыслах, что найти одно, систематизирующее разные подходы, определение оказывается очень затруднительно [1, с. 30]. Смысловое многообразие концепта «идеология» не может не накладывать отпечаток на обсуждаемые попытки идеологического конструирования. В практической интерпретации разными политическими акторами достаточно часто философско-парадигмальные и социологические, политические аспекты идеологии не различаются [2, с. 69]. В результате, в происходящих политических дискуссиях об идеологии ее предметное поле существенно размывается и ее потенциал переносится на описания практически любых процессов, связанных с ценностными основаниями контактов общества с властью.

Анализ актуализировавшихся в последнее время научных дискуссий о современной роли и значении идеологии показывает, что они разворачиваются в основном в нескольких направлениях: осмысление трансформации идеологии как социально-политического регулятора

и в связи с этим возможных методологических подходов к ее исследованию [2; 3; 4; 5], систематизация механизмов противодействия деструктивным идеологиям [6, 7], поиск ценностей и концептов, которые могли бы стать основой государственной идеологии в современной России [8, 9, 10, 11]. При исследовании регуляторного потенциала идеологии без внимания достаточно часто остаются аспекты, касающиеся особенностей конструирования и функционирования идеологии как вида массового политического дискурса. Идеология, конечно, способна дать ценностное обоснование политическому курсу, систематизировать аккумулируемые в политическом дискурсе идеи и ценности, обладает серьезным ориентационным и мотивационным потенциалом для общества. Но при реализации попыток идеологического конструирования важно учитывать, что идеология является видом массового политического дискурса. Она всегда была достаточно функциональна, возможность использования ее ориентационного и консолидирующего общество потенциала зависела и продолжает зависеть от целой совокупности факторов, ключевым из которых является состояние самого общества и личностные характеристики субъектов, транслирующих идеологию и выступающих ее своеобразным символом.

■ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В политической и философской науке достаточно долго господствовало представление об идеологии как феномене, препятствующем рациональному восприятию политической и общественной жизни. Доминировали мнения, что по мере завершения эпохи Модерна, все большей рационализации процессов социального и политического управления идеологии утратят свой регуляторный и мотивационный потенциал, не смогут консолидировать общественное сознание, наступит эпоха «конца идеологии»¹ [12]. Но становление и развитие информационного общества привело к существенному усложнению процессов политического управления, расширению арсенала механизмов политического влияния, обострению политической конкуренции и возрастанию политической неопределенности. Институты, базирующиеся на рацио-

¹ Bell D. (1862). *The End of Ideology*. Free Press.

нально осознанных обществом нормам и принципах, стали утрачивать свое значение достаточно быстро, что снова актуализировало эмоциональную и ценностную составляющую в политической сфере. На сегодня идеология является многослойным феноменом. С одной стороны, идеология социально обусловлена, она связана с определенным социальным опытом, социальными переживаниями, ожиданиями и убеждениями. Идеологии выступают важным фактором социальной идентификации, выполняют функции упорядочивания коллективных представлений своих сторонников, социальной координации их действий для достижения коллективных целей. С другой стороны, идеология действует как «когнитивная матрица группового сознания» [13], опирается на нарративы и символы, призванные структурировать политический дискурс. Идеология формируется и передается посредством текстов.

Поэтому обоснованным при исследовании особенностей конструирования идеологического дискурса в условиях информационного общества видится опора на понимание идеологии как гибридного когнитивно-дискурсивно-социального феномена [5, 13, 14]. При анализе механизмов функционирования идеологии в статье применяются методы дискурсивного анализа и социально-когнитивный подход. Дополнение дискурсивного анализа социокогнитивным компонентом позволяет исследовать различные актуальные контексты формирования и функционирования идеологии максимально приближенно к реальности [15].

Анализ факторов, влияющих на востребованность идеологии на современном этапе, проведен с применением методов неoinституционального анализа, в первую очередь, подходов дискурсивного и конструктивистского институционализма, которые исследуют, как изменения в ценностных предпочтениях социальных акторов, аккумулируемые обществом идеи и дискурсивные практики влияют на социальные изменения, институциональный порядок.

■ РЕЗУЛЬТАТЫ

Утверждение идеологии в качестве вида политического дискурса, влияющего на формирование общественного сознания, произошло на фоне Реформации и эпохи революций, которые привели к утрате религией статуса доминиру-

ющей ценностной системы общества. В эпоху Модерна происходит усиление конкуренции политических идей и ценностей, превращение данных идей в один из наиболее значимых ресурсов политической борьбы, основной целью которой стало овладение массами и влияние на массовое сознание. На фоне секуляризации политической сферы массы стали основными акторами политических процессов, их движущей силой. Но одновременно массы стали и объектом политической конкуренции, противостояния различных социальных групп, возможность доминирования которых оказалась в зависимости от возможности влиять на массы и получать их поддержку. Такую всеобщую политизацию, «поглощение политикой всех и вся» Х. Ортега-и-Гассет назовет «восстанием масс»². Динамика массового участия в политике всегда влияла на востребованность идеологии [14, с. 13]. Продолжительность данной востребованности, степень влияния идеологии на структурирование общественного сознания и политического дискурса определялась (и, в значительной мере, продолжает определяться) уровнем массового участия в политике или потребностью со стороны различных политических акторов в обеспечении массового политического участия.

Утверждение массы в качестве основного адресата идеологии предполагало соблюдение определенных подходов к рационализации политической сферы в рамках идеологического дискурса.

Во-первых, масса должна была понять видение будущего, которое предлагалось в рамках идеологии, и ощутить возможность своего участия в построении этого будущего, принять его как свое собственное. Поэтому идеология рационализировала мир политики путем его упрощения, переводя на язык смыслов и практик повседневной жизни граждан, позволяя социальной массе ощутить сопричастность к большим политическим проектам и важность своего участия в этих переменах.

Во-вторых, одной из важнейших задач идеологии было направление «энергии масс» на достижение конструируемого ею видения будущего. Любой идеологический проект имел деятельностную составляющую. Он не просто предлагал видение будущего, а обозначал конкретные

² Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ Москва, 2003. 423 с. С. 201. EDN: QWEXAJ.

пути и шаги его достижения, был ориентирован на изменения существующей действительности с участием в них масс. Мобилизационный потенциал идеологии стал одним из ключевых факторов ее привлекательности как ресурса политической борьбы.

В-третьих, претендуя на новую форму рационализации политического пространства, идеология для воздействия на массовое сознание и мобилизации масс достаточно многое заимствовала из религиозных практик [16, с. 132]. Массы очень часто действуют по принципу веры, их мнение и поведение имеют достаточно ярко выраженную эмоциональную окраску. Претендуя на стремление к максимальной рационализации сферы политического, массы чаще объединяются не в силу рационального, глубокого осознанного выбора тех или иных идей, а в силу общих эмоциональных переживаний и чувств. Идеологические проекты в своих сюжетных построениях сценариев желаемого Будущего, толкованиях политических событий и процессов во многом носят символический и мифологический характер, предлагая принять возможность достижения этого Будущего по принципу веры. Неслучайно М. Вебер прямо называет некоторые идеологические учения (в частности, марксизм) «суррогатом» религии, Д. Белл говорит об идеологии как форме «светской религии», а К. Мангейм формулирует вывод, что политика и идеология как форма, прежде всего политического мышления, возможны лишь до той поры, пока существует иррациональная сфера. Как вид массового политического дискурса идеология заимствовала из религиозных практик опыт символизации политического пространства и его символического конструирования, объяснения событий и закономерностей путем схематизации действительности. Претендуя на истину и рациональность, идеология всегда предполагала интерпретацию, оперировала практиками, основанными, в большей степени, на эмоциях и вере.

В-четвертых, явившись результатом усиления политической конкуренции, появления новых политических акторов, идеология обеспечивала консенсус крупных социальных групп относительно общих для них ценностей и предпочтений, утверждая общее видение мироустройства на основе рациональных подходов. Поэтому идеологии так много заимствовали

нарративов из социальных наук. Но особенностью массы является то, что она не способна предложить альтернативное, новое ценностное видение мироустройства, сформировать новую целостную картину мира³. Масса может потреблять идеи и ценности, распространять их, но не конструировать ценностные системы. Поэтому, с одной стороны, идеологии позволяли приобщиться каждому гражданину к целям развития государства, осознать свою важность в реализации данных целей. Но, с другой стороны, идеология всегда предполагает автора, от моральных и этических качеств которого существенно зависит ценностное содержание идеологии. Она может дать массе ощущение власти, содействовать усилению ее политической субъектности путем консолидации все больших социальных групп вокруг определенных идей и ценностей. Но идеология также может помочь укрепить главенствующее положение элит, позволяя им лидировать в оценке политических событий, объяснении целей общественного развития, придания значимости данным целям и определении их приоритетности, исходя из видения политических элит.

Повышение интереса к феномену идеологии как со стороны разных политических акторов, так исследователей на современном этапе связано с несколькими обстоятельствами.

Информационное (постиндустриальное) общество характеризуется возрастающей индивидуализацией жизненного пространства [17]. Личные установки, личные обстоятельства, личные ценности оказываются основными регуляторами социального поведения. Такая индивидуализация разрушает основы коллективной идентификации, ослабляет способность к социальной самоорганизации и согласованному политическому действию [4, с. 82-83]. Современное общество характеризуется возрастающими тенденциями поляризации, снижения уровня межличностного доверия и доверия к институтам, призванным реализовать функции артикуляции и агрегирования социальных интересов. В ежегодном исследовании *Edelman Trust Barometer* по итогам 2022 года было отмечено, что почти в четверти из 29 обследованных стран наблюдается сильная поляризация, предполагающая наличие разногласий и противоречий в обществе, которые больше невозможно преодолеть.

³ Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М. : АСТ Москва, 2003. 423 с. С. 202. EDN: QWEXAJ.

При этом степень поляризации не зависит от уровня социального и экономического благополучия в стране. В число стран с наиболее высокой степенью поляризации общества, по мнению опрошенных, попали США, Колумбия, Аргентина, Южная Африка, Швеция и Испания. Почти две трети опрошенных отмечают беспрецедентное отсутствие вежливости и взаимного уважения в обществе. Исследование также фиксирует сохраняющуюся тенденцию к снижению уровня доверия общества к государственным институтам, общественным организациям и средствам массовой информации⁴. В условиях информационного общества масса утрачивает свою политическую субъектность. Но при этом субъектность политических элит, их способность сохранять властное влияние продолжает оставаться в зависимости от так называемого «демократического консенсуса» и возможности идентифицировать интересы большинства. В создавшемся вакууме экономичным инструментом обеспечения легитимности решений и действий политических элит оказывается симуляция демократии и большинства. Это заставляет политические элиты и политических акторов, претендующих на их статус, снова обращаться к идеологическим способам воздействия на общественное сознание. Пытаясь консолидировать общество и обеспечить его поддержку, политические лидеры все чаще оперируют в своем дискурсе ценностями и установками идеологического характера⁵.

Индивидуализация и поляризация жизненного пространства поставили серьезные вопросы не только перед политическими элитами, но и перед самим обществом: утратив способность к солидаризации, оно одновременно потеряло доступ к рычагам влияния на власть. Проблемы, которые в условиях политической субъект-

ности масс могли быть интерпретированы и актуализированы как социально значимые, в условиях информационного общества очень часто маркируются как индивидуальные переживания и неудачи. Атоматизированный индивид оказался лишен инструментов решения проблем, которые требуют коллективного участия и сохранения влияния на власть. Это стало причиной усугубления чувства социальной незащищенности, социальной потерянности, укрепления ощущения неопределенности относительно своих перспектив и возможности самореализации. *Edelman Trust Barometer 2023* фиксирует, что личные экономические страхи населения (потеря работы, инфляция) находятся на одном уровне с общественными страхами (изменение климата, риски ядерной войны и нехватка продовольствия). Аналогичные выводы содержатся в проводимом в более чем 20 странах ежегодном мониторинге «Что беспокоит мир», согласно которому темами, наиболее «беспокоящими» общество, стали: инфляционные риски (38%), преступность (32%), бедность и социальное неравенство (31%), коррупция и безработица (по 26%)⁶. Усиливающееся чувство социальной незащищенности, тревоги и актуализация проблем, решение которых требует консолидации социальных сил, приводят к тому, что в современном общественном дискурсе начинают снова аккумулироваться установки о необходимости обеспечения социальной справедливости, справедливого распределения социально значимых благ, справедливого социального и политического порядка, допустимых границ политической самореализации и самоутверждения. Перечисленные установки и ценности чаще всего получают свое смысловое наполнение в рамках идеологического дискурса, что приводит к росту значения идеологии как фактора идентификации определенных социальных групп и общих интересов. Среди выводов *Edelman Trust Barometer 2023* в том числе указано, что менее трети респондентов заявили, что помогли бы, жили бы рядом или работали с кем-то, кто не совпадает с ними по убеждениям и ценностям в самом широком смысле.

⁴ Edelman Trust Barometer 2023. Исследование подготовлено Институтом доверия Эдельмана, состоит из 30-минутных онлайн-интервью, проведенных в период с 1 по 28 ноября 2022 года среди более 32 000 респондентов из 28 стран. URL: <https://www.edelman.com/trust/2023/trust-barometer> (дата обращения: 02.10.2023).

⁵ Обама Б. Дерзость надежды: мысли о возрождении американской мечты. СПб., 2008. 416 с.;

Послание Д. Трампа к Конгрессу США «О положении дел в стране: ближневосточная политика и борьба с антисемитизмом». URL: <http://worldcrisis.ru/crisis/3280789> (дата обращения: 02.10.2023);

Джо Байден – предвыборная программа кандидата в президенты США 2020: мировое лидерство, ограничения на добычу нефти и отпор России// Комсомольская правда. URL: <https://www.kp.ru/daily/217185/4290866/> (дата обращения: 28.09.2023).

⁶ What Worries the World? June 2023. Опрос, проведенный исследовательской компанией Ipsos в период с 26 мая по 9 июня 2023 года, среди населения 29 стран путем проведения 20 570 онлайн-интервью взрослых в возрасте от 18 до 74 лет. URL: <https://www.ipsos.ru/ru-ru/what-worries-world-iyun-2023-g> (дата обращения: 23.09.2023).

Немаловажным фактором переосмысления значения идеологии стала утрата функциональности так называемыми классическими политическими институтами, которые возникли и укрепились в эпоху Модерна. В последней четверти XX века целым рядом исследователей было высказано мнение о кризисе институтов представительной демократии⁷ [18], институциональных основ национального государства [19]. Согласно данным подходам, свидетельствами кризисных тенденций классических политических институтов являются усиление закрытости политической элиты, все возрастающее влияние на политические процессы экономической элиты, бюрократизация институтов представительной демократии, фактическое отсутствие со стороны общества возможности принять участие в формировании политической повестки и государственной политики, на фоне политической субъективизации экономических элит и максимальной индивидуализации жизненного пространства утрата государством способности сохранять контроль за обеспечивающими его стабильность ресурсами, исполнять эффективно взятые на себя обязательства по поддержанию правопорядка. В Edelman Trust Barometer 2023 отмечено, что государственным институтам в настоящее время стабильно не доверяют в 16 из 28 опрошенных стран (51%), включая США (42%), Великобританию (37%), Японию (33%) и Аргентину (20%). Согласно *World Development Report*, за 25 лет уровень участия граждан в выборах сократился в среднем по широкому кругу стран на 10%. При этом падение не зависит от уровня экономического развития страны⁸. Исследование мнения американского общества показывает, что только 16% опрошенных говорят о доверии федеральным и региональным органам власти, не более 4% оценивают положительно функционирование политической системы⁹.

Учитывая приведенные тенденции, предлагались (и продолжают предлагаться) разные пути преодоления данного кризиса: от расши-

рения механизмов участия населения в управлении делами государства [20; 21] до поиска новых моделей и подходов, в соответствии с которыми следует выстраивать современное государство и систему государственного управления [22]. Приведенная дискуссия свидетельствует об остром дефиците институтов, которые структурируют значимые для общества сегменты его жизненного пространства. На фоне ускорения темпов внедрения изменений, возрастания неопределенности и индивидуализации жизненных стратегий привычные институциональные основы общества, политического порядка утрачивают свою функциональность намного быстрее. В условиях, когда институциональные регуляторы не успевают перестроиться под новые обстоятельства социальной и политической жизни, возрастает значение регуляторов ценностных, которые позволяют заполнить образовавшийся институциональный вакуум и структурировать общественные отношения, предупредив абсолютную социальную энтропию. Ситуация трансформации институтов актуализирует идеологические функции объяснения, целеполагания и обоснования происходящих перемен. Спор на сегодня идет не только (и даже не столько) о функциональности идеологии как вида политического дискурса. Спор, по сути, разворачивается относительно ценностей, которые должны определить ее содержание [23, с. 146] и стать, фактически, ценностной базой нового социального и политического институционального порядка. Поэтому возрастает политизация повесток о соотношении индивидуальных и коллективных прав, личного и общественного интереса, о равенстве и справедливом распределении благ. Указанная политизация втягивает в политическую плоскость дискуссии по вопросам, которые ранее относились к пространству личной жизни граждан: о родительских правах и влиянии государственных институтов на процессы воспитания и образования, о допустимости обеспечения равного доступа меньшинств к репродуктивным технологиям, опеке и усыновлению, о необходимости введения ответственности за домашнее насилие и т.п.

Переход от общества Модерна к Постмодерну парадоксальным образом не ослабил, а, наоборот, укрепил востребованность идеологического дискурса. Идеологии утратили те прин-

⁷ Brown R. H. (2005). *Culture, Capitalism, and Democracy in the New America*. Yale University Press.

⁸ World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery. URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7771886/mod_resource/content/1/World%20Development%20Report%202022.pdf (дата обращения: 26.09.2023).

⁹ Данные представлены по итогам опросов, проводимых Pew Research Center в 2000, 2004, 2008, 2012, 2016 и 2023 гг. среди 8 480 респондентов взрослого возраста. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2023/09/19/americans-dismal-views-of-the-nations-politics/> (дата обращения: 26.09.2023).

ципы построения, которые им были свойственны в период Модерна: иерархичность в структурировании и распространении идеологии (от политических элит к массам), моральная детерминированность ценностей, потенциальная универсальность и авторитарность идеологических нарративов. Но перечисленные изменения не отменили значение мотивационного и регуляторного потенциала идеологии, востребованность в котором со стороны различных политических акторов на фоне растущей институциональной неопределенности только возрастает [4, с. 10-11].

Функциональная востребованность идеологии при одновременно набирающей все большие темпы конкуренции различных политических акторов, институциональной и ценностной неопределенности и сохраняющейся фрагментарности общественного сознания создают как возможности, так и риски для обеспечения социального и политического порядка.

На современном этапе попытка инициирования построения идеологических проектов может столкнуться с целым рядом рисков.

Во-первых, становление информационного общества было связано с изменениями в структуре самого общества. Оперативнее всего на эти изменения отреагировали экономические агенты, почувствовав возможность занять новые рыночные ниши, возникающие в связи с появлением новых потребностей у населения. Поэтому ключевыми акторами распространения цифровых технологий стали негосударственные, в первую очередь, экономические институты. Интерес экономических агентов к процессам цифровизации был связан не только с возможностью занять новые рыночные ниши, максимально оперативно удовлетворить спрос населения и действовать даже на его опережение. Они претендуют на статус основных политических субъектов, активно влияя на политику государств, пытаясь поставить политические элиты в зависимость от тех ресурсов, которыми обладают элиты экономические, претендуют на господствующее положение в политической сфере¹⁰. В опубликованном организацией *Campaign for Accountability* в 2016 году докладе «*Google Transparency Project*» приведены данные, согласно которым Google имеет очень тесные связи с аме-

риканским правительством не только по вопросам прав на интеллектуальную собственность, энергетики и цифровых медиа, но и внешней политики и национальной безопасности, корпорация последовательно стремится укрепить свое влияние в ЕС путем обмена сотрудниками с европейскими правительствами. В 2019 году было опубликовано исследование об использовании корпорацией государственных дипломатических институтов для укрепления своего влияния на мировой политической сцене. В 2023 году было выявлено, что цифровые платформы YouTube и X стимулируют контент антииммигрантских настроений и так называемых «групп ненависти» и даже потенциально получают доход от рекламы за счет такого контента¹¹. Стремясь усилить свое влияние в мировых политических процессах и сохраняя доминирующее положение в процессах цифровизации, экономические элиты к идеологическим проектам и ценностям подходят исключительно как к одному из ресурсов укрепления своего политического статуса. Поэтому для них важнее оказывается не рационализирующая политический дискурс компонента в идеологии, а ее мобилизационный потенциал, который позволяет направлять «энергию масс» в нужное для экономических элит русло.

Во-вторых, цифровизация большинства сфер жизни общества, усиление позиций экономических элит в процессах принятия политических решений привели к тому, что сфера политического приобретает все более эмоциональный характер. Информационные технологии, с одной стороны, позволяют населению максимально оперативно получать сведения из разных источников о текущих событиях, дают ощущение их самостоятельной оценки и возможности влияния на политическую повестку. С другой стороны, информационные технологии дают возможность влиять на общественное мнение, его конструировать и аккумулировать в общественном дискурсе альтернативных, конфликтующих точек зрения, которые будут восприниматься массовым сознанием как свои собственные. Погоня за общественным мнением в политической борьбе зачастую оказывается самоцелью. Учитывая

¹⁰ Дэвис У. Нервные государства. М. : Издательство «АСТ», 2021. С. 260–261.

¹¹ Данные приведены по материалам сайта *Techtransparencyproject*, на котором представлены исследования различных аналитических организаций и исследовательских групп о политике крупнейших информационных корпораций США по укреплению своего влияния. URL: <https://www.techtransparencyproject.org/> (дата обращения: 26.09.2023).

возможности, которые дают информационные технологии в его конструировании, данное мнение все чаще начинает носить внерациональный характер, который самим обществом не осознается таковым. Эмоции стали одним из ключевых ресурсов экономической конкуренции и политической борьбы. В рамках последних исследований, проводимых компанией *Ipsos*, отмечается рост значения эмоций в регулировании поведения в различных сферах, обосновывается важность, исходя из этого, применения новых методологических подходов к пониманию мотивов поведения¹². Эмоция гнева и недовольства правящими элитами оказалась определяющей в победе Дональда Трампа в президентской кампании 2016 года. В 2022 году было проведено исследование избирательной кампании в конгресс, где в том числе выявлено активное использование эмоций «гнева» республиканцами и «страха» со стороны демократов при формировании предвыборной повестки¹³.

В-третьих, успех идеологии, возможность ее проникновения в массы во многом зависит от политического лидера, транслирующего политический курс, в основе которой лежит данная идеология. Такое личностное воздействие на массовое сознание с целью донесения определенных идей и ценностей идеология тоже заимствует из религии. Политический лидер в своем образе, поступках, жизненных подходах и облике должен символизировать возможность достижения предлагаемого в рамках идеологии видения будущего. Он тоже является частью символического пространства идеологии. Экономические элиты, стремясь к усилению своего политического влияния, предпочитают не выказывать его. В результате, происходит теневи́зация процессов образования политических элит и продвижения политических лидеров, идентифицировать реальных субъектов власти становится все сложнее. Находясь в зависимости от экономических элит, политические элиты и политические лидеры не обладают реальны-

ми ресурсами для преодоления тех затруднений, которые действительно волнуют общество. В результате, в массовом сознании накапливается недовольство и раздражение политическими элитами и они утрачивают в восприятии масс свой элитарный статус [24, с. 251-254]. *Edelman Trust Barometer 2023* фиксирует низкий уровень доверия (менее 50%) к руководителям и лидерам во всех сферах жизни общества, связанных с реализацией общественных интересов, представлением общественного мнения и возможностью оказывать влияние на политические решения: руководителям органов власти, бизнес-лидерам, руководителям общественных организаций и СМИ. В различных исследованиях Pew Research Center отмечено устойчивое мнение американского общества о негативном влиянии экономических элит на политические, негативном восприятии влияния денег на политический процесс. Значительное большинство американцев (76%) говорят, что правительством управляют несколько крупных экономических групп, заботящихся о себе¹⁴.

Теневи́зация элит как результат усиления в политических процессах элит экономических приводит к тому, что политические элиты и политические лидеры для сохранения своего влияния на массы и массовое сознание начинают либо прибегать к агрессивной пропаганде узких интересов конкретных социальных групп, либо обращаться к популистским практикам. И то, и другое делает идеологические конструкции очень уязвимыми, создавая риски инверсии аккумулируемых в них ценностях.

Наконец, развитие информационных технологий, изменение характера социальной и политической коммуникации, индивидуализация жизненного пространства сделало общество очень гетерогенным. Данная гетерогенность оказалась усилена активными миграционными потоками, спровоцированными глобализацией, а в отдельных странах – политикой мультикультурализма. В результате, мы становимся свидетелями укрепления многонациональных, мно-

¹² Garcia-Garcia M., Baldo D., Timpone R. Emotions around the world authors: A cross-cultural framework for emotion measurement. September 2023. URL: https://www.ipsos.ru/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-09/Emotions_Around_the_World.pdf (дата обращения: 30.09.2023).

¹³ Страх против гнева. Демократы и республиканцы на промежуточных выборах в США 2022: аналитический доклад / М. А. Сучков, Е. Н. Минченко, К. Е. Петров [и др.] ; МГИМО (университет) МИД Российской Федерации, Институт международных исследований. М. : МГИМО-Университет, 2022. 50 с.

¹⁴ Quality and responsiveness of elected officials. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2018/04/26/6-quality-and-responsiveness-of-elected-officials/#only-about-two-in-ten-say-government-is-run-for-the-benefit-of-all> (дата обращения: 02.10.2023);

Americans' Dismal Views of the Nation's Politics. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2023/09/19/americans-dismal-views-of-the-nations-politics/> (дата обращения: 02.10.2023)

гоконфессиональных и мультикультурных обществ, которые одновременно аккумулируют в одном социальном и политическом пространстве разный исторический, политический и социальный опыт и практики. В таких условиях крайне затруднительно верифицировать со стороны общества агрегируемые политическими акторами идеологические конструкты и интерпретируемые в поле идеологии политические события и факты. Согласно выводам *Edelman Trust Barometer 2023*, почти 7 из 10 человек во всем мире говорят, что в условиях поляризации общества сложно различать ценности, ориентироваться помогают символы и бренды, «сила брендов» может быть использована для создания общей идентичности, выявления «объединяющих» интересов. В таких условиях риски подмены содержаний символов возрастают.

В ситуации дерационализации политического пространства, сложности сохранения контроля за процессами воспроизводства власти, идентификации реальных субъектов власти, отсутствия ресурсов и ценностных установок, которые позволяют верифицировать политические события, риски, что предлагаемые в рамках идеологии ценности в угоду чьим-то узким политическим интересам получают принципиально иное функциональное наполнение, возрастают. Именно так произошло с либеральными ценностями при выстраивании неолиберального политического курса, консервативными ценностями при формировании политики неоконсерватизма.

Перечисленные риски ни в коем случае не отрицают саму необходимость поиска консолидирующих общественное сознание ценностей. В условиях доминирования информационного общества и теневизации процессов перераспределения власти риски идеологии как вида массового политического дискурса усиливаются, но это не отменяет потребность в регулирующем, идентифицирующем и консолидирующем потенциале идеологии не только со стороны политических элит, но и самого общества. Парадокс современной ситуации заключается в том, что в условиях дерационализации сферы политического, теневизации процессов образования элит, активного агрегирования инверсионных форм ценностей классических идеологий противостоять таким деструктивным тенденциям оказывается возможным путем, в первую очередь, идеологического конструирования.

Предупредить риски деструктивного применения регулирующего и мотивационного потенциала идеологии с учетом особенностей ее функционирования как вида массового политического дискурса видится возможным несколькими путями.

Во-первых, потребность в регулирующем и консолидирующем потенциале идеологии возрастает в трансформационные периоды, в ситуации институциональной неопределенности. Идеология может восполнить образующийся в такие периоды институциональный вакуум. Но идеология не должна подменять институционального порядка. Спецификой идеологических проектов является то, что они предлагают идейное видение будущего, которое представляется как достижимое на практике. Сохранение мотивационного и регулирующего потенциала конкретного идеологического проекта всегда будет зависеть от возможности импlications предлагаемых в нем идей и ценностей в социальные практики, нормы взаимодействия между различными социальными группами, обществом и властью. В условиях высокой степени гетерогенности жизненных установок индивидов, неоднородности информационного пространства, возрастающей конкуренции аккумулируемых политическими акторами разных установок востребованность идеологического проекта будет зависеть не только от того, насколько он даст ощущение сопричастности его сторонникам процессу построения желаемого ими будущего. Но и от того, насколько это будущее будет ощутимо и выгодно в преломлении на индивидуальное пространство каждого из приверженцев определенных идеологических ценностей. В условиях информационного общества без четкого понимания конкретных институциональных способов воплощения идеологических установок в социальную реальность любой идеологический проект становится пустой оболочкой [23, с. 144], не позволяющей консолидировать общество и общественное сознание вокруг данных ценностей. В ежегодном мониторинге «Что беспокоит мир» почти две пятых (38%) жителей в каждой из 29 анализируемых стран считают, что их страна движется в «правильном» направлении, но при этом отмечают, что политика страны должна быть более уверенной. Один из выводов *Edelman Trust Barometer 2023* заключается в том, что для вос-

становления доверия и предупреждения поляризации государственным политическим институтам необходимо как можно скорее сформулировать и обосновать «более сильные» и конкретные представления о будущем своих стран. Поэтому, предлагая определенное ценностное видение в рамках идеологического проекта, нужно четко понимать, в какую институциональную картину оно точно впишется.

Во-вторых, особенностями идеологических проектов, сформированных в период Модерна, было то, что они опирались на концепты, ценностное наполнение которых определялось конкретным историко-культурным контекстом, исключающим их разностороннюю интерпретацию. В условиях информационного общества данные концепты приобретают максимально абстрактный характер, допускающий ситуативные интерпретации в угоду конкретным политическим интересам. Принципы свободы, равенства, прав, социальной справедливости в своем смысловом наполнении основывались на конкретном общем социальном и политическом опыте, совместно пережитом крупными социальными группами. Общность этого опыта рождала единство в понимании приведенных принципов внутри данных социальных групп. Индивидуализация жизненного пространства общества подвергает указанные принципы и ценности максимально субъективной интерпретации, усиливающей риски инверсии их содержания. При идеологическом конструировании сегодня важно опираться не на абстрактные ценности, а на ценности, которые могут быть максимально соотнесены с индивидуальным опытом и опираются на индивидуально-культурную, а не групповую интерпретацию [23, с. 144–145]. Майка Уолцер, исследуя роль моральных аргументов в новом политическом мире, вводит понятие «толстых» и «тонких» моральных аргументов и ценностей [25], различая «плотную» этику, исходящую из традиций и институциональных установок каждого народа, и «тонкую» мораль, исходящую из рациональности, претендующую в перспективе на универсальное и фундаментальное значение. Спецификой «тонких» ценностей является то, что они разделяются в равной степени разными социальными группами, независимо от социальных статусов, социального опыта и принадлежности к поколению. Такие ценности могут адапти-

роваться к разным реалиям, не теряя своего смыслового наполнения и регулирующего потенциала. В рамках идеологического конструирования на современном этапе очень важно найти такие «тонкие» ценности, которые проливают социальный, культурный опыт разных поколений, не допуская вольной интерпретации. Применительно к российскому обществу, несмотря на его существенную гетерогенность, согласно данным социологических исследований, например, практически не наблюдается разрывов в восприятии различными социальными группами и поколениями семьи как социальной ценности¹⁵, значение родительства и родительской любви¹⁶ в воспитании личности.

И, конечно, преодоления деструктивного применения идеологии должно быть целью, в равной степени осознанной и разделяемой как политическими элитами, так и самим обществом. Очень многое будет зависеть от этой взаимной заинтересованности политических элит и самого общества в утверждении ценностных оснований нового социального и политического порядка, наличия диалога по поводу этих ценностей.

■ ОБСУЖДЕНИЕ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Особенности функционирования идеологии, возможности реализации ее регулирующего потенциала во многом определяются принадлежностью идеологии к видам массового политического дискурса. Массы являются основным адресатом идеологических проектов, динамика востребованности идеологии во многом обуславливается активизацией массового политического участия или необходимостью в активизации такого участия для легитимации и продвижения определенного социального и политического порядка, политических процессов и решений.

2. Как вид массового политического дискурса идеология всегда была достаточно функцио-

¹⁵ Семейный консенсус: как строят жизнь современные супруги: совместное исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения и АНО «Национальные приоритеты». URL: <https://wciom.ru/expertise/semeinyi-konsensus-kak-strojat-zhizn-sovremennye-suprugi> (дата обращения: 08.08.2023).

¹⁶ Детское счастье: вчера и сегодня: результаты опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, приуроченного ко Дню защиты детей в 2023 году. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/detskoe-schaste-vchera-i-segodnja> (дата обращения: 08.08.2023).

нальна, рационализировала сферу политического взаимодействия путем схематизации и упрощения политического пространства, интерпретации политических событий и фактов, часто опираясь на эмоциональные способы воздействия на массовое сознание, действовала по принципу веры, а не рационального осмысления предлагаемого в контексте идеологического проекта видения будущего.

3. Востребованность идеологических конструкций и идеологических практик взаимодействия на современном этапе оказалась связана с институциональной неопределенностью, утратой актуальности многими институциональными практиками, которые ранее поддерживали социальный и политический порядок. Обращение к идеологическим конструктам характерно как для политических элит, так и для самого общества. Политические элиты или претендующие на данный статус иные политические акторы пытаются за счет опоры на «мнение большинства», привлечение «энергии масс» обеспечить консенсус вокруг транслируемых ими решений, сохранить властное влияние. Общество пытается найти ценностные основания для консолидации усилий для достижения целей, которые требуют коллективного соучастия и действия.

4. В условиях доминирования информационного типа общества, возрастающего влияния на политический процесс экономических акторов, теневизации процесса образования политических элит и сохраняющейся гетерогенности общества возрастают риски инверсионной интерпретации классических идеологических концептов в угоду ситуативным, порой даже узкокорпоративным, интересам, риски усугубления конфликта личностной и идеологической иден-

тификации, деструктивного идеологического воздействия, поляризующего политическое пространство. Перечисленные риски не отрицают саму необходимость поиска консолидирующих общественное сознание ценностей. Более того, противостоять перечисленным деструктивным тенденциям оказывается возможным путем, в первую очередь, идеологического конструирования, поэтому востребованность идеологии как вида политического дискурса будет возрастать.

5. Пути предупреждения риска деструктивного применения регулирующего и мотивационного потенциала идеологии с учетом особенностей ее функционирования как вида массового политического дискурса на современном этапе могут быть:

- четкое понимание на стадии идеологического конструирования, в какую институциональную картину будут имплицированы предлагаемые идеологические концепты. В условиях информационного общества без четкого понимания конкретных институциональных способов воплощения идеологических установок в социальную реальность любой идеологический проект становится пустой оболочкой, симулякром, деструктурирующим политическое пространство и политический дискурс;
- при идеологическом конструировании сегодня важно опираться не на абстрактные ценности, допускающие множественную интерпретацию, а на «тонкие» (М. Уолцер) ценности, которые пронизывают социальный, культурный опыт разных поколений и социальных групп, не допуская вольной интерпретации. Такие ценности могут адаптироваться к разным реалиям, не теряя своего смыслового наполнения и регулирующего потенциала. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Малинова О. Ю.** Концепт идеологии в современных политических исследованиях // *Политическая наука*. 2003. № 4. С. 8–30. EDN **FLWRYX**.
2. **Демин И. В.** Философский и социально-политический аспекты проблемы идеологии // *Вестник Московского университета. Серия 7: Философия*. 2022. № 3. С. 68–86. EDN **НАСНУW**.
3. **Малинова О. Ю.** О методологических трудностях работы с понятием “идеология” // *Вопросы философии*. 2023. № 2. С. 5–9. DOI **10.21146/0042-8744-2023-2-5-9**. EDN **GTOLME**.

4. **Мартыанов В. С., Вахрушева Е. А., Киселев К. В., Ильченко М. С., Панкевич Н. В., Старцев Я. Ю., Фан И. Б., Фишман А. Г.** Россия в поисках идеологий: трансформация ценностных регуляторов современных обществ : монография. Москва : Издательство “Политическая энциклопедия”, 2016. 334 с. EDN **WMVPAJ**.
5. **Мусихин Г.** Очерки теории идеологий : монография. Москва : Высшая школа экономики, 2013. 288 с. EDN **UNQKMD**.
6. **Розенко С. В.** Развитие экстремистской идео-

логии в Российской Федерации: аспекты противодействия и наказуемости // *Правовая культура*. 2017. № 2 (29). С. 34–41. EDN **ZAGICX**.

7. **Ковалев О. Г.** Противодействие современному терроризму, экстремизму, националистической и неонацистской идеологии: пенитенциарные аспекты // *Профессиональное юридическое образование и наука*. 2022. № 4 (8). С. 46–49. EDN **DJMXXK**.

8. **Бируля А. С.** Государственная идеология в современной России: миф или реальность? // *Вопросы российской юстиции*. 2022. № 18. С. 82–99. EDN **ZWYYCX**.

9. **Мусаелян А. А.** К вопросу об отсутствии в России государственной идеологии // *Вестник Пермского университета. Юридические науки*. 2022. № 55. С. 6–21. DOI [10.17072/1995-4190-2022-55-6-21](https://doi.org/10.17072/1995-4190-2022-55-6-21). EDN **HVJWJS**.

10. **Козырев М. С.** Идеология в социальной структуре современной России : монография. Москва, Берлин : ООО “Директмедиа Паблишинг”, 2020. 471 с. EDN **TNRMKB**.

11. **Бессонова О. Э.** Идеология в общественном развитии России: новый ракурс // *Социологические исследования*. 2022. № 1. С. 17–29. DOI [10.31857/S013216250017233-9](https://doi.org/10.31857/S013216250017233-9). EDN **LONXGG**.

12. Арон Р. Опиум интеллектуалов // *Логос*. 2005. № 6 (51). С. 182–205. EDN **XESLCV**.

13. Гирц К. Интерпретация культур : монография. Москва : Издательство “Российская политическая энциклопедия”, 2004. 559 с. EDN **QOCQVP**.

14. **Соловьев А. И.** Политическая Идеология: логика исторической эволюции // *Полис. Политические исследования*. 2001. № 2. С. 5–23. EDN **ESCTPT**.

15. **Мусихин Г. И.** Дискурсивный анализ идеологий: возможности и ограничения // *Полис. Политические исследования*. 2011. № 5. С. 128–144. EDN **OHRWRH**.

16. Матц У. Идеологии как детерминанта политики в эпоху модерна // *Полис. Политические ис-*

следования. 1992. № 1-2. С. 130–142. EDN **EQVPFV**.

17. **Мартьянов В. С., Ильченко М. С.,** Гартман Д., Сассен С., Паскаль Г., Каминер Т., **Кропотов С. А., Круглова Т. А., Меерович М. Г., Черняева Н. А.** Постфордизм: концепции, институты, практики : монография. Москва : Издательство “Политическая энциклопедия”, 2015. 279 с. EDN **UTIIGN**.

18. Крауч К. Постдемократия : монография. Москва : Высшая школа экономики, 2010. EDN **QOKZBX**.

19. **Розин В. М.** Генезис европейского государства (обдумывая книгу Мартина Кревельда “Расцвет и упадок государства”) // *Культура культуры*. 2020. № 4. С. 2 EDN **GTUNYK**.

20. **Беляев М. А.** Делиберативная модель демократии: базовые принципы и проблемы реализации // *Труды Института государства и права*. 2019. Т. 14, № 3. С. 79–95. DOI [10.35427/2073-4522-2019-14-3-belyaev](https://doi.org/10.35427/2073-4522-2019-14-3-belyaev). EDN **QONTER**.

21. **Линде А. Н.** Сохранение личности в информационных обществах: применение подхода Ю. Хабермаса // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 2019. Т. 12, № 2. С. 114–133. DOI [10.21638/spbu12.2019.201](https://doi.org/10.21638/spbu12.2019.201). EDN **CDDZNR**.

22. **Наумкин В. В.** Модель не-Запада: существует ли государство-цивилизация? // *Полис. Политические исследования*. 2020. № 4. С. 78–93. DOI [10.17976/jpps/2020.04.06](https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.06). EDN **TPQYUS**.

23. Пикетти Т. Капитал и идеология: глобальный взгляд на режимы неравенства // *Социологические исследования*. 2021. № 8. С. 140–153. DOI [10.31857/S013216250015273-3](https://doi.org/10.31857/S013216250015273-3). EDN **ZLECGH**.

24. Закария Ф. Будущее свободы: нелиберальная демократия в США и за их пределами : монография. Москва : Ладомир, 2004. EDN **QODHMH**.

25. NORTON, A. R. (1996). Thick and thin: Moral argument at home and abroad. *Ethics & International Affairs*, (10), 203–205. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7093.1996.tb00012.x>.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Сони́на Екатерина Олеговна – кандидат политических наук; Уральский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации — доцент кафедры государственного управления и политических технологий (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66); soninaeo@gmail.com. AuthorID РИНЦ: **679787**, ORCID: **0000-0002-0851-1011**.

Статья поступила 18.08.2023; рецензия получена 15.09.2023; принята к публикации 17.10.2023.

CONSTRUCTING IDEOLOGICAL DISCOURSE IN INFORMATION SOCIETY

E. O. Sonina^a

^a Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Ekaterinburg, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. Recently, discussions about the role and significance of ideology, about its capabilities as a socio-political regulator, about the causes of aggregation of destructive ideologies in political discourse and possible ways to counteract their influence have become more relevant. At the same time, the multidimensional nature and ambiguity of the concept of ideology itself, the peculiarities of its functioning as a type of mass political discourse, the risks of ideological construction arising in this regard in the conditions of the information society are often overlooked.

Methods. The research is based on the methods of neo-institutional (discursive and constructivist institutionalism) and discursive analysis, socio-cognitive approach. The author proceeds from the understanding of ideology as a complex, hybrid cognitive-discursive social phenomenon, which, on the one hand, is conditioned by social values, needs, expectations, social characteristics of various political actors, on the other hand, is based on discursive practices of influencing public consciousness. The empirical basis of the research consists of the current data from cross-country comparative sociological studies and public opinion monitoring.

Results. The author systematizes the key features of ideology as a type of mass political discourse, the factors influencing the relevance of ideology at the present stage, the features of the functioning of ideology as a type of discourse in the information society, the risks associated with it. It is noted that in the conditions of transformation of classical political institutions, rethinking of their functions and tasks, the continuing high degree of uncertainty and increasing competition of the agendas of political actors adhering to different (sometimes even conflicting) values, the demand for ideology as a form of political discourse will only increase. At the same time, the active diffusion of information technologies into various spheres of society, and in a number of countries the increasing influence of economic agents on political processes, shadowization of the political elites formation, strengthening of the emotional component in politics lead to an aggravation of the risks of inversion interpretation of ideological concepts and destructive ideological influence. The author suggests possible ways to eliminate these risks.

KEYWORDS: ideology, ideological construction, political discourse, information society, mass political participation, political institutions, political values.

FOR CITATION: Sonina, E. O. (2023). Constructing ideological discourse in information society. *Management Issues*, 17(6), 5–18. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-5-18>

REFERENCES

1. MALINOVA, O. YU. (2003). The concept of ideology In modern political research. *Political Science*, (4), 8–30. <https://elibrary.ru/flwryx>.
2. DEMIN, I. V. (2022). Philosophical and socio-political aspects of the problem of ideology. *Moscow University Bulletin. Series 7. Philosophy*, (3), 68–86. <https://elibrary.ru/hachyw>.
3. MALINOVA, O. YU. (2023). On methodological difficulties when working with the concept “ideology”. *Voprosy Filosofii*, (2), 5–9. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2023-2-5-9>.
4. MARTYANOV, V. S., VAKHRUSHEVA, E. A., KISELEV, K. V., ILCHENKO, M. S., PANKEVICH, N. V., STARTSEV, YA. YU., FAN, I. B., & FISHMAN, L. G. (2016). *Russia in search of ideologies: Transformation of value regulators of modern societies*. Publishing house “Political Ency-

lopedia". <https://elibrary.ru/wmvpaaj>.

5. MUSIKHIN, G. (2013). *Essays on the Theory of Ideologies*. High School of Economics. <https://elibrary.ru/unqkmd>.

6. ROZENKO, S. V. (2017). The development of the extremist ideology in the Russian Federation: Aspects of the response and the blameworthiness. *The Legal Culture*, (2), 34–41. <https://elibrary.ru/zagicx>.

7. KOVALEV, O. G. (2022). Countering modern terrorism, extremism nationalist, and neo-nazi ideology: Penitentiary aspects. *Professional Legal Education and Science*, (4), 46–49. <https://elibrary.ru/djmxkx>.

8. BIRULYA, A. S. (2022). State ideology in modern Russia: Myth or reality?. *Questions of Russian Justice*, (18), 82–99. <https://elibrary.ru/zwyycx>.

9. MUSAYELYAN, L. A. (2022). On the absence of state ideology in Russia. *Vestnik Permskogo Universiteta. Yuridicheskie Nauki*, (55), 6–21. <https://doi.org/10.17072/1995-4190-2022-55-6-21>.

10. KOZYREV, M. S. (2020). *Ideology in the social structure of modern Russia*. DirectMedia Publishing LLC. <https://elibrary.ru/tnrmkb>.

11. BESSONOVA, O. E. (2022). Ideology in social development of Russia: New view. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, (1), 17–29. <https://doi.org/10.31857/S013216250017233-9>.

12. ARON, R. (2005). Opium of the intellectuals. *Logos*, (6), 182–205. <https://elibrary.ru/xeslcv>.

13. GIERTZ, K. (2004). *Interpretation of cultures*. Publishing house "Russian Political Encyclopedia". <https://elibrary.ru/qocqvp>.

14. SOLOVIEV, A. I. (2001). Political ideology: The logic of historical evolution. *Polis. Political Studies*, (2), 5–23. <https://elibrary.ru/esctpt>.

15. MUSIKHIN, G. I. (2011). Discourse analysis of ideologies: Possibilities and limitations. *Polis. Political Studies*, (5), 128–144. <https://elibrary.ru/ohrwrh>.

16. MATZ, W. (1992). Ideologies as determinant

of modern politics. *Polis. Political Studies*, (1-2), 130–142. <https://elibrary.ru/eqvpfv>.

17. MARTYANOV, V. S., ILCHENKO, M. S., HARTMAN, D., SASSEN, S., PASCAL, G., KAMINER, T., KROPOTOV, S. L., KRUGLOVA, T. A., MEEROVICH, M. G., & CHERNYAEVA, N. A. (2015). *Postfordism: Concepts, institutions, practices*. Publishing house "Political Encyclopedia". <https://elibrary.ru/utiign>.

18. CROUCH, K. (2010). *Post-democracy*. Higher school economy. <https://elibrary.ru/qokzbx>.

19. ROZIN, V. M. (2020). The genesis of the European state (pondering Martin Creveld's book "The rise and fall of the state"). *Culture of Culture*, (4), Article 2. <https://elibrary.ru/gtyhyk>.

20. BELYAEV, M. A. (2019). Deliberative model of democracy: Basic principles and problems of implementation. *Proceedings of the Institute of State and Law of the RAS*, 14(3), 79–95. <https://doi.org/10.35427/2073-4522-2019-14-3-belyaev>.

21. LINDE, A. N. (2019). The safekeeping of the personality in the information societies: The application of the approach of J. Habermas. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 12(2), 114–133. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2019.201>.

22. NAUMKIN, V. V. (2020). Non-west model: Does the civilization-state exist?. *Polis. Political Studies*, (4), 78–93. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.06>.

23. PIKETTY, T. (2021). Capital and ideology: A global perspective on inequality regimes. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, (8), 140–153. <https://doi.org/10.31857/S013216250015273-3>.

24. ZAKARIA, F. (2004). *The future of freedom: Illiberal democracy in the united states and beyond*. Ladimir. <https://elibrary.ru/qodhmf>.

25. NORTON, A. R. (1996). Thick and thin: Moral argument at home and abroad. *Ethics & International Affairs*, (10), 203–205. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7093.1996.tb00012.x>.

AUTHORS' INFORMATION:

Ekaterina O. Sonina – Ph.D. of Political Sciences; Ural Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration — *associate professor of the Department of Public Administration and Political Technologies* (66, 8 Marta St., Ekaterinburg, 620144, Russia); soninaeo@gmail.com. RSCI AuthorID: 679787, ORCID: 0000-0002-0851-1011.

The article was submitted 08/18/2023; reviewed 09/15/2023; accepted for publication 10/17/2023.

ЭКОНОМИКА и УПРАВЛЕНИЕ

ECONOMICS and MANAGEMENT

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ E-COMMERCE

Р. Н. Магомедова^а

^а Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
(Москва, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. Процессы цифровизации в последние годы наиболее активно внедряются во все сферы жизнедеятельности человека. Меняется многое, в том числе и потребительское поведение населения. На формирование потребительского поведения влияют различные источники. В целом можно говорить об изменении потребительской парадигмы с приобретения товаров на приобретение услуг. Изменению подверглась и форма получения рекомендаций по покупке товаров, в связи с увеличением и расширением информационных каналов. Потребители стали более требовательными к качеству товаров и к продавцу, а также к условиям совершения покупки. В век цифровых технологий меняется и путь до покупки, становясь более информативным, так как пользователям стал доступным большой объем информации и возможность изучения различных каналов/источников. Так как удобство онлайн-шопинга признано пользователями, то усилилась роль социальных медиа, как для продавцов, которые активно продвигают свой товар, так и для потребителей, которые могут использовать опыт других покупателей интересующего товара/услуги. У покупателей по итогу совершения покупки формируется покупательский опыт, которым люди стали активнее делиться, рекомендуя или предостерегая других потенциальных покупателей товара.

Материалы и методы. В качестве материалов исследования использовались труды отечественных и зарубежных авторов по теме исследования, материалы и данные специализированных исследовательских компаний России и зарубежья. Методами исследования послужили анализ, синтез, поиск и структурирование вторичной информации, наблюдение экономических явлений.

Результаты. В статье представлены наиболее важные аспекты, связанные с трансформацией потребительского поведения. Рассмотрено и дополнено понятие «потребительское поведение», выделены факторы, влияющие на потребительское поведение, показана трансформация поведения потребителя, а также отражены этапы трансформации ожиданий потребителей. Кроме того, представлена прогнозная форма совершения онлайн-покупок потребителями, основанная на виртуальной реальности. Рассмотрены инструменты продвижения до цифровизации и в период ее активного внедрения. Важными составляющими совершения онлайн-покупок главным образом стали: развитие интернета, что позволяет пользователям больше времени проводить в глобальной сети; конфиденциальность и защита персональных данных; актуализированные инструменты продвижения; широкий ассортимент; удобство использования и скорость получения заказов.

Обсуждение. В ходе исследования становится очевидным, как покупатель является своего рода мини-регулятором качества оказываемых услуг и реализовываемой продавцом продукции, так как в век цифровых технологий делиться информацией о клиентском опыте становится гораздо проще. На рынке электронной коммерции заметна высокая конкуренция между платформами, товарами, продавцами, что подталкивает первых и последних к улучшению инструментов продвижения и совершенствованию клиентского пути до покупки. В связи с изменениями на рынке электронной коммерции трансформировались и ожидания потребителей, которые стали катализатором улучшения



сервисов и качества предоставления услуг производителями и продавцами. Цифровизация вплотную вошла в жизни людей, а рынок электронной коммерции является довольно востребованным в связи с удобством и простотой его использования, что современный потребитель, для которого важными являются удобство и комфорт, стал очень ценить. Таким образом, представляется дальнейшее развитие сервиса электронных услуг, где важную роль будут играть использование технологий виртуальной реальности и искусственного интеллекта.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: потребительское поведение, цифровизация, электронная коммерция, e-commerce, трансформация, инструменты продвижения, маркетинговые инструменты, ожидания потребителей.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Магомедова Р. Н. Трансформация потребительского поведения на рынке e-commerce // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 20-34. EDN DRVDWH. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-20-34.

■ ВВЕДЕНИЕ

Трансформации в окружающем нас мире в последние три года выражаются наиболее ярко. Такой значительный переход от одного образа жизни людей к другому стоит отнести к последствиям мировой пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, а также к санкциям некоторых зарубежных стран, направленных против России. Данные события стали катализатором еще большей активации процессов цифровизации в мире в целом и в России в частности. Произошли изменения в потребительском поведении, которые и сами стали следствием трансформации инструментов продвижения, а также явились причиной этих изменений. Данные изменения и представляют интерес для изучения в рамках данной статьи. В статье, главным образом, используются такие термины, как потребительское поведение (поведение потребителей), инструменты продвижения, электронная коммерция (англ. *e-commerce*).

■ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

При проведении исследования в качестве исходных данных были использованы труды отечественных и зарубежных авторов по теме исследования, материалы Банка России; данные компании «DataReportal», специализирующейся на составлении *digital*-отчетов по разным странам; данные технологичной исследовательской компании «Mediascope», специализирующейся на медиаисследованиях и мониторинге рекламы и СМИ. В качестве методов исследования использовались методы анализа, синтеза, поиска и структурирования вторичной информации, метод наблюдения экономических явлений.

■ РЕЗУЛЬТАТЫ

Известно, что за последние три года практически каждый бизнес перешел и на онлайн-формат в том числе, а какие-то компании вовсе только онлайн и работают.

Если раньше потенциальные клиенты и покупатели привлекались посредством раздачи рекламных листовок, брошюр и посредством повышения яркости букв и увеличения размеров шрифта на баннерах, то теперь инструменты привлечения внимания покупателей и продвижения изменились разительно, что сказывается и на изменениях покупательского поведения, которое в рамках данного исследования предстоит проанализировать.

Для начала перейдем к определению понятия «потребительское поведение» или «поведение потребителей». Согласно мнению авторов Д. Энджела, Р. Блэкуэлла и П. Миниарда, потребительским поведением являются действия, осуществляемые людьми в процессе приобретения, потребления товаров и услуг и в процессе избавления от них¹. Данное определение является довольно лаконичным и емким, но, тем не менее, было бы информативнее дополнить данное определение мотивами покупки и стимулами потребителя к действиям по приобретению, потреблению товаров и услуг. Способы избавления, в целом, известны и единообразны (устарела вещь, испортилась, закончилось содержимое и т.д.).

В целом, под поведением потребителей (англ. *consumer behavior*) принято считать часть общего поведения человека, связанного с его реак-

¹ Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2007. 944 с.

цией на маркетинговые стимулы². Здесь упомянуты стимулы, но данное определение акцентирует внимание на том, что исключительно маркетинговые инструменты являются катализатором проявления потребительского поведения человека, но ведь потребительское поведение складывается не только из-за влияния продвижения, но и из внутренней и внешней мотивации, культурных особенностей, окружения, места работы/учебы и многого другого.

И. В. Алешиной потребительским поведением признается деятельность, связанная с вовлечением в обретение, потребление и избавление от продуктов, услуг, идей, которая включает в себя процессы по принятию решений, предшествующие и последующие этой деятельности³. В целом, данное определение раскрывает сущность потребительского поведения, так как здесь указана вся цепочка действий («...процессы ..., предшествующие и последующие...»), но ведь потребительское поведение еще и представляет собой объекты желаний, которые недоступны, но к которым хотя бы косвенно пытается приблизиться потребитель.

Ф. Котлер называет потребительским поведением процесс выбора или приобретения и распоряжения товаров, услуг, идей отдельными покупателями, группами и организациями для удовлетворения своих потребностей и желаний⁴. В данном случае можно выделить два основных момента. Первый: потребительским поведением сложно назвать исключительно процесс выбора или приобретения и распоряжения различной продукцией, ведь это может быть и просто потребительским желанием, к которому стремится потенциальный покупатель, заведомо полагая, что приобрести данный объект желания не получится. Например, человек хочет приобрести себе большую яхту, которая является объектом его желаний, но его доход не позволяет совершить данную покупку, даже через 20 лет упорного труда на данном месте работы, но, тем не менее, человек проходит курсы яхтинга, приобретает соответствующую форму, следит за всеми новы-

ми моделями яхт, которые выходят в свет, и т.п. Таким образом, потребительское поведение не есть исключительно выбор или приобретение и распоряжение, это может быть и выражением внутренних желаний. Второй основной момент: «потребительское поведение ... для удовлетворения своих потребностей и желаний». Не всегда итогом потребительского поведения является получение удовлетворения, ведь потребитель может приобрести что-либо, заведомо зная, что никакого удовлетворения приобретаемое ему не принесет, но берет его только потому, что все берут, или это выгодное предложение, или по наущениям окружения. Например, девушка покупает красивые туфли, которые меньше ей на несколько размеров, только потому, что на них действует скидка. Позже эти туфли на полке начинают «давить» на сознание, так как надеть их не получится, подарить кому-либо жалко, место занимают и т.д. Данная покупка не приносит удовлетворения, а, напротив, способствует увеличению беспокойности потребителя.

Г. М. Россинская определяет поведение потребителя как одну из разновидностей экономического поведения, подразумевающую осознанность действий потребителя в сферах обращения и потребления в целях удовлетворения собственных потребностей, а также действий, предшествующих этому намерению, и результаты этих действий, характеризующие степень удовлетворенности потребителя⁵. В данном определении довольно точно сказано о том, что потребительское поведение характеризует степень удовлетворенности потребителя, ведь не всегда удовлетворенность может быть достигнута совершенными действиями по приобретению продукции. Но стоит отметить, что потребительское поведение не всегда есть перечень осознанных действий, многие покупки совершаются импульсивно и совершенно не осознанно, как следствие влияния на различные уловки со стороны продавцов: низкая цена, хорошее описание, упоминание об ограниченности товара; а также вследствие влияния окружения. Например, две подруги проходили мимо магазина с женской одеждой, совершенно не планируя никакие покупки, и вдруг одна из них предлагает другой войти в магазин, после они нахо-

² Тимохина Г. С. Поведение потребителя: учеб. пособие / Г. С. Тимохина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 1. 138 с.

³ Алешина И. В. Поведение потребителей: учебник / И. В. Алешина. М. : Экономистъ, 2006. 525 с.

⁴ Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб. : Питер, 2006. 464 с.

⁵ Россинская Г. М. Экономическое поведение потребителя: методологический аспект // Российский экономический интернет-журнал. 2006. Вып. 3. URL: <https://www.e-rej.ru/Articles/2006/Rossinskaya.pdf> (дата обращения: 21.03.2023).

дят какой-то элемент одежды, который, по словам продавца-консультанта, остался в единственном экземпляре и с хорошей скидкой, а одна подруга стала нахваливать эту вещь другой, что та ее купила, только потому что «выгодно», а уже дома поняла, что это совершенно неоправданная, непланируемая покупка вещи, которая, ко всему прочему, ей совершенно не идет. То есть момент совершения покупки – в данном случае момент отключения осознанности.

Г. С. Тимохина раскрывает понятие «поведение потребителей» в качестве деятельности потребителей и считает, что в его основе лежит процесс принятия решений, связанный с абстрактной, физической, интеллектуальной деятельностью и с творчеством, в ходе которого проявляется неповторимость, оригинальность подходов к принятию решений, которые обусловлены такими особенностями потребителя, как индивидуальные и социокультурные⁶. В данном определении говорится о неповторимости и об оригинальности подходов к принятию решений, но ведь масс-маркеты с большим успехом продают большие партии одинаковых вещей потребителям, благодаря зачастую единообразной маркетинговой стратегии для различных категорий потребителей. Как отметили Д. С. Бенц, А. В. Попова и Д. Р. Утегенова, предпочтения потребителя сугубо индивидуальны, но всех потребителей объединяет некая общность⁷.

Предложим авторское определение понятия «поведение потребителей». Итак, поведение потребителей – это деятельность индивида,

группы людей или организаций по формированию потребительского опыта, вследствие приобретения, распоряжения и избавления от товаров (работ, услуг), на которую оказывают влияние различные источники информации и мотивы для удовлетворения потребностей, а также формируя необходимость в удовлетворении выгод от покупки и реализации желаний (мечтаний).

Потребительское поведение в процессе формирования можно подразделить на фазы. Россинская Г. М. выделила три фазы потребительского поведения (рис. 1). Данные фазы отражают путь до покупки.

Стоит заметить, что потребительское поведение с течением времени активно меняется, особенно разительно данные изменения начали проявляться с началом пандемии. Если раньше люди сначала покупали продукты, потом начали заказывать продукты на дом, то теперь потребительское поведение изменилось с продуктов на доставку готовой еды. Или, например, раньше люди покупали все необходимое для уборки дома (веники, тряпки, швабры и т.д.), позже начали покупать технику для уборки, которой управляли сами (проводные пылесосы), далее стали приобретать технику, которая сама начала убираться, без вмешательства человека (роботы-пылесосы, роботы мойщики окон) и заказывать все необходимое для уборки с доставкой на дом, то на данный момент потребители стали предпочитать убранный дом, то есть заказывают уборку клининговой компании. Изменение потребительского поведения произошло с товаров на услуги.

В. Н. Чекарь и Д. М. Ворошиловой сгруппированы основные направления изучения поведения потребителей в четыре ряда: исследование потребительских привычек и предпочтений, исследование процесса принятия решения, исследование уровня удовлетворенности и ло-

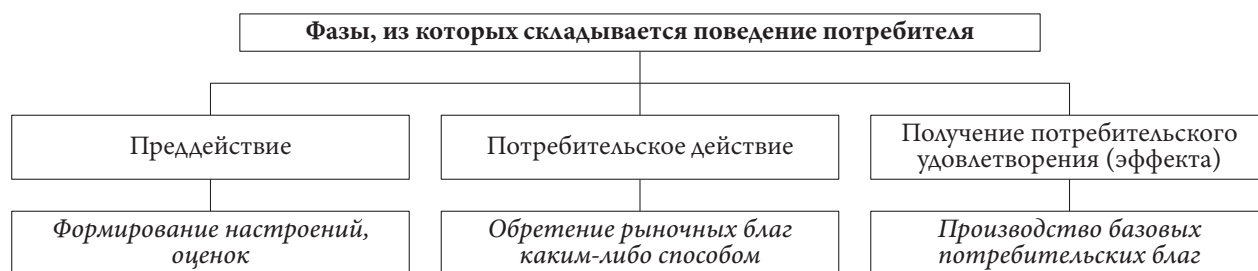


Рис. 1. Фазы потребительского поведения по Г. М. Россинской

Fig. 1. Phases of consumer behavior according to G. M. Rossinskaya

альности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента [1, с. 175].

Потребительское поведение формируется вследствие множества факторов. На потребительское поведение индивида оказывают влияние род его деятельности, а также психологические факторы (мотивация, убеждения, восприятие, установки и обучение)⁸. В целом, Ф. Котлер выделяет четыре вида факторов, оказывающих влияние на потребительское поведение: культурные, социальные, личностные, психологические⁸. Также в качестве факторов, влияющих на поведение потребителей, стоит выделить: личные пристрастия, вкусы; личная заинтересованность в приобретении товара; полезность продукта; цена [2, с. 89].

И. В. Алешина раскрывает модель потребительского поведения, отталкиваясь от жизненного стиля потребителя, на который оказывают влияние внутренние и внешние факторы поведения. Вкупе создаются отношения и потребности, которые формируют цепочку процесса покупки, начиная с осознания проблемы/потребности, дальнейшего проведения информационного поиска, оценки и выбора альтернатив, выбора источника покупки и совершения самой покупки и, напоследок, участие в послепокупочных процессах. Вся эта цепочка формирует определенный опыт, которые также оказывают влияние на жизненный стиль потребителей⁹.

Представим на рисунке 2 наиболее распространенные и основные факторы, влияющие на потребительское поведение.

В целом, на формирование поведения потребителя имеют влияние две группы факторов: внутренние и внешние (рис. 2). К внутренним факторам, в первую очередь, стоит отнести потребности самого потребителя, его желания, его возможности, а также особенности его личностных качеств, которые формируют представления о хороших/нужных/важных товарах для себя и своего окружения (семьи, друзей и т.д.). К внешним факторам, главным образом, необходимо отнести информацию (это может быть различного рода информация: политическая/экономическая (например: в Россию из-за внешних санкций перестал осуществляться ввоз

определенных иномарок), социальная (например: покупка питьевой воды в микропластике вредит здоровью человека и природе), и т.п.), реклама (как от электронных источников информации (реклама на сайтах, на телевидении, на радио, персональные письма и предложения, реклама в социальных сетях), так и от лидеров мнений (блогеры, инфлюенсеры)), рекомендации (зачастую делится рекомендациями близкое окружение потребителя (его семья, друзья, коллеги)), окружающая среда (обстановка в населенном пункте, городе, стране, мире). Впоследствии генерации данных по обоим факторам у потребителя начинает формироваться желание к приобретению и готовность к покупке. На данном этапе происходит выбор альтернатив на рынке электронной коммерции: выбор между площадками для покупки, выбор между продавцами, выбор между товарами, способами оплаты и доставки. После оформления заказа, оплаты и получения товара у потребителя формируется индивидуальный потребительский опыт, который может отличаться от потребительского опыта любого другого покупателя именно этого товара, приобретенного на одной и той же электронной площадке и у одного и того же продавца. Это может быть связано с представлениями, ожиданиями потребителя о товаре, его личностными качествами и мотивацией к покупке.

Потребительское поведение сопровождается принятием потребительских решений, на принятие которых воздействуют, помимо экономических факторов, подверженность привычкам, ценностям и установкам, а также индивидуально-психологические особенности потребителей [3, с. 71].

Потребительское поведение претерпело некоторую трансформацию, в связи с цифровизацией большинства видов деятельности человека.



Рис. 2. Факторы, влияющие на потребительское поведение

Fig. 2. Factors influencing consumer behavior

⁸ Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Питер, 2006. 464 с.

⁹ Алешина И. В. Поведение потребителей: учебник / М.: Экономистъ, 2006. 525 с.

Если раньше потребитель в своем выборе отталкивался от имеющихся у себя/семьи потребностей и возможностей, а также доступности (точек продаж, товаров), то теперь же в данном перечне доступность уступила место желаниям и фактору комфортной и удобной покупки. В современном мире, когда процессы купли и продажи перешли в онлайн-формат, покупать стало значительно удобнее. Да, безусловно, специализированные магазины и магазины «у дома» пользуются популярностью и потребители приходят туда вживую в том числе. Но ряд подобных магазинов добавили в перечень предлагаемых услуг возможность заказать все необходимые товары, продукты, бытовую химию и тому подобное онлайн, посредством использования мобильного приложения с возможностью курьерской доставки на дом в кратчайшие сроки (зачастую доставка занимает с момента оформления заказа один час) либо в определенный, указанный покупателем, временной интервал.

Рассматривая изменения того, чем руководствовался потребитель в своем выборе несколько лет назад и чем руководствуется сейчас, также можно пронаблюдать изменения ряда критериев. Если раньше, приходя в конкретный магазин, либо тот, что поближе к дому, либо в специализированный, то, несмотря на наличие списка определенного перечня товаров, которые потребителю приобрести необходимо (кроме наличия определенного перечня категорий товаров, в данном контексте имеются в виду также и определенные производители, определенный вес и объем товаров), в итоге приходится брать то, что имеется в наличии, и учитывать имеющийся в магазине ассортимент. Зачастую какие-то наиболее популярные товары могли быстро скупаться, и, когда человек после работы приходил в магазин, ему приходилось брать оставшуюся альтернативу тому, что изначально хотелось купить. Идти в другие магазины и искать именно тот товар, который запланирован, у большинства потребителей не имелось ни времени, ни желания. Сюда же входит и удобство расположения магазина. К примеру, потребитель, зная, что через несколько домов от места его непосредственного проживания есть другой магазин, где, вполне вероятно, имеется в наличии именно тот товар, который ему нужен, а в магазине возле его дома есть альтернатива данному товару, но немного отличающаяся объемом/весом/составом/упа-

ковкой/ценой, он с большей вероятностью приобретет альтернативу, так как для потребителя до повсеместной цифровизации важным было удобное расположение магазина.

Что же происходит сейчас? Для современного потребителя отличительной чертой стала избирательность и возможность сравнивать товары, не покидая своего комфортного расположения покупать именно то, что нужно. Цифровизация удовлетворила этот запрос и позволила потенциальному покупателю со своего смартфона заходить в несколько мобильных приложений и сравнивать одни и те же товары на предмет их наличия, количества единиц, рейтинг товаров, стоимости (а также выгоды потребителя от приобретения этого товара именно в этом приложении) и сроков доставки. Указанный перечень критериев подразумевает под собой: логистику, программу лояльности, рейтинг товаров (отзывы о товаре в этом онлайн-сервисе и оценка потребителей данного товара в данном онлайн-магазине), наличие выгодных предложений (акционные товары, скидки, бонусы за покупку). Кроме того, стоит отметить, что современного потребителя отличает от потребителя прошлых лет озабоченность об окружающей среде, озабоченность о своем здоровье, а также отзывы и рекомендации блогеров и инфлюенсеров, к мнению которых потребитель прислушивается. Данную трансформацию отобразена в таблице 1.

Цифровизация сегодня переписывает правила игры в сфере бизнеса и потребительского рынка. Она предоставляет потребителям новые инструменты и возможности, меняя их поведение и ожидания от товаров и услуг.

С появлением интернета и цифровых платформ потребители получили доступ к бесчисленным источникам информации о товарах и услугах. Они могут сравнивать цены, читать отзывы, исследовать характеристики продуктов до того, как сделать выбор. Это изменяет путь до покупки (customer journey) и делает его более информированным.

Онлайн-шопинг стал неотъемлемой частью повседневной жизни многих потребителей. С возможностью покупки товаров и услуг через интернет, а также с развитием электронных платежных систем потребители предпочитают онлайн-покупки. Социальные медиа играют значительную роль в формировании потреби-

Таблица 1 — Трансформация поведения потребителя в связи с распространением процессов цифровизации
Table 1 — Transformation of consumer behavior due to the spread of digitalization processes

Потребитель в своем выборе	Степень распространения процессов цифровизации	
	до глобальной цифровизации	во время повсеместной цифровизации
От чего отталкивается	Потребности; возможности; доступность	Потребности; возможности; желания; удобство и комфорт
Чем руководствуется	Наличие товаров; удобство расположения; имеющееся предложение и ассортимент	Программа лояльности; выгодное предложение (акции или скидки); рейтинг товаров (отзывы); логистика

тельских предпочтений и поведения. Пользователи активно делятся своими впечатлениями от продуктов и услуг, а также получают рекомендации от друзей и знакомых. Многие компании также используют социальные медиа для продвижения своих товаров и взаимодействия с клиентами.

Цифровизация позволяет компаниям собирать и анализировать огромные объемы данных о потребителях. Это позволяет создавать персонализированные предложения и рекомендации, а также оптимизировать процессы маркетинга и продаж. Потребители в свою очередь ожидают более персонализированных и релевантных предложений.

Поведение пользователей различными сайтами анализируется, накапливается и подстраивается под посетителей. Действия сайтов основаны на алгоритмах машинного обучения, благодаря чему система, выделяя необходимые факторы из взаимодействий пользователя с сайтом, предсказывает и предлагает с высокой точностью необходимые варианты [4, с. 547]. Так выглядят персонализированные предложения.

Потребитель и его поведение переменчивы¹⁰. Они могут меняться значительно и радикально в связи с различными внешними и внутренними аспектами. Потребитель зачастую отличается своим непостоянством.

Благодаря развитию средств массовой телекоммуникации действия каждого человека пристальнее отслеживаются [5, с. 100], что позволяет наблюдать и анализировать перемены в поведении потребителя и смену его отношения к различным благам.

Й. Шумпетер отмечал, что блага бывают нескольких порядков и только готовое к потреблению благо становится для потребителя благом

первого порядка, более ценным и желанным¹¹ (например, готовая еда, а не продукты; чистый дом, а не швабра и веник).

Стоит также отметить особенность, связанную со все ускоряющимся ритмом жизни, когда покупатель соглашается на многое из предлагаемых ему товаров. Это происходит не случайно. Из-за все большего отсутствия времени на детальный разбор имеющихся на рынке предложений покупатель соглашается на ему предложенное. Такое предложение составляется благодаря обширной клиентской базе и имеющегося объема информации о потребительских запросах, покупках, интересах. Составляется точный индивидуальный портрет потребителя и составляется таргетированная реклама, которая зачастую угадывает желания потребителя и предлагает ему их¹².

Кроме того, потребители окружены огромным потоком информации, из-за чего стали автоматически пролистывать новости или лонгриды, в связи с чем большую популярность имеют именно мессенджеры, позволяющие устанавливать более тесный контакт с потребителем [6, с. 169]. В мессенджерах распространяются фото-/видеоматериалы продукции с их лаконичным, емким текстом о составе, размере и пользе.

В связи с тем, что меняются инструменты продвижения и коммуникации с потребителями, меняется и поведение последних: изменены места оформления заказов, изменились товары потребления (расширилась их линейка), способы получения и способы оплаты также претерпели некоторые изменения, а также время оформления заказов. Высокая клиентоориентированность онлайн-ритейл-платформ ведет к тому, что потребители стали оформлять заказы и совершать покупки во время проезда в транспор-

¹¹ Там же.

¹² Экосистемы: подходы к регулированию. Доклад для общественных консультаций. М.: Банк России, 2021. 2 апреля. 46 с.

¹⁰ Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 181 с.

те, ночью, рано утром (во время сборов на работу/учебу), то есть во время, когда до обширного использования онлайн-платформ совершить покупку офлайн было довольно проблематично. Сейчас же не имеет никакого значения место, время и обстоятельства нахождения потребителя для совершения покупок онлайн.

Формированию покупательского опыта способствуют ожидания потребителя от совершаемой покупки. Последние несколько лет происходили значительные трансформации ожиданий потребителей, так как менялось развитие рынка электронной коммерции. Автором предпринята попытка представить этапы трансформации ожиданий потребителей и связанные с этими трансформациями изменения рынка электронной коммерции:

- *до повсеместной цифровизации*: реальность = реальность;
- *в начале повсеместной цифровизации*: ожидания > реальность;
- *во время развития повсеместной цифровизации*: ожидания = реальность;
- *после 2025 года*: виртуальная реальность = реальность.

Так, автором выделены три этапа трансформации потребительских ожиданий и представлен прогноз, связанный с развитием рынка электронной коммерции.

Первый этап – до повсеместного внедрения процессов цифровизации и развития рынка электронной коммерции, который характеризуется как «Реальность = Реальность»: покупатель приходил по собственному желанию в определенный магазин, видел воочию ассортимент товаров, мог их пощупать, примерить, понюхать и т.д. и сделать свой осознанный реальный выбор. Этот выбор не нес в себе излишних ожиданий, так как товар был приобретен «вживую». Таким образом, реальность процесса покупки была оправдана имеющимся ожиданием качества самого товара.

Следующий этап разворачивается в период начала быстрого и даже неожиданного внедрения цифровизации во все сферы жизни человека, начинается активное развитие рынка электронной коммерции. Данный этап происходил в конце 2019 – начале 2020 годов, в период распространения пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 и характеризуется как «Ожидания > Реальность»: рынок электронной коммерции

не был еще готов к огромному и резкому наплыву покупателей для решения всех своих бытовых вопросов, а продавцы не были готовы к резкому переходу из офлайн-формата в онлайн. Покупатели же не были готовы к новому формату покупок в полной мере. Таким образом, многие действия происходили хаотично. Например, продавцом слабо заполнялись карточки товаров, не имелось детальной информации о характеристиках товаров, было мало фотоматериалов товаров, и они не были достаточно информативными. Таким образом, ожидания у клиентов не совпадали с реальностью. Более того, происходили перебои с логистикой: задержка товаров, приезжал не тот товар или среди заказа из множества наименований чего-либо не хватало. К примеру, домохозяйка заказывает губку для мытья посуды, она выбирает из тех маркетплейсов, которые активно функционируют на тот момент (пару лет назад количество маркетплейсов в России было несколько меньше, чем сейчас), находит нужный ей товар, где на фото изображена губка, читает описание (карточку товара), где указан материал, количество в упаковке, цвет, и заказывает. Приезжает товар, не совпадающий с ожиданиями покупательницы, так как губка для мытья посуды оказывается меньших размеров, чем она ожидала. Здесь оплошность продавца, который не заполнил детальнее карточку товара с указанием размеров всех сторон губки и не сделал фотографию товара по отношению женской ладони для наглядного представления размера губки. Таким образом, ожидания покупателя были выше реально полученного товара, покупатель получил отрицательный покупательский опыт.

Третий этап – «Ожидания = Реальность» – происходит в период активного развития повсеместной цифровизации (период окончания пандемии коронавирусной инфекции). Здесь продавцы стали более внимательными к пожеланиям потребителей, научились делать более детальные описания товаров, добавлять более информативные фотоматериалы и даже стали загружать видеоматериалы товаров в том числе. Логистика налажена, налажены способы оплаты товаров, защиты персональных данных и защиты товаров. Количество электронных платформ увеличилось, начало появляться больше экосистем. Стали лучше и способы продвижения, и программы лояльности клиентов. Кроме того, сами

потребители стали внимательнее, активнее (активно делятся отзывами и проставляют рейтинг товарам/продавцам/электронным платформам), запрашивают при необходимости дополнительные параметры. Благодаря данным действиям со стороны продавцов и покупателей ожидания покупателей стали совпадать с товаром, который они в итоге получают. Стоит также постараться сделать прогноз дальнейшего развития рынка электронной коммерции и ожиданий потребителей. Так как и покупатели, и продавцы, и платформы становятся все более вовлечены в процесс цифровизации, то улучшение качества предоставляемых услуг/сервисов/товаров не заставит себя ждать, в связи со все возрастающей конкуренцией. Активно внедряются в повседневную жизнь машинное обучение, искусственный интеллект, виртуальная реальность.

Предположительно, в скором будущем покупатель сможет «заглянуть» через экран смартфона/персонального компьютера или иного устройства, чтобы во всех деталях, со всех ракурсов рассмотреть товар, меняя масштаб – приближая его и удаляя, меняя освещение. Характеризуется данный этап как «Виртуальная реальность = Реальность», когда потребитель, не покидая своего положения, может как бы одновременно почти физически находиться в желаемом магазине, подбирая товары, осматривая их со всех сторон и заказывая онлайн. Данный, прогнозный этап очень схож с первым этапом, когда можно увидеть товар со всех сторон воочию, но отличие заключается в том, что идти куда-то не нужно. Такой этап наверняка будет иметь больше положительного покупательского опыта, так как будет оправдывать ожидания от покупки полученным в итоге товаром.

Так как потребителями уже активно поддерживается (а в будущем поддержка будет еще сильнее) иммерсивный контент и иммерсивный опыт, то производители станут уделять внедрению данного инструмента еще больше внимания [7, с. 62].

Стоит также отметить изменения в форме получения рекомендаций по покупке товаров и, в целом, в части ознакомления с новой продукцией. До повсеместной цифровизации потребители узнавали о новых товарах и брендах из телевизора (реклама), от друзей/родных/близких/коллег, из рекламы на радио, от продавцов-консультантов в магазинах, которые служили информационными каналами. Но, не-

смотря на, казалось бы, обширный перечень информационных каналов, непосредственно единиц по каждому из каналов насчитывалось мало (телевизор удавалось посмотреть только после работы в течение часа-двух, во время рекламы члены семьи отходили заниматься кратковременными делами (сбор портфеля в школу, подготовка стола к ужину, закрутить подтекающий кран в ванной и многое другое), в связи с чем данный информационный канал не всегда был достаточно эффективным. Непосредственное окружение человека, зачастую немногочисленное, приводило к невысокому количеству советов по покупкам. Рекламу на радио прослушивать в машине бывало непросто из-за шума езды автомобиля или шума в салоне, а продавцы-консультанты не всегда попадались клиентоориентированные и могли забывать или не хотеть предлагать новые товары или, наоборот, бывали слишком назойливы, что покупатель не задерживался у новых прилавков и спешил уйти из магазина, чтобы прекратить контакт с навязчивым продавцом. В век цифровых технологий информационных каналов стало значительно больше и количество единиц каждого вида информационного канала гораздо шире. Цифровые потребители все большее количество времени проводят в сети Интернет и проходят по разным ссылкам, подписываются на каналы различных блогеров/магазинов, получают таргетированную адресную рекламу, заходят на разные сайты и видят всплывающие там рекламные баннеры и ролики.

Получать рекомендательно-рекламную информацию россиянам в век цифровых технологий становится гораздо проще, так как в среднем один пользователь Интернета в России имеет семь аккаунтов в социальных сетях. То есть пользователи всемирной паутины невольно получают большой поток рекламной информации, как только заходят в свои личные кабинеты или аккаунты в социальных сетях [8, с. 11]. Социальные сети, как эффективный маркетинговый инструмент, сокращают дистанцию до потребителя и позволяют охватить широкую аудиторию. Взаимодействие посредством социальных сетей повышает узнаваемость бренда/магазина/продавца/продукции, а также повышает лояльность потребителей, в том числе за счет удобства отслеживания акционных предложений, скидок, отзывов, рейтингов [9, с. 138].

Стоит также добавить, что в целях повышения лояльности клиентов фирмы, занимающиеся производством основной продукции, создают вокруг себя благоприятные условия для кооперации с компаниями, которые смогут создать сервисы, облегчающие и упрощающие взаимодействие между производителями и потребителями [10, с. 645], а также оказывающие востребованные услуги последним. Цифровые технологии позволяют подключать широкий круг компаний для удовлетворения разнообразных предпочтений потребителей [11, с. 42], что, в свою очередь, также оказывает значительное влияние на повышение лояльности потребителей и изменение фокуса их внимания с офлайн на онлайн-покупки.

Развитие интернет-технологий позволило создать новые и многочисленные коммуникационные возможности, расширяя виртуальные возможности людей [12, с. 14–15], так как основой цифровой экономики является сектор информационных технологий [13, с. 161].

Изданием «DataReportal» в 2023 году выпущен глобальный digital-отчет, где указано, что в среднем в мире за первый квартал 2023 года интернет-пользователи ежедневно проводят в глобальной сети 6 часов 35 минут¹³. В среднем, россияне ежедневно проводят в глобальной сети по 3 часа 46 минут¹⁴. В 2022 году сектор *e-commerce* стал одним из пяти наиболее популярных видов активностей пользователей в интернете¹⁵.

Интернет-торговля является самым быстрорастущим каналом приобретения товаров и услуг [14, с. 47].

Таким образом, поведение потребителей претерпело значительные изменения за последние десятилетия. На данные изменения оказывали влияние большое количество нелинейных факторов, в том числе изменения в социальной сфере, экономических условий, совершенствование технологических инноваций.

Пару десятилетий назад потребительские желания ограничивались низкой стоимостью товара/услуги, качеством товара, доступностью

товара, наличием акций и скидок, а также удобством расположения точек продаж и удобством использования товара.

С течением времени указанные факторы стали менее значимыми и уступили место другим, более современным потребительским желаниям.

Сейчас потребители стали довольно требовательными к экологической устойчивости и социальной ответственности производителей и продавцов, а также повысились требования, предъявляемые к качеству продукции и качеству оказываемых услуг.

Такое потребительское поведение можно отнести к осознанному потреблению, когда потребители руководствуются мыслью о заботе о себе, об экологии, об обществе либо отказываются от покупки каких-либо товаров, либо ограничивают их потребление [15, с. 151–152].

Стоит добавить, что потребители сейчас держат курс на лояльность к российским брендам (последствия антироссийских санкций), готовы пробовать новое, закупаются впрок товарами с длительным сроком хранения [16, с. 137].

Кроме того, потребители выбирают ресурсы, где можно совершать покупки удобно, просто, безопасно с высокой скоростью обработки заказов и быстрой, точной, удобной логистикой. Для потребителей стала важна конфиденциальность их данных при использовании сервисов, ценится индивидуальный подход и персонализация, необходима возможность выбора и контроля своих данных, наличие доступа к знаниям, гибкость и возможность настройки под свои потребности. Еще одними важными критериями при осуществлении выбора потребителями стали инновационность и технологичность.

В дальнейшем ожидается развитие нынешних тенденций, появление иных различных факторов, в том числе связанных с использованием технологии оптимизации своих потребительских привычек.

Возникновению новых методов удовлетворения клиентов способствуют возникновение новых угроз для ведения бизнеса, так как любая сфера деятельности претерпевает изменения. Для повышения конкурентоустойчивости компаниям приходится постоянно «мониторить» тенденции рынка и модифицировать свои предложения исходя из спроса потенциальных клиентов [17, с. 101], в том числе и инструменты продвижения.

¹³ Kemp S. Digital 2023 april global statshot report // DataReportal, 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot> (дата обращения: 09.08.2023).

¹⁴ Как россияне пользуются интернетом // Mediascope, 2023. URL: <https://mediascope.net/news/1567182/> (дата обращения: 10.08.2023).

¹⁵ Бороздина Н. Аудитория интернета в 2022 году // Mediascope, 2023. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/3d8/qrlhud7t7dxyzw1rhtzgx3rwk8deg7uk/2022_ИНТЕРНЕТ.pdf (дата обращения: 10.08.2023).

За последние десятилетия инструменты маркетинга значительно изменились. Ключевым моментом в трансформации инструментов продвижения, которые тесно связаны с потребительским поведением, стало развитие технологий и интернета.

Основными инструментами продвижения в начале прошлого века являлись реклама в газетах, на радио, в журналах и иной периодике, на телевидении, расклейка и раздача рекламной полиграфической продукции (флаера/визитки/буклеты), а также личные продажи и «сарафанное» радио, которое ограничивалось зачастую небольшим кругом лиц (коллеги, родные, друзья, соседи).

Данные методы трансформировались с течением времени, и на сегодняшний день в распоряжении маркетологов имеется целый арсенал современных рабочих инструментов: SEO-оптимизация, маркетинг социальных сетей (SMM), контекстная реклама, видеомаркетинг, e-mail-маркетинг, виртуальная и дополненная реальность (VR/AR), искусственный интеллект (AI), контент-маркетинг, инфлюенсер-маркетинг, вирусный маркетинг, мобильный маркетинг, блокчейн, маркетинг на основе данных, голосовой поиск, метавселенная, чат-боты.

От черно-белой рекламы на страницах газет до анализа ключевых слов – по мере внедрения новых технологий меняются и маркетинговые тенденции [18, с. 407].

■ ОБСУЖДЕНИЕ

Изучение факторов, влияющих на потребительское поведение, представляется значительным, так как на основе данных знаний каждая из сторон цифровой купли-продажи может извлечь пользу для себя. Продавцы будут более осведомленными о мотивах, которые движут потребителем, и смогут подстроить систему продвижения таким образом, чтобы путь до покупки для покупателя был приятным и коротким. Для потребителей данные знания полезны изучением вопроса собственной мотивации и возможностью отбросить лишнее и не совершать импульсивных покупок, о которых в будущем придется жалеть.

Что же касается вопроса трансформации поведения потребителя в связи с распространением процессов цифровизации, то тут опять-

таки выбор пользователей диктует новые тенденции, к которым продавцу приходится быть внимательнее, так как если внимательным не будет он, то обязательно внимание данному аспекту окажет его конкурент.

Конкуренция продавцов ведет к росту ожиданий со стороны потребителей, а также к повышенным требованиям к качеству сервиса [19, с. 13].

Растущая конкуренция является сопровождающим фактором по мере развития рынка и проникновения интернета. Вместе с тем возрастает роль потребителя, обладающего значительными знаниями [20, с. 106].

Выделение этапов трансформации ожиданий потребителей в связи с изменениями рынка электронной коммерции позволяет пронаблюдать то, как важен в век цифровых технологий положительный потребительский опыт, так как делиться мнениями в сети Интернет стало легко, а отрицательные оценки большого количества покупателей наносят значительный урон продавцу. Таким образом, покупатель является своего рода мини-регулятором качества оказываемых услуг и реализуемой продавцом продукции.

Кроме того, для тех, кто является актором на рынке электронной коммерции в качестве реализующего свои товары/работы/услуги, важно понимать, каким образом в современных реалиях лучше всего продвигать свою продукцию. Вслед за изменением потребительского поведения меняются и инструменты маркетинга. Правда, в данном контексте можно выделить и обратную трансформацию – изменение инструментов продвижения влияет на перемену потребительского поведения. Одно с другим связано тесно. В любом случае, со временем стоит идти «в ногу», так как конкуренция на рынке e-commerce высокая и активная.

Цифровизация сильно изменила ландшафт потребительского поведения. Потребители стали более информированными, требовательными и взаимосвязанными с брендами через различные цифровые каналы. Для успешных компаний это означает необходимость адаптироваться к новым реалиям, учитывая цифровые тренды и ожидания потребителей, а также используя цифровые инструменты для улучшения опыта клиентов и укрепления своей конкурентоспособности. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Чекарь В. Н., Ворошилова Д. М. Оценка потребительских предпочтений как основной элемент стратегии реализации маркетинговых проектов // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2022. № 3-2 (85). С. 174–176. DOI [10.24412/2411-0450-2022-3-2-174-176](#). EDN [WXACPU](#).
2. Медведева О. С. Основные модели потребительского поведения в современных условиях // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2019. № 5-3. С. 88–93. EDN [CQRKIE](#).
3. Злоказова Ю. В. Соотношение доходов и расходов как критерий иррациональности экономического поведения потребителя // *На страже экономики*. 2022. № 4 (23). С. 68–78. DOI [10.36511/2588-0071-2022-4-68-78](#). EDN [LMEOBT](#).
4. Позняковская А. И., Никитина О. И. Цифровизация личности // *Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК)*. 2020. № 1. С. 545–547. EDN [RQTOEN](#).
5. Шумилина В. Е., Лагутин Д. А. Информационные технологии и медиатизация общества // *Экономика России: проблемы, тенденции, прогнозы* : Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (Мельбурн, 29 декабря 2021 г.). Мельбурн : Aus-Publishers, 2021. С. 98–106. DOI [10.26526/conferencearticle_61cc296c2f4e38.40497971](#). EDN [UHCLNQ](#).
6. Сверлов А. С., Новицкая Д. Ю., Шпаковская Е. Р. Влияние электронной коммерции на поведение потребителей // *Цифровая трансформация: тенденции и перспективы* : Сборник трудов I Международной научно-практической конференции (Москва, 21 декабря 2022 г.) / под ред. Н. А. Кетовой, М. Т. Заргарян. Москва : Издательство «Мир науки», 2022. С. 167–172. EDN [LVTLAA](#).
7. Алтунина Ю. О., Аркатов П. А., Филонова А. С. Ценностные атрибуты поведения современных потребителей в контексте интегрирования цифрового маркетинга и логистики // *Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела*. 2022. № 1-2. С. 60–62. EDN [FSARUY](#).
8. Тюрин Д. В., Волкова А. О. Особенности поведения потребителей в интернет-шопинге // *Практический маркетинг*. 2021. № 3 (289). С. 11–15. DOI [10.24412/20713762202132891115](#). EDN [OZCTXD](#).
9. Михалев А. М. Значение социально-культурных и психологических факторов поведения потребителей для ведения бизнеса // *Экономика и управление: проблемы, решения*. 2023. Т. 4, № 8 (139). С. 135–141. DOI [10.36871/ek.up.p.r.2023.08.04.017](#). EDN [OAMXRH](#).
10. Третьяков О. В. Анализ факторов успеха создания, функционирования и развития цифровых экосистем в бизнесе // *Московский экономический журнал*. 2022. Т. 7, № 2. DOI [10.55186/2413046X_2022_7_2_105](#). EDN [JMRNUA](#).
11. Каленов О. Е. Развитие концепции экосистем в экономике // *Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова*. 2021. Т. 18, № 1 (115). С. 37–46. DOI [10.21686/2413-2829-2021-1-37-46](#). EDN [CZFNNU](#).
12. Габитова З. Р., Нигматулина Р. А., Мавлиханов Р. А., Вагапова А. И. Потребительское поведение в условиях цифровизации в экономике // *Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика*. 2022. № 4 (42). С. 13–18. DOI [10.17122/2541-8904-2022-4-42-13-18](#). EDN [UJHJOC](#).
13. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // *Вестник международных организаций*. 2018. Т. 13, № 2. С. 143–172. DOI [10.17323/1996-7845-2018-02-07](#). EDN [YXBNWX](#).
14. Аликперова Н. В. Поведение потребителей: современные реалии и глобальные тренды // *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019. Т. 9, № 4 (40). С. 46–51. DOI [10.26794/2226-7867-2019-9-4-46-51](#). EDN [DZKWTB](#).
15. Сагинова О. В., Завьялов Д. В., Завьялова Н. Б. Формирование паттернов ответственного потребления // *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*. 2023. Т. 14, № 1. С. 146–160. DOI [10.18184/2079-4665.2023.14.1.146-160](#). EDN [CRHLNB](#).
16. Роздольская И. В., Яковлева Л. Р., Волобуев А. А. Стратегические детерминанты клиентоцентрического маркетинга на основе принципов поведенческой экономики и практики исследования клиентского опыта // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2023. № 1 (98). С. 135–150. DOI [10.21295/2223-5639-2023-1-135-150](#). EDN [VTAAQU](#).
17. Веригина А. В., Коваль Д. В. Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 году // *Экономика. Налоги. Право*. 2022. Т. 15, № 1. С. 94–104. DOI [10.26794/1999-849X-2022-15-1-94](#).

104. EDN IFTWAE.

18. ЕЛУБАЕВА Н. О. Инновации в нейромаркетинге: тренды на 2023 год // *Молодой ученый*. 2022. № 51 (446). С. 407–411. EDN RJYMKL.

19. КОВАЛЕВА И. А., КАНКЕ А. А. Современные тренды потребительского поведения или почему покупатели выбирают онлайн? // *Вестник евразийской науки*. 2023. Т. 15, № 3. EDN PJZJDV.

20. СТАМАЛИЕВА А. А., РЕВЯЗИНА В. А., ДАВИЙ А. О. Изучение потребительского опыта на российском рынке интернет-торговли: тестирование модели пути потребителя // *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*. 2020. № 1. С. 104–134. EDN UNAOZF.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Магомедова Радмила Назимовна – Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова — соискатель кафедры «Маркетинг» (119991, Россия, Москва, Ленинские горы, 1); radi111@yandex.ru. AuthorID РИНЦ: 1167792, ORCID: 0000-0002-6979-801X, ResearcherID: GXM-6739-2022.

Статья поступила 13.09.2023; рецензия получена 25.10.2023; принята к публикации 26.10.2023.

ANALYZING CONSUMER BEHAVIOR IN THE E-COMMERCE MARKET IN CONNECTION WITH MARKETING TOOLS TRANSFORMATION

R. N. Magomedova^b

^a Lomonosov Moscow State University
(Moscow, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. In recent years, digitalization processes have been most actively introduced into all spheres of human life. Many things are changing, including the consumer behavior of the population. The formation of consumer behavior is influenced by various sources. In general, we can talk about a change in the consumer paradigm from purchasing goods to purchasing services. The form of receiving recommendations for purchasing goods has also changed due to the increase and expansion of information channels. Consumers have become more demanding of the quality of goods and the seller, as well as the conditions for making a purchase. In the digital age, the path to purchase is also changing, becoming more informative, as a large amount of information and the ability to study various channels/sources have become available to users. Since the convenience of online shopping is recognized by users, the role of social media has increased, both for sellers who actively promote their products and for consumers who can use the experience of other buyers of the product/service of interest. As a result of making a purchase, buyers develop a purchasing experience that people began to actively share, recommending or warning other potential buyers of the product.

Materials and methods. The research materials used were the works of domestic and foreign authors on the research topic, materials and data from specialized research companies in Russia and abroad. The research methods included analysis, synthesis, search and structuring of secondary information, observation of economic phenomena.

Results. The article presents the most important aspects related to the transformation of consumer behavior associated with the digitalization process. The concept of “consumer behavior” is considered and expanded, factors influencing consumer behavior are highlighted, the transformation of consumer behavior is shown, and the stages of transformation of consumer expectations are reflected. In addition, a predictive form of online shopping by consumers based on virtual reality is presented. The tools for promotion before digitalization and during the period of its active implementation are considered. Important components

of making online purchases are mainly: the development of the Internet, which allows users to spend more time on the global network; confidentiality and protection of personal data; updated promotion tools; a wide range of; ease of use and speed of receiving orders.

Discussion. During the study, it becomes obvious how the buyer is a kind of mini-regulator of the quality of services provided and products sold by the seller, since in the digital age it becomes much easier to share information about customer experience. In the e-commerce market, there is high competition between platforms, products, and sellers, which pushes the former and the latter to improve promotion tools and improve the customer path to purchase. Due to changes in the e-commerce market, consumer expectations have also transformed, which has become a catalyst for improving services and the quality of service provision by manufacturers and sellers. Digitalization has deeply entered people's lives, and the e-commerce market is quite in demand due to the convenience and ease of use, which the modern consumer, for whom convenience and comfort are important, has come to appreciate it. Thus, it seems that the further development of electronic services, where the use of virtual reality and artificial intelligence technologies will play an important role.

KEYWORDS: consumer behavior, digitalization, electronic commerce, e-commerce, transformation, promotion tools, marketing tools, consumer expectations.

FOR CITATION: Magomedova, R.N. (2023). Analyzing consumer behavior in the e-commerce market in connection with marketing tools transformation. *Management Issues*, 17(6), 20–34. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-20-34>

REFERENCES

1. CHEKAR, V. N., & VOROSHILOVA, D. M. (2022). Evaluation of consumer preferences as the main element of the strategy for the implementation of marketing projects. *Economy and Business: Theory and Practice*, (3-2), 174–176. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2022-3-2-174-176>.
2. MEDVEDEVA, O. S. (2019). Basic models of consumer behavior in modern conditions. *Journal of Altai Academy of Economics and Law*, (5-3), 88–93. <https://elibrary.ru/cqrkie>.
3. ZLOKAZOVA, YU. V. (2022). The ratio of income and expenditure as a criterion for the irrationality of the economic consumer behavior. *The Economy under Guard*, (4), 68–78. <https://doi.org/10.36511/2588-0071-2022-4-68-78>.
4. POZNYAKOVSKAYA, A. I., & NIKITINA, O. I. (2020). Digitalization of personality. *Young scientists for development of the National Technology Initiative (POISK)*, (1), 545–547. <https://elibrary.ru/rqtoen>.
5. SHUMILINA, V. E., & LAGUTIN, D. A. (2021). Information technology and the mediatization of society. In *Russian Economy: Problems, Trends, Forecasts* (pp. 98–106). AusPublishers. https://doi.org/10.26526/conferencearticle_61cc296c2f4e38.40497971.
6. SVERLOV, A. S., NOVITSKAYA, D. YU., & SHPAKOVSKAYA, E. R. (2022). The impact of e-commerce on consumer behavior. In N. L. Ketoeva, & M. T. Zargaryan (Eds.) *Digital Transformation: Trends and Prospects* (pp. 167–172). Publishing house “World of Science”. <https://elibrary.ru/lvtlaa>.
7. ALTUNINA, YU. O., ARKATOV, P. A., & FILONOVA, A. S. (2022). The value attributes of the behavior of modern consumers in the context of integrating digital marketing and logistics. *Izvestiya of Higher Educational Institutions. Problems of Printing and Publishing*, (1-2), 60–62. <https://elibrary.ru/fsaruy>.
8. TYURIN, D. V., & VOLKOVA, A. O. (2021). Features of consumer behavior in online shopping. *Practical Marketing (Prakticheskiy Marketing)*, (3), 11–15. <https://doi.org/10.24412/20713762202132891115>.
9. MIKHALEV, A. M. (2023). The importance of socio-cultural and psychological factors of consumer behavior for doing business. *Economics and Management: Problems, Solutions*, 4(8), 135–141. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.08.04.017>.
10. TRETYAKOV, O. V. (2022). Analysis of success factors of creation, functioning and development of digital ecosystems in business. *Moscow Economic Journal*, 7(2). https://doi.org/10.55186/2413046X_2022_7_2_105.
11. KALENOV, O. E. (2021). The development of ecosystem concept in economy. *Bulletin of the Russian Economic University Named after G.V. Plekha-*

nov, 18(1), 37–46. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-1-37-46>.

12. GABITOVA, Z. R., NIGMATULLINA, R. A., MAVLIKHANOV, R. A., & VAGAPOVA, A. I. (2022). Consumer behavior in the context of digitalization in the economy. *Bulletin of USNTU. Science, Education, Economics. Economy Series*, (4), 13–18. <https://doi.org/10.17122/2541-8904-2022-4-42-13-18>.

13. BUKHT, R., & HEEKS, R. (2018). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *International Organisations Research Journal*, 13(2), 143–172. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07>.

14. ALIKPEROVA, N. V. (2019). Consumer behaviour: current realities and global trends. *Humanitarian sciences. Bulletin of the Financial University*, 9(4), 46–51. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-4-46-51>.

15. SAGINOVA, O. V., ZAVYALOV, D. V., & ZAVYALOVA, N. B. (2023). Patterns of responsible consumption. *MIR (Modernization. Innovation. Research)*, 14(1), 146–160. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.146-160>.

16. ROZDOLSKAYA, I. V., YAKOVLEVA, L. R., & VO-

LOBUEV, A. A. (2023). Strategic determinants of customer-centric marketing based on the principles of behavioral economy and the practice of customer experience research. *Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*, (1), 135–150. <https://doi.org/10.21295/2223-5639-2023-1-135-150>.

17. VERIGINA, A. V., & KOVAL, D. V. (2022). Priorities for the development of e-commerce in 2022. *Economy. Taxes. Right*, 15(1), 94–104. <https://doi.org/10.26794/1999-849X-2022-15-1-94-104>.

18. ELUBAEVA, N. O. (2022). Innovations in neuromarketing: trends for 2023. *Young Scientist*, (51), 407–411. <https://elibrary.ru/rjymkl>.

19. KOVALEVA, I. A., & KANKE, A. A. (2023). Modern trends in consumer behavior or why do buyers choose online?. *Bulletin of Eurasian Science*, 15(3). <https://elibrary.ru/pjzjdv>.

20. STAMALIEVA, A. A., REBYAZINA, V. A., & DAVY, A. O. (2020). Consumer experience in Russian e-commerce market: Testing the customer journey model. *Moscow University Economics Bulletin*, (1), 104–134. <https://elibrary.ru/unaozf>.

AUTHORS' INFORMATION:

Radmila N. Magomedova – Lomonosov Moscow State University — applicant at the Department of Marketing (1, Lenin Hills, Moscow, 119991, Russia); radi111@yandex.ru. RSCI AuthorID: 1167792, ORCID: 0000-0002-6979-801X, ResearcherID: GXM-6739-2022.

The article was submitted 09/13/2023; reviewed 10/25/2023; accepted for publication 10/26/2023.

СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

SOCIAL MANAGEMENT

РЫНОК ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД

Н. Г. Фонова^а

^аУральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
(Екатеринбург, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. Статья посвящена исследованию сферы высшего образования в пандемический и постпандемический период. Предметом настоящего исследования являются последствия пандемии и особенности реформирования российской высшей школы, которая в последние годы подверглась серьезной трансформации. Исследуются причины возможного коллапса в высшем образовании. В изменившемся контексте происходит поиск и внедрение новых технологий и методов обучения. В работе анализируются новые методы и модели образования. Вопрос принципиальный, поскольку рынок образовательных услуг сегодня становится системообразующим фактором. Он создает среду для развития человеческого капитала и воспитания талантов в инновационной экономике. Привычные схемы взаимоотношений между государством и образовательными учреждениями должны быть реформированы для формирования этой среды и обеспечения конкурентоспособности рынка образовательных услуг. Целью данной статьи является выявление сильных и слабых сторон, новых возможностей образовательного процесса в сфере высшего образования.

Результаты. В процессе исследования получены следующие результаты. 1. Выявлены основные тенденции мирового образовательного рынка, такие как рост неравенства возможностей, сужение интернационализации, новые коммуникационные среды. 2. Изучены страновые особенности. Получены данные о возможностях и перспективах этого рынка в разных странах и динамике развития. 3. Выявлен *digital divide* (цифровое неравенство) в разных регионах и учебных заведениях. 4. Предложены новые методы планирования и организации учебного процесса. Результатом исследования является обоснование необходимости перехода к новой модели построения образовательного процесса, которая предполагает изменение методологии и методики обучения (использование методик эвристического, проблемного, интерактивного обучения), а также серьезные организационные изменения.

В то же время, при всех негативных характеристиках, очевидно, что кризис явился стимулом для внедрения инноваций в процесс образования. Это касается обеспечения непрерывности, применения новых образовательных методик. С каждым шагом уровень овладения новыми технологиями повышается.

Обсуждение. 1. В процессе анализа рынка высшего образования, особенно в период пандемии, стала очевидной необходимость поиска путей решения нарастающей проблемы неравенства в качестве и уровне знаний. 2. Разный уровень и разные финансовые возможности университетов приводят к усилению барьеров доступа к новейшим технологиям. 3. В изменившихся условиях необходимо скорректировать методологию и методику системы образования, уточнить систему компетенций.

Основные результаты исследования представлены в виде выводов и рекомендаций. Научная новизна: представлена обобщающая статистика влияния пандемии на мировой рынок высшего образования. Определена степень урона, нанесенного пандемией рынку образования, предложены рекомендации для минимизации ущерба и дальнейшего развития.

Проанализированы основные тенденции и перспективы рынка высшего образования в постпандемический период, такие как сужение интернационализации процесса высшего образования, усиление роли образования в формировании человеческого капитала.

© Н. Г. Фонова, 2023

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: рынок образования, высшее образование, рынок услуг, интегративность, практикоориентированность, образовательная экосистема, пандемия, COVID-19.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Фонова Н. Г. Рынок высшего образования в постпандемический период // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 36-51. EDN UIFIQF. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-36-51.

Понятие «рынок услуг высшего образования» трактуется по-разному [1; 2]. Сложились два концептуальных подхода понимания рынка услуг образования, включая высшее. Первый – гуманистический, в основе которого лежат работы Самуэльсона, где велика роль государства в регулировании этого рынка, господствуют принципы справедливости, достоинства, равенства возможностей. Этой позиции придерживаются следующие авторы: А. Р. Слепнева и Е. А. Цыремпилова, С. А. Поликарпов, Е. С. Миронова, Д. Ш. Сангинов, М. М. Романова и А. А. Чернова и др.¹ [3; 4].

Образовательная услуга представляется данным авторам как благо, данное всем стейкхолдерам, способствующее их личностному развитию.

Второй подход – утилитарный. Базовыми являются положения неоклассической теории. Как и любой рынок, рынок образовательных услуг развивается в конкурентной среде. От репутации, гибкости, качества и предложения услуг зависит место в рейтинге и бюджет вуза. Данной позиции придерживаются: Ю. Н. Кириленко, Т. М. Рогова, П. О. Ермолаева, М. В. Леонтьева и М. И. Прыгунова, Т. И. Пуденко, Е. Ю. Полякова^{2,3,4}. Эта позиция способствует развитию рынка негосударственных образовательных учреждений.

Автор статьи, изучив существующие, остановился на следующем определении рынка образовательных услуг. Вполне уместно рассматривать его как экономические отношения купли-продажи между производителем и потребителем данного вида услуг, действующими в условиях конкуренции. Результатом отношений является

благо, позволяющее получать прибыль и создавать ценность для потребителей этих услуг.

Начиная с 2000 года российские вузы последовательно реализуют политику на повышение конкурентоспособности российских вузов. Шагом к этому стало появление с середины 2000-х федеральных и научно-исследовательских университетов, обсуждается создание сетевых университетов [5].

Изменения коснулись всех ступеней высшего образования – бакалавриата, магистратуры, аспирантуры. Важной вехой для поступающих в аспирантуру стал 2021-й. Существенную роль сыграл в этом процессе и переход от ФГОСов к Федеральным государственным требованиям [6; 7]. Приказ Минобрнауки России от 20 октября 2021 г. № 951 «Об утверждении федеральных государственных требований к структуре программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре).

С момента наступления пандемии COVID-19 в большинстве стран мира произошли колоссальные изменения в экономике, пандемия изменила привычную жизнь и заставила жить по-новому. Были прогнозы, что многие сферы жизни не смогут существовать в новой реальности, что, к счастью, не сбылось, и мир постепенно адаптировался к новой реальности. Отчасти это произошло благодаря инстинкту самосохранения, осознания проблемы и умения быстро принимать решения.

Пандемия COVID-19 в Российской Федерации (далее РФ) повлияла на многие сферы жизнедеятельности людей, в том числе и на высшее образование. С начала пандемии вводилось много ограничений на деятельность, передвижение, занятость населения и организаций. Все это сформировало новую форму дистанционного образования, которое прежде было привилегией частных образовательных организаций.

Государственные образовательные учреждения пострадали не так сильно, как частные, за счет государственного финансирования и поддержки, но вот деятельность частных образовательных учреждений оказалась очень уязвима.

¹ Samuelson, P. A. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387-389.

² Кириленко Ю. Н. Тенденции в развитии взаимосвязи рынков труда и образовательных услуг в современной России: образовательный аспект // Вестник Московского государственного областного университета. 2013. № 4. С. 16.

³ Рогова Т. М. Демографический и образовательный потенциалы Ростовской области в развитии экспорта образовательных услуг // *Journal of Economic Regulation*. 2013. Т. 4, № 4. С. 137-143.

⁴ Ермолаева П. О., Леонтьева М. В., Прыгунова М. И. Качество деятельности образовательных учреждений в оценках потребителей образовательных услуг (на примере Республики Татарстан) // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 11. С. 104-109.

Опираясь на теорию социального присутствия, необходимо выстроить новую систему взаимодействия всех стейкхолдеров исследуемой сферы. Системы онлайн-обучения предоставляют инструменты, которые позволяют учащимся и учителям гибко обмениваться точками зрения. Правда, качество общения зависит от социального присутствия. Личные беседы обычно более эффективны, чем электронные средства, а присутствие в обществе может особенно повлиять на поведение при обмене информацией. Теория социального присутствия измеряется через осведомленность, когнитивное социальное присутствие и аффективное социальное присутствие. Во-первых, чрезвычайно важно обеспечить присутствие в Интернете, а осведомленность может улучшить личные взаимодействия. Во-вторых, онлайн-участники могут использовать электронную платформу для изучения доступной информации, решения своих проблем и поиска ответов на основе взаимодействия ученика с преподавателем и ученика с учеником. Студенты могут легко прийти к общему пониманию через общий диалог. Наконец, аффективное социальное присутствие относится к уровню эмоциональной связи учащихся через онлайн-взаимодействия. Удаленность онлайн-обучения затрудняет понимание того, что чувствуют онлайн-участники, пока они не поделятся интерактивными и положительными отзывами [8].

В период пандемии обнуляются многие значения и изменяются ценности. Практически обесценился один из многих ресурсов, в который вкладывались большие деньги – образование. С одной стороны, это серьезно пострадавшая отрасль. С другой стороны, она оказалась одной из самых подготовленных к работе в новых условиях. Изменяются ли в новых условиях мотивация абитуриентов и их родителей?

Чем обоснован выбор вуза и образовательной программы в 2023 году? Результаты исследования показали, что почти половина всех респондентов руководствовалась в первую очередь интересующей их программой обучения, а затем уже происходил выбор вуза, предоставляющего интересующую программу. В пользу программы высказалось 2104 участника исследования, для 1729 решающим фактором стал университет, а уже затем конкретная образовательная программа. 405 человек указали на регион как самый значимый мотив.

Основными мотивами для принятия решения при выборе вуза в период пандемии являлись:

- хорошо оплачиваемая работа в будущем;
- карьерные перспективы, которые также в большей степени волнуют родителей;
- перспективы трудоустройства;
- престиж университета.

Мотивами для выбора программы обучения являются интерес к содержанию программы, влияние родителей, престижность программы⁵ [9].

Те, кто сразу определился с выбором университета, подают документы сразу на несколько программ, а для тех, кто решил сменить регион проживания, главную роль играет место в межвузовской конкуренции, а следующий шаг в выборе – это программа, на которую абитуриент проходит по баллам.

Для абитуриентов, рассматривающих один конкретный вуз, практически не имеет значения цена обучения. Если баллы не позволяют поступить на бюджет, они готовы учиться по контракту. Для тех же, кто принял решение в пользу разных университетов в разных регионах, весьма существенным фактором было соотношение цена-качество. И третья категория абитуриентов, у которых в качестве приоритета регион. Они больше интересовались сообществом, качеством и стоимостью общежитий. Таким образом, качество образования играет не главную роль, более значимыми заявлены бытовые условия.

Важно отметить, что в период приемной кампании было отмечено применение агрессивного маркетинга, отчасти креативного, в большинстве случаев черный PR и различные промоакции.

Сегодня картина несколько меняется. Абитуриентов и их родителей, кроме возможностей карьерного роста, обусловленных особенностями самой программы, интересует, насколько гибкие формы обучения присутствуют в вузе; какие новые технологии обучения представлены; какие дополнительные документы, сертификаты предоставляет та или иная программа.

С весны 2020-го учебные заведения перешли в режим online. Такой масштабный и незапланированный ход позволил объективно оценить уровень технической грамотности преподавательского состава, способность гибко реагировать на вызовы и уровень технической осна-

⁵ Брусянин В. Е. Основные мотивы студентов при выборе образовательной программы в условиях пандемии // Globus: Психология и педагогика. 2021. Т. 7, № 1(41). С. 6-8.

Таблица 1 — Качество и структура приема в топ-10 вузов РФ по числу зачисленных (совокупный прием больше 4,5 тысячи человек), 2021–2022 годы

Table 1 — Quality and structure of admission to the top 10 universities of the Russian Federation by number of enrolled (total admission more than 4.5 thousand people), 2021–2022

Регион	Год							
	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
<i>Бюджет</i>								
В целом по РФ	70,3	70,3	70,8	70	68,8	67,7	67,1	66,1
Москва и Московская область	80,2	80,7	80,3	80,1	77,7	76,5	75	73,7
Санкт-Петербург и Ленинградская область	78,2	80,2	79,5	79,5	76,8	75,6	74,9	74
Все другие регионы	67,1	66,9	67,5	66,4	65,6	64,7	64,2	63,4
<i>Контракт</i>								
В целом по РФ	65,5	65,5	65	63,5	62,3	61,4	60,8	—
Москва и Московская область	69,4	69,6	69,2	68,5	67	65,6	65	—
Санкт-Петербург и Ленинградская область	69,0	68,7	68,6	67,4	66,1	65,1	64,6	—
Все другие регионы	62,7	62,6	62,3	60,7	59,9	59,4	58,8	—

щенности вузов. Также работа в новом режиме обнажила все сопутствующие проблемы и продемонстрировала непреодолимую пропасть между лучшими и худшими в рейтинге вузами.

Лучшие вузы обеспечили себе достойный прием. Ситуация практически не меняется годами. Большая часть среди сотни лучших – это московские вузы, а в десятке оказался только один региональный – Уральский федеральный университет.

На втором месте – Российский технологический университет МИРЭА, который оттеснил на третье место Высшую школу экономики (а в 2020 году НИУ ВШЭ был лидером по размеру приема на первый курс). И тот, и другой продемонстрировали положительную динамику приема в 2022 году, но в МИРЭА рост был значительнее, он составил 11%, в НИУ ВШЭ – 2 %.

В таблице 1 видно, что среди крупнейших вузов России (с приемом больше 3 тысяч человек) нет ни одного вуза, который зачисляет преимущественно троечников, балл достаточно высок.

Первая десятка лучших переживают пандемию значительно мягче, без признаков заболевания. У них за последние годы прилично выросла публикационная активность в самых престижных изданиях. Институт статистических исследований и экономики знаний (НИУ ВШЭ) опубликовал доклад серии «Российская наука в цифрах». В нем представлена динамика публикационной активности и занятость в сфере исследований и науке. Отмечается, что Россия занимает 5 место в мире, впереди нас Китай, США, Япония, Германия, а по численности исследователей – 6 место, уступая еще и Республике Корея.

Исследуя динамику публикационной активности с 2010 по 2021 год, она увеличилась, например, в изданиях, индексируемых в *Scopus*, в 3 раза, а доля России в общемировом потоке публикаций – вдвое (до 3,5%). Это явный прогресс, с пятнадцатого места она поднялась на десятое. На первом месте Китай, на долю которого в 2021 году пришлось почти четверть (24,3%) общемирового числа публикаций в *Scopus* (см. рис. 1).

Рассмотрим, как пандемия повлияла на глобальные процессы в образовании. Какие тенденции выявлены?

1. Интернационализация как мировая тенденция. Очевидным минусом и, особенно это коснется сильных вузов с высокой долей иностранных студентов, является снижение студенческой мобильности. Доля иностранных студентов в некоторых странах превышает 20 % от всех учащихся [10] (см. таблицы 2, 3).

Таблица 2 — Доля иностранных студентов по странам мира, %

Table 2 — Percentage of international students by country

Страна	Доля
Австралия	28
Канада	21
Великобритания	21
Новая Зеландия	15
Франция	13
Нидерланды	12
Швеция	11
Финляндия	10

Прим.: процент рассчитывается от числа всех учащихся всех образовательных организаций, находящихся в стране.

Экспорт российского образования прошел разные этапы. Начало 90-х отмечено как период наивысшего спада по сравнению с экспортом образования в Советском Союзе. Начало века ознаменовалось падением. Статистические данные представлены в таблице 3.

В пандемийный период география экспорта изменилась [11]. В России доля иностранных студентов составляет 7 %, это в преобладающем большинстве студенты из Средней Азии и ближнего зарубежья (см. рис. 2).

Исследования 2022 года зафиксировали незначительные изменения, представленные в таблице 4. Из списка выбыла Республика Молдова, остальные лишь поменялись местами и в основном увеличили свое присутствие.

Одной из качественных характеристик позиции университетов является анализ программ, востребованных абитуриентами. На рис. 3 представлены программы, возбудившие наибольший интерес в 2019–2020 годах в процентах от общего количества предложенных вузами программ.

Таблица 3 — Страны, граждане которых учились в высших учебных заведениях СССР/РФ в советский и постсоветский период, тыс. чел.

Table 3 — Countries whose citizens studied in Soviet educational institutions in 1990–1991, thousand of people

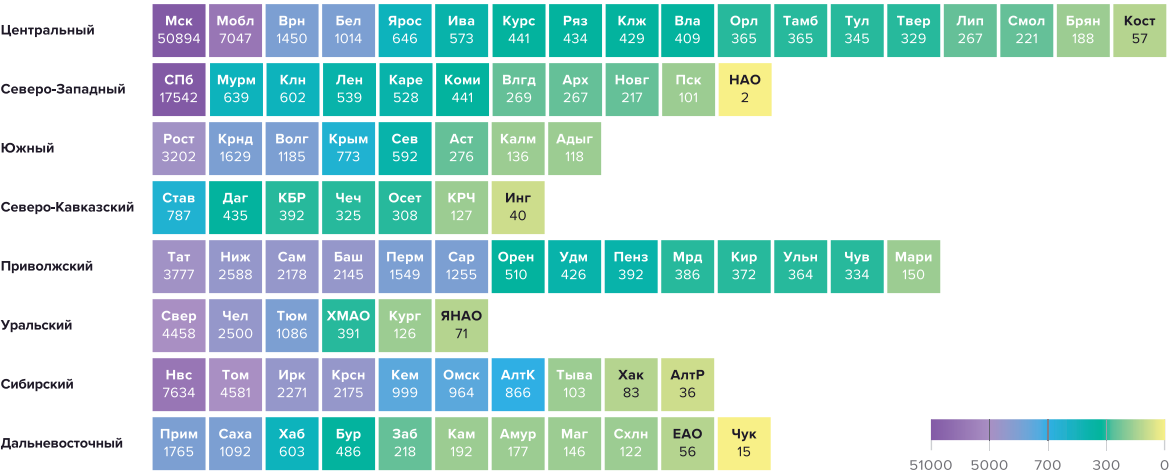
Страна	Академический год	
	1990–1991	2014–2015
Монголия	8,8	3,058
Вьетнам	6,7	4,676
Афганистан	6,1	0,762
Куба	6,1	0,172
Болгария	5,4	0,361
Сирия	5,0	0,994
Йемен	3,6	0,918
Эфиопия	3,5	0,057
Ливан	3,4	0,388

2023 год подтверждает тенденцию двух предыдущих лет. С одинаковым интересом абитуриенты относятся к медицине – 76029 человек и инженерным специальностям – 75542 и, традиционно уже, к сфере менеджмента и бизнеса – 60695.

Публикационная активность в регионах

Публикации в изданиях, индексируемых в Scopus: 2021¹

Федеральные округа



Топ-10 городов по числу публикаций в Scopus: 2021

Москва	50894	Казань	3544
Санкт-Петербург	17542	Ростов-на-Дону	2631
Новосибирск	7567	Нижний Новгород	2390
Томск	4575	Иркутск	2191
Екатеринбург	4411	Челябинск	2160

Российскую науку отличает высокий уровень концентрации. В 2021 г. на долю Москвы приходилось 41.6% всех публикаций страны в изданиях, индексируемых в Scopus, а суммарно на пять ведущих регионов – 63.4%. В число лидеров входят также Санкт-Петербург, Московская, Новосибирская и Томская области.

Источник: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/822633163.pdf>

Рис. 1. Публикационная активность в регионах
Fig. 1. Publication activity in the regions

В 2023 году у России достойное шестое место в мире по числу иностранных студентов.

Важной статьёй бюджета является проживание в кампусах и организация питания в вузах. Вузы ищут новые формы привлечения иностранных студентов.

Общая карта студенческих потоков может серьезно измениться. До пандемии главными факторами, определяющими выбор страны для обучения, были:

- уровень развития страны и качество жизни;
- стоимость обучения;
- рейтинг университета и качество образования.

Сегодня для привлечения и удержания иностранных студентов вузы предлагают разные решения. Практически все вузы запускают онлайн-курсы и гибридные программы. Вводят гибкие условия оплаты, скидки на проживание, новые мотивационные схемы стипендий и грантов.

В НИУ ВШЭ пересмотрели время начала занятий с тем, чтобы, независимо от часового пояса, все кампусы могли участвовать в учебном процессе.

Активно развивается рекрутинг иностранных студентов. Создаются мягкие условия для приема, например, белорусским школьникам предоставлена возможность поступать в российские вузы по результатам национального ЕГЭ.

Многие вузы активно сотрудничают с компанией «IPR MEDIA», используя ее платформу РКИ

Таблица 4 — Количество иностранных студентов в вузах РФ в 2022/2023 учебном году

Table 4 — Number of foreign students in Russian universities in 2022-2023

Страна	Доля
Казахстан	62 358
Китай	39 959
Узбекистан	39 825
Туркменистан	36 773
Таджикистан	20 251
Индия	1536
Египет	10 535
Беларусь	9 769

Источник: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2023/03/13/966139-rossiya-zanyala-6-e-mesto-po-chislu-inostrannih-studentov>

(электронный образовательный ресурс «Русский как иностранный»). Создаются разговорные клубы, готовятся тренажеры для тестирования знаний и т.п. – в общем, формируется комфортная среда. «IPR MEDIA» готовит стратегический проект цифрового подготовительного факультета на базе ЭОР (электронный образовательный ресурс) – «Русский как иностранный».

2. Сужение финансовых возможностей. Финансовые возможности вузов и до пандемии не были избыточными. Наиболее сильные вузы прогнозируют снижение совокупных доходов на 10%, большинство же ректоров ожидают падение до 40%. Это и убытки от оттока иностранных студентов, контрактников, недовольных переходом на онлайн-обучение.

Опасаясь больших потерь, вузы стали минимизировать издержки – сокращать штат, увеличивать нагрузку, оптимизировать расходы, урезать средства на крупные проекты, понимая, что в ближайшее время число российских и иностранных студентов уменьшится, сократятся возможности заключать контракты на научные исследования и любые платные услуги. Эти процессы происходят повсеместно, но с разным эффектом. Более слабые плохо справляются, сильные, по крайней мере, не проиграют, так как,

Топ-12 стран, граждане которых стали студентами российских университетов в 2020 году



Источник: <https://studyinrussia.ru/actual/articles/rekordnoe-kolichestvo-inostrannykh-studentov-vybrali-rossiyu-v-2020-godu/>

Рис. 2. Топ стран, граждане которых стали студентами российских университетов

Fig. 2. Top countries whose citizens have become students of Russian universities



Рис. 3. Наиболее востребованные программы у иностранных студентов

Fig. 3. Most popular programs among international students

сокращая по объективным причинам программы студенческой мобильности, сильные вузы благодаря имиджевым и рекламным усилиям могут увеличить приток абитуриентов.

Доходы вуза особенно сильно зависят сегодня от бренда, именно с этой зависимостью связана востребованность online-курсов, например, на платформах *Coursera* и *Edx*. Ведущие вузы размещают там свои магистерские программы. От бренда же во многом зависит и численность поступающих в вуз⁶.

3. Новый характер коммуникаций. Отсутствие живого общения является сильнейшим стрессом для всех заинтересованных сторон. Стандарты научно-исследовательской деятельности и качества исследований создают реальную нагрузку для ученых и преподавателей вузов, поскольку изменилась привычная среда, требующая развития новых навыков. Это порождает и новые проблемы. Меняются коммуникационные каналы. В табл. 5 представлены основные коммуникационные каналы, оценена их привлекательность в период пандемии. Известно, что адаптация к новой среде является сложной. Исследования показали, что новые реалии, включая проблемы, связанные с развитием, изменением или утратой идентичности, балансом между работой и личной жизнью, интенсивная рабочая среда – все это требует формирования иного подхода к оценке труда [12].

С этим связана необходимость изучения наиболее востребованных коммуникационных каналов по следующим направлениям [13]:

- общение с обучающимися студентами;
- общение с абитуриентами из своей страны;
- общение с абитуриентами-иностранцами;
- общение с обучающимися иностранными студентами⁷.

4. За исследуемый постпандемийный период появилось достаточное количество принципиально новых онлайн-проектов с применением цифровых технологий. Выяснилось, что специализированные цифровые образовательные стартапы (*TokSkill*, *EduCat*, *Miho* и др.) могут с большей эффективностью брать на себя многие традиционные функции школ и универ-

Таблица 5 — Выбор каналов коммуникации студентами в период пандемии

Table 5 — Selection of communication channels by students during the pandemic

Страна	Доля
Instagram	29,0
Youtube	25,8
Facebook	22,2
LinkedIn	9,2
TikTok	8,7
Другие	5,1

Источник: <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3481056.3481096>

ситетов – преподавание, оценку результатов, формирование сообществ и прочее. Это стартапы, направленные на обучение молодых преподавателей, формирование у них творческих компетенций, создание платформ с функциями формирования сообществ и т.п. Пандемия показала, что эффективнее всего использовать интегративный метод обучения (традиционный с внедрением цифровых технологий) [14].

С февраля 2020 года почти все вузы ввели смешанную систему обучения [15; 16]. РБК обобщил основные проблемы организационного характера, с которыми пришлось столкнуться студентам:

- совмещенный график занятий, когда онлайн пары перемежаются с очными занятиями;
 - у вернувшихся студентов из других стран, городов возникают проблемы с общежитиями;
 - самая большая проблема, по мнению опрошенных, это проблема эмоционального выгорания от чередования разных методов обучения;
 - другое ощущение чувства времени. С переходом к офлайн-формату и студенты, и преподаватели жалуются на «нарушенное» чувство времени. Многие опаздывают на лекции, хотя сами не могут найти этому объяснения;
 - эмоциональное выгорание преподавателей.
- Это связано не столько с проблемами квалификации, сколько с изменением привычного уклада [17].

По экспертным данным⁸, только у 15–20% вузов получилось организовать полноценное дистанционное обучение. Удалось это сделать благодаря следующим мероприятиям:

⁶ Образование в России. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Образование_в_России#.D0.92.D0.A3.D0.97.D1.8B_.D0.9C.D0.BE.D1.81.D0.BA.D0.B2.D1.8B.

⁷ Ляленкова Т. Образование в 2020 году: «удаленка» и другие проблемы. URL: <https://www.svoboda.org/a/31018559.html> (дата обращения: 18.10.2021).

⁸ Штыхно Д. А., Константинова Л. В., Гагиев Н. Н. Переход вузов в дистанционный режим в период пандемии: проблемы и возможные риски // Открытое образование. 2020. Т. 24, № 5. С. 72–81.

- создание и совершенствование сервисов цифровой образовательной среды, повсеместное внедрение приложений, позволяющих организовывать дистанционное обучение;

- обеспечение учащихся необходимой оргтехникой для работы дома: 99% опрошенных имеют интернет, 93% имеют оргтехнику; 84% считают, что имеющаяся у них техника соответствует в основном предъявляемым в процессе обучения запросам. Все же студенты из семей с низким доходом, представляющие 9% выборки, не имеют возможности ее купить⁹.

- предоставление сотрудникам субсидий для приобретения компьютеров и обновления ПО для работы в дистанционном режиме;

- развитие движения ИТ-волонтерства со стороны студентов и ИТ-специалистов, оказывающих поддержку преподавателям с настройкой и использованием всероссийской системы цифровой обработки сигналов (ЦОС), способных оперативно устранять возникающие ИТ-проблемы;

- методическое сопровождение, организация обучающих мероприятий для ППС для дистанционной работы.

5. Усиление роли образования в формировании человеческого капитала как основного фактора экономического роста – качество человеческого капитала в первую очередь формируется за счет качества образования: инвестируя в него, мы можем добиться высоких темпов роста [18]. В связи с этим в современном мире образование рассматривается не как затратная, а как инвестиционная сфера.

В то же время сфера образования в бюджете страны занимает не самое значимое место. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, Министерство науки и высшего образования изучили динамику затрат на образование (см. рис. 4). В результате было выявлено сокращение затрат с 5,1% в 2006 году до 4,1% в 2018-м. Небольшой рост продемонстрирован в 2019 году – 4,3%.

Наблюдается возрастание конкуренции за таланты. Очевидно, что качество человеческого капитала во многом зависит от качества образования [19]. В таблице 6 представлены страны, где развитие талантов напрямую связано с качеством образования.

⁹ Шторм первых недель: как высшее образование прыгнуло в реальность пандемии // Современная аналитика образования. 2020. № 6 (36). URL: [https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206\(36\)_электронный.pdf](https://ioe.hse.ru/data/2020/05/26/1551527214/CAO%206(36)_электронный.pdf).

Таблица 6 — Топ-10 стран и городов мира, где лучше всего поддерживают и развивают таланты

Table 6 — Top 10 countries and cities in the world that best support and develop talent

№ п/п	Страны	Города
1	Швейцария	Сан-Франциско
2	Сингапур	Бостон
3	Дания	Сингапур
4	США	Цюрих
5	Швеция	Женева
6	Нидерланды	Сиэтл
7	Норвегия	Хельсинки
8	Финляндия	Лозанна
9	Австралия	Мюнхен
10	Великобритания	Дублин

Источник: Рейтинг стран, которые умеют поддерживать и раскрывать таланты – Global Talent Competitiveness Index 2022. URL: <https://internationalwealth.info/offshore-jurisdictions/strany-mira-s-samoj-vysokoj-konkurentosposobnostju-talantov/>.

6. Стремительно растет рынок образовательных программ. Продажи самых востребованных российских и мировых провайдеров образовательных продуктов насчитывают миллиарды долларов в год. В последние годы растет конкуренция на рынке образовательных услуг за разные уровни образования. Наблюдается повышенный интерес к программам среднего профессионального образования. Статистические исследования профессионального образования за период 2005–2021 гг. свидетельствуют о том, что доля 9- и 11-классников в численности поступивших на программы СПО выросла с 38,6% до 73,1%.

Главной причиной приоритета среднего образования является страх перед возможностью несдачи ЕГЭ.



Источник: <https://issek.hse.ru/news/819337223.html>

Рис. 4. Расходы на образование в РФ

Fig. 4. Expenses on education in the Russian Federation

Второй фактор, обусловивший выбор среднего профессионального образования, – это рассмотрение его в качестве этапа для перехода к высшей ступени. Для выпускников 9-х классов важным мотивом является получение профессии и возможность зарабатывать. Другие причины оказались менее значимыми¹⁰.

Таким образом, система образования во всем мире испытывает серьезные проблемы. Среди них это потеря существенной части денежных средств. Очевидно, что online-обучение менее выгодно для вуза, чем очное. Вуз лишается многих источников дохода. Это не только очевидные источники, такие как:

- плата за обучение;
- свертывание программ по НИР из-за отсутствия средств поддержки и возможностей закупки оборудования;
- закрытие кампусов во многих вузах мира. По оценке американских исследователей, эти потери составят, по предварительным оценкам, 11,6 млрд долларов¹¹
- снижение доходов от работы предприятий общественного питания в вузах. В крупных вузах это разветвленная сеть различных пунктов питания. Вузы ищут новые возможности пополнения бюджета. Кроме экономических проблем, выше были названы и психологические;
- дефицит общения, вызванный чувством изоляции¹²;
- стирание границ между рабочим и личным временем;
- переосмысление всего процесса организации и управления образованием.

7. Снижение интереса к высшему образованию. Кроме того, изменились приоритеты в выборе некоторых профессий. Самым важным показателем при отборе претендентов сегодня является опыт работы в данной сфере. В результате исследования, проведенного Институтом технологий управления РТУ МИРЭА, приоритетным этот показатель назвали 56,8% опрошенных. Работодателей сегодня больше интересуют

профессиональные компетенции. Тем не менее, высшее образование, как и прежде, является определяющим для карьерного роста. Об этом говорят данные опроса Института технологий управления РТУ МИРЭА¹³.

Это значит, что, скорее всего, в ближайшем будущем мы будем наблюдать противостояние между приверженцами классической системы и поборниками новых технологий. Высшая школа экономики и Центр стратегических разработок предложили ряд мер по усилению вклада высшего образования в рост валового внутреннего продукта страны, без которого невозможно устойчивое развитие государства. Без соответствующих изменений расслоение населения по уровню и качеству образования будет расти, что приведет к дальнейшему усилению технологического отставания страны.

В контексте этого противостояния между классикой и новыми трендами, преодоление крайних позиций в оценках онлайн- и офлайн-методов обучения, необходимо достичь консенсуса в понимании того, что это части одного целого. Изменяется роль преподавателя. Он должен превратиться в связующее звено между студентом и лавинообразным потоком информации, в которой студент не в состоянии разобраться в одиночку. Некоторые университеты предлагают обсудить модель обучения по подписке с привлечением всемирной сети консультантов в течение всего процесса. Там, где реальные консультанты могут быть не доступны, могут использоваться роботы-консультанты.

Особенно остро задача обучения навыкам состоит в организации практических занятий. Цифровизация предлагает много возможностей¹⁴. Например, VR-технологии. Они дают возможность:

- во-первых, усилить вовлеченность;
- во-вторых, сократить путь ввода в будущую профессию;
- в-третьих, оптимизировать образовательный процесс. Ввод в обучение симуляторов и игровых инструментов позволяет это сделать.

¹⁰ Среднее профессиональное образование в России: ресурс для развития экономики и формирования человеческого капитала: аналитический доклад / Ф. Ф. Дудырев, К. В. Анисимова, И. А. Артемьев и др. М.: НИУ ВШЭ, 2022. 100 с.

¹¹ Whitford E. (2021). Here Come the Furloughs. URL: <https://www.insidehighered.com/news/2020/04/10/colleges-announce-furloughs-and-layoffs-financial-challenges-mount>

¹² Мыслякова Ю. Г., Усова Н. В. Цифровая трансформация образовательных услуг вузов в условиях глобальных вызовов: региональный аспект. Государственное управление. Вып. № 82. 2020. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10105.

¹³ Опрос показал отношение работодателей к наличию диплома о высшем образовании // Известия. 2021. 26 апреля. URL: <https://iz.ru/1157109/2021-04-26/opros-pokazal-otnoshenie-rabotodatelei-k-nalichiiu-diploma-o-vysshem-obrazovanii>.

¹⁴ Бороненко Т. А., Кайсина А. В., Пальчикова И. Н., Федоркевич Е. В., Федотова В. С. Теоретические основы построения концептуальной модели понятия «цифровая грамотность»: Монография. СПб.: АГУ им. А. С. Пушкина, 2021. 230 с. ISBN 978-5-8290-1998-3.

Невозможно решать актуальные задачи современности без соответствующей материальной базы школ и вузов. Должна поменяться и стилистика образовательной среды с соответствующим дизайном, оборудованием, мебелью. Причем это должны быть не стандартные, а комфортные решения. Предлагается создать систему поддержки талантливых школьников и студентов. Сегодня она охватывает только 7% детей¹⁵. Необходимо субсидировать половину стоимости обучения для талантливых студентов, получивших за ЕГЭ высокий балл.

Высшая школа под воздействием глобальных изменений сегодня подвергается серьезной трансформации. Объем и содержание задач, стоящих на повестке дня университетов, значительно шире и сложнее. Другими становятся и конкурентные вызовы.

В соответствии с этим можно определить направления стратегического развития:

- создание глобальной сети университетского образования и науки на основе цифровизации и путем создания сети корпоративных вузов. Они являются сегодня драйверами нового качества конкурентности и для бизнеса, и для университетского сообщества. Подобный вуз призван решать не только локальные проблемы, связанные с развитием образовательного процесса, но и определять региональные и национальные приоритеты в разных сферах деятельности. В партнерских отношениях с вузами находятся «Базовый элемент», «Русский алюминий», «Роснефть», АФК «Система», «УГМК». В МГУ создается факультет подготовки кадров для космической отрасли – КУ «Космос»;

- локализация – стратегия, подчеркивающая их роль как объединенного сообщества, живущего и развивающегося вместе с регионом, становится все более популярной. Это подразумевает активное участие университета в жизни общества, сотрудничество с местными организациями и взаимовыгодное партнерство с государственными и частными структурами;

- рост интегративности и практикоориентированности. Для реализации запущен Федеральный проект «Развитие интеграционных процессов в сфере науки, высшего образования и индустрии (ИНТЕГРАЦИЯ)». Он призван со-

здать условия для партнерства вузов, бизнеса и науки. Предусмотрено:

- формирование научно-образовательных и научно-производственных объединений международного уровня (15 научно-образовательных центров, 102 высших учебных заведения);
- привлечение всех стейкхолдеров и их ресурсов, федерального и регионального уровней¹⁶;
- личностно-ориентированное обучение студентов;
- служение обществу – в рамках направления могут реализовываться следующие инициативы: стратегическое взаимодействие; здоровье и оздоровление, положительное влияние на мир.

Университеты должны стремиться к постоянному совершенствованию процесса оказания услуг и расширению спектра услуг для студентов, преподавателей и населения. В рамках своей миссии они стремятся не только предоставлять качественное образование, но и принимать активное участие в различных инициативах. В Уральском федеральном университете работает медико-санитарная часть. Это одно из немногих учреждений, относящееся к разряду вузовских и обслуживающее студентов и сотрудников УрФУ. Имеет 2 подразделения – поликлиническое и стоматологическое. Поликлиника укомплектована самыми необходимыми специалистами. Это позволяет значительно сократить время преподавателей и студентов.

Новая концепция высшего образования предполагает отказ от Болонской системы и формирование пока не сформулированной гибридной, включающей в себя лучшее, начиная с царской России, советской и современной систем.

Возможный выход ученые видят в создании образовательной экосистемы (рис. 5). Образовательные экосистемы представляют собой совокупность взаимосвязанных и разнородных заинтересованных лиц, задействованных в процессе обучения/воспитания/развития на протяжении всей жизни. Целью такой экосистемы является объединение обучающихся и сообщества, стараясь раскрыть их индивидуальный и коллективный потенциал. Экосистемный подход активно захватывает новые сферы экономики и жизни общества – управление здравоохранением, некоммерческий сектор, городское развитие. Сфера образования не является исключением.

¹⁵ 12 решений для нового образования. Национальный исследовательский университет. Высшая школа экономики. URL: <https://www.hse.ru/twelve/>.

¹⁶ Реализация национального проекта «Наука и университеты» в НИУ ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/science/nac_project/integration.

Данная модель образования соответствует запросам нового времени – технологическим, социальным и экологическим – и формирует иные «навыки будущего» – это гибкое персонализированное обучение на протяжении всей жизни. Главные из них – изменчивость (англ. *volatility*), неопределенность (англ. *uncertainty*), неоднозначность (англ. *ambiguity*). Подобная модель реформирует структуру и организацию образовательных процессов, предполагает переход к цифровым платформам и сетям, а также выстраивает новые подходы к их регулированию, построенные на вовлечении всех заинтересованных сторон вместо централизованного директивного регулирования. Пример будущей образовательной экосистемы представлен на рисунке 5.

В результате проведенного исследования автор пришел к следующим выводам.

Для обеспечения быстрого реагирования на вызовы вузам необходим поиск новых способов планирования и реализации учебных программ. Данный кризис отличается от предыдущих по своему типу предложением разнообразных альтернативных сценариев, основанных на новых технологиях, моделях образования при относительно низких затратах.

Эксперты утверждают, что потребуются не менее 5 лет, чтобы стабилизировать студенческую мобильность. Саймон Марджинсон, профессор Оксфордского университета, утверждает, что происходит смещение студенческого трафика с Запада на Восток.

Возможность взаимовыгодного партнерства университетов и онлайн-платформ, а не агрес-

сивной конкуренции. Большая часть университетов продолжает настороженно относиться к партнерству в онлайн, так как остерегается оттока студентов.

Кризис позволил устранить быстрее те препятствия, которые мешают успешной реализации поставленной цели. Одним из таких препятствий является организационная структура, которая всегда устанавливает определенные границы.

Серьезным препятствием является и инертность академического сообщества. Это обусловлено тем, что незначителен опыт дистанционного образования. Также очень трудоемкий процесс – переформатирование учебных курсов, требующее формирования иных навыков.

Переход на онлайн-обучение вызвал интерес и развитие методической мысли. Новые условия требуют новой методики. Предлагается значительное количество методических материалов, кейсов, тренингов. И самое ценное, они находятся в открытом доступе.

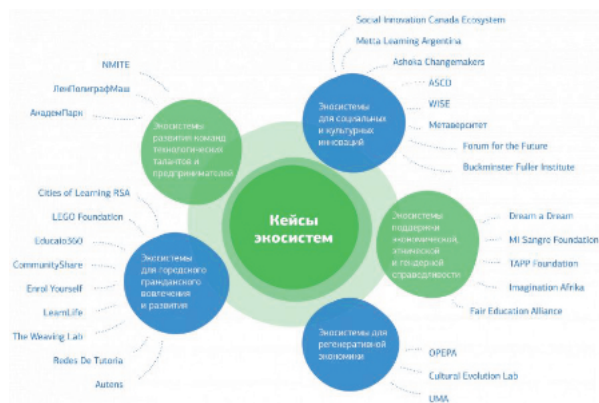
Появляются и новые способы оценки знаний студентов. Например, это касается новых технологий приема экзаменов. В арабских университетах уже реализуются технологии распознавания изображения студента по радужной оболочке, голосу. Применяется искусственный интеллект для проверки стиля нажатия кнопок на компьютере по сравнению с предварительным тестом.

В связи с новыми стандартами безопасности некоторые вузы кооперируются с концертными залами и стадионами. Например, в Германии студенты проходили промежуточное тестирование на концертных и выставочных площадках.

Таким образом, изменение методологии и методики образовательного процесса становится сегодня насущной задачей для всей системы образования. Речь идет о системном подходе, начиная с качества подготовки преподавательских кадров, внедрения новых методик, применения новейших технологических решений и заканчивая новыми этическими и эстетическими ценностями в обучении как системе приобретения навыков и в образовании как системе приобретения навыков.

Исходя из этого, чтобы чувствовать себя комфортно в современной жизни, нужны новые ключевые жизненные умения, в частности:

- комплексное многоуровневое решение проблем;



Источник: <https://www.skolkovo.ru/researches/obrazovatelnye-ekosistemy-voznikayushaya-praktika-dlya-budushhego-obrazovaniya/>

Рис. 6. Пример образовательной экосистемы

Fig. 6. Example of an educational ecosystem

- критическое мышление;
- креативность в широком смысле;
- умение управлять людьми;
- взаимодействие с людьми;
- эмоциональный интеллект (EQ);
- формирование собственного мнения и принятия решений;
- клиентоориентированность;
- умение вести переговоры;
- когнитивная гибкость.

Половина этих навыков связана с умением коммуницировать, договариваться и управлять. Другая часть характеризует возможности мозга: скорость реакции, способность генерировать и реализовывать новые идеи. Необходимость в этих навыках очевидна в настоящее вре-

мя. Но через несколько лет они станут еще более значимыми.

Сегодня очень важна персонализация: переход к обучению, построенного вокруг человека: образовательные технологии для персональных траекторий в обучении, карьере, здоровом образе жизни. Акцент всё больше смещается на самого человека, его способности, сознание и ко-операцию с другими людьми.

Отсюда же следует, что размышления о том, какие проблемы приходится решать современному образованию, лежат не только в плоскости приобретения тех или иных знаний, компетенций, а прежде всего, в развитии того внутреннего мира человека, который и создает человеческое бытие. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. ЗБОРОВСКИЙ Г. Е., АМБАРОВА П. А., КУЛЬПИН С. В., КАТАШИНСКИХ В. С., КАЮЕВ А. К., КУЗЬМИНЧУК А. А., ПЕВНАЯ М. В., ШАБРОВА Н. В., ШУКЛИНА Е. А. Актуальные проблемы трансформации высшего образования в макрорегионе : Монография. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. 400 с. EDN ZXUFGF.
2. БОНДАРЕВА А. Н., ВЕРШИНИН А. А., КЛИМЕНТЬЕВА И. В., ЛЕПИХИН А. А., ЛОГИНОВА С. А., МИКУШИНА М. М., ПЕРМЯКОВА У. В., ПЕТРОВ Ю. А., ПЕТРОВА Г. И., ПОНОМАРЕВА С. А., САЙФИДИНОВ Б. С., СИПЕР А. С., СТЕПАНОВА А. А., ШАПОШНИКОВ В. А. Развитие российского рынка образовательных услуг в условиях глобализации мирового сообщества : Монография. Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2021. 101 с. EDN FWGIBD.
3. СЛЕПНЕВА А. Р., ЦЫРЕМПИЛОВА Е. А. Модуль оценки качества образовательной услуги на рынке образовательных услуг высшего образования в условиях усиливающейся конкурентной среды // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2015. № 3. С. 55–59. EDN WBKVHX.
4. Поликарпов С. А. Образовательная услуга как особый предмет договора возмездного оказания образовательных услуг // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. 2017. № 1. С. 162–168. EDN YNBQEL.
5. ГУРУЛЕВА Т. А., БЕДАРЕВА Н. И. Сотрудничество России и Китая в области создания сетевых университетов и совместных образовательных учреждений // Высшее образование в России. 2019. Т. 28, № 4. С. 108–123. DOI 10.31992/0869-3617-2019-28-4-108-123. EDN GZYQKO.
6. ПЕТРОВА О. В., ЧЕПЬЮК О. Р., МАКАРОВА С. Д., МАРИКО В. В., ГОРЫЛЕВ А. И. Российская магистратура будущего: четыре траектории развития // Высшее образование в России. 2021. Т. 30, № 8-9. С. 20–30. DOI 10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-20-33. EDN GGXBFJ.
7. АБРОСИМОВ А. А., ЗАЙВЫЙ В. В. Сравнительная оценка показателей развития студентов специалитета и бакалавриата // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2018. № 4 (40). С. 21–33. EDN VSVDEP.
8. Wut, T., & Xu, J. (2021). Person-to-person interactions in online classroom settings under the impact of COVID-19: A social presence theory perspective. *Asia Pacific Education Review*, 22(3), 371–383. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09673-1>.
9. БЫКОВ М. Ю., КРАСНИКОВСКИЙ В. Я., МАТВЕЕВА Н. Ю., ЯРИНА Е. В. Университетская среда в оценках студенчества: кейс Российского университета транспорта // Высшее образование в России. 2023. Т. 32, № 7. С. 117–134. DOI 10.31992/0869-3617-2023-32-7-117-134. EDN JFSDDS.
10. КЛЯЧКО Т. А. Образование в России и мире. Основные тенденции // Образовательная политика. 2020. № 1 (81). С. 26–42. DOI 10.22394/2078-838X-2020-1-26-40. EDN YMSJGW.
11. СУВОРОВА В. А., БРОННИКОВ И. А. Международная образовательная миграция как «ресурс

мягкой силы» в эпоху глобализации // *Управление*. 2019. Т. 7, № 4. С. 131–139. EDN XXUJСJ.

12. JOSEPH JEYARAJ, J., WALD, N., & HARLAND, T. (2021). Higher education teachers' experiences of becoming research active: Striving for university status in the Global South. *Asia Pacific Education Review*, 22(3), 417–425. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09688-8>.

13. Гундарин М. В., Леванова Т. В., Полунина О. С., Романов И. В., Сучков И. В., Чардымский М. Г. Коммуникационная политика высшего учебного заведения : Коллективная монография. Москва : Российский государственный социальный университет, 2019. 116 с. EDN ZFCVGX.

14. Алешковский И. А., Гаспаришвили А. Т., Крухмалева О. В., Нарбут Н. П., Савина Н. Е. Вынужденный и плановый переход на удалённый формат в период пандемии (опыт социологического анализа). Высшая школа // *Высшее образование в России*. 2021. Т. 30, № 5. С. 120–137. DOI 10.31992/0869-3617-2021-30-5-120-137. EDN QVFEFV.

15. Сенашенко В. С., Макарова А. А. Образовательные гибриды в высшем образовании России // *Высшее образование в России*. 2018. Т. 27, № 8-9. С. 24–42. DOI 10.31992/0869-3617-2018-27-8-9-24-42. EDN XYTIAХ.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Фонова Нина Георгиевна – кандидат экономических наук, доцент; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина — доцент кафедры международной экономики и менеджмента Института экономики и управления (620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19); nina.fonova@gmail.com. AuthorID РИНЦ: 612103.

16. Грунт Е. В., Беляева Е. А., Лисситса С. Дистанционное образование в условиях пандемии: новые вызовы российскому высшему образованию // *Перспективы науки и образования*. 2020. № 5 (47). С. 45–58. DOI 10.32744/pse.2020.5.3. EDN FEYWBX.

17. Кабылбекова З., Парманкулова П. Профессиональное выгорание преподавателей в условиях дистанционного обучения в период пандемии COVID-19 // *Annali d'Italia*. 2021. № 22-2. С. 27–32. EDN BWWAWN.

18. Беленов О. Н., Колесникова О. А., Звездинская А. В., Маслова Е. В. Конкурентоспособность как фактор успешности молодого специалиста на рынке труда : Монография. Воронеж : Воронежский государственный университет, 2017. 74 с. EDN ASLAXI.

19. Кислых Д. Н. Образование и человеческий капитал // *Экономика, управление и финансы в цифровом обществе* : Материалы международной научно-практической конференции (Курск, 26-27 апреля 2023 г.). Курск : Курский институт кооперации (филиал) АНО ВПО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», 2023. С. 203–208. EDN BLJPGF.

Статья поступила 17.07.2023; рецензия получена 23.08.2023; принята к публикации 10.12.2023.

THE HIGHER EDUCATION MARKET IN THE POST-PANDEMIC PERIOD

N. G. Fonova^a

^a Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin
(Ekaterinburg, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. The article is devoted to studying the field of higher education in the pandemic and post-pandemic period. The research subject is the consequences of the pandemic and the specifics of reforming the Russian higher education, which has been significantly transformed in the last years. The reasons for a possible collapse in higher education are considered. New technologies and teaching methods are being explored and introduced in the changed framework. The work analyzes new methods and models of education. The issue is fundamental, as currently, the educational services market is becoming a system-forming factor. It creates an environment for developing human capital and nurturing talent in an innovative economy. The common patterns of relationships between the state and educational institutions must be reformed to create such environment and ensure the competitiveness of the educational services market. The purpose of this article is to identify strengths and weaknesses, and new opportunities for the educational process in the field of higher education.

Results. In the course of the research, the following results were obtained. 1. The main trends in the global educational market are identified, such as growing inequality of opportunity, narrowing internationalization, and new communication environments. 2. The specifics of the country are studied. Data are obtained on the opportunities and prospects of this market in different countries and the development dynamics. 3. The digital divide is revealed in different regions and educational institutions. 4. New methods of planning and organizing the educational process are proposed. The result of the research is the substantiation of the need to move to a new model for constructing the educational process, which involves the change in methodology and teaching methods (using heuristic, problem-based, interactive learning techniques), as well as serious organizational changes.

At the same time, despite all the negative characteristics, the crisis is obvious to have become an incentive for the introduction of innovations in the education process. This concerns ensuring continuity and the use of new educational methods. With each step, the level of mastery of new technologies increases.

Discussion. 1. In the process of analyzing the higher education market, particularly during the pandemic, the need has become obvious to find solution to the growing problem of inequality in the level and quality of knowledge. 2. Different levels and different financial state of universities lead to increased barriers to accessing latest technologies. 3. In the changed conditions, it is necessary to adjust the education system methodology and clarify the system of competencies.

The main research results are presented in the form of conclusions and recommendations. Scientific novelty: general statistics of the pandemic impact on the global higher education market are provided. The damage caused by the pandemic to the education market are identified, and recommendations are proposed to the damage minimizing and further development.

The main trends and prospects of the higher education market in the post-pandemic period are analyzed, such as narrowing of the higher education process internationalization and strengthening of the role of education in the human capital development.

KEYWORDS: education market, higher education, services market, integrity, hands on approach, education ecosystem, pandemic, COVID-19.

FOR CITATION: Fonova, N. G. (2023). The higher education market in the post-pandemic period. *Management Issues*, 17(6), 36–51. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-36-51>

REFERENCES

1. ZBOROVSKY, G. E., AMBAROVA, P. A., KULPIN, S. V., KATASHINSKIKH, V. S., KLYUEV, A. K., KUZMINCHUK, A. A., PEVNAYA, M. V., SHABROVA, N. V., & SHUKLINA, E. A. (2017). *Current problems of transformation of higher education in the macroregion*. Humanitarian University. <https://elibrary.ru/zxufgf>.
2. BONDAREVA, L. N., VERSHININ, A. A., KLIMEN-TYEVA, I. V., LEPIKHIN, A. A., LOGINOVA, S. L., MIKUSHINA, M. M., PERMYAKOVA, U. V., PETROV, YU. A., PETROVA, G. I., PONOMAREVA, S. A., SAIFIDINOV, B. S., SIPER, A. S., STEPANOVA, L. A., & SHAPOSHNIKOV, V. A. (2021). *Development of the Russian market of educational services in the context of globalization of the world community*. Russian State Vocational Pedagogical University. <https://elibrary.ru/fwgibd>.
3. SLEPNEVA, L. R., & TSYREMPILOVA, E. A. (2015). Module of evaluation of the quality of educational services the educational services market of higher education in an increasingly competitive environment. *BSU Bulletin. Economics and Management*, (3), 55–59. <https://elibrary.ru/wbkvhx>.
4. POLIKARPOV, S. A. (2017). Educational service as a special subject of a contract for the provision of educational services for a fee. *Herald of the Moscow University of Finances and Law MFUA*, (1), 162–168. <https://elibrary.ru/ynbqel>.
5. GURULEVA, T. L., & BEDAREVA, N. I. (2019). Cooperation between Russia and China in the creation of network universities and joint educational institutions. *Higher Education in Russia*, 28(4), 108–123. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-4-108-123>.
6. PETROVA, O. V., CHEPYUK, O. R., MAKAROVA, S. D., MARIKO, V. V., & GORYLEV, A. I. (2021). Master's programs in Russia: Four paths of future development. *Higher Education in Russia*, 30(8-9), 20–30. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-20-33>.
7. ABROSIMOV, A. A., & ZAYVYI, V. V. (2018). A comparative evaluation of students' specialist's and bachelor's degrees development indicators. *Vestnik of Samara State Technical University. Series: Psychological and Pedagogical Sciences*, (4), 21–33. <https://elibrary.ru/vsvdep>.
8. WUT, T., & XU, J. (2021). Person-to-person interactions in online classroom settings under the impact of COVID-19: A social presence theory perspective. *Asia Pacific Education Review*, 22(3), 371–383. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09673-1>.
9. BYKOV, M. YU., KRASNIKOVSKY, V. YA., MATVEEVA, N. YU., & YARINA, E. V. (2023). University environment in student assessments: Case of the Russian University of Transport. *Higher Education in Russia*, 32(7), 117–134. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-7-117-134>.
10. KLYACHKO, T. L. (2020). The situation and trends in education in the world and in Russia. *Educational Policy*, (1), 26–42. <https://doi.org/10.22394/2078-838X-2020-1-26-40>.
11. SUVOROVA, V. A., & BRONNIKOV, I. A. (2019). International educational migration as a “soft power resource” in the globalization era. *Upravlenie*, 7(4), 131–139. <https://elibrary.ru/xxujcj>.
12. JOSEPH JEYARAJ, J., WALD, N., & HARLAND, T. (2021). Higher education teachers' experiences of becoming research active: Striving for university status in the Global South. *Asia Pacific Education Review*, 22(3), 417–425. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09688-8>.
13. GUNDARIN, M. V., LEVANOVA, T. V., POLUNINA, O. S., ROMANOV, I. V., SUCHKOV, I. V., & CHARDYMSKY, M. G. (2019). *Communication policy of a higher education institution*. Russian State Social University. <https://elibrary.ru/zfcvgx>.
14. ALESHKOVSKY, I. A., GASPARISHVILI, A. T., KRUKHMALEVA, O. V., NARBUT, N. P., & SAVINA, N. E. (2021). Russian higher school: Forced distance learning and planned switch to distance learning during pandemic (experience of sociological analysis). *Higher education in Russia*, 30(5), 120–137. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-5-120-137>.
15. SENASHENKO, V. S., & MAKAROVA, A. A. (2018). Educational hybrids in Russian higher education. *Higher Education in Russia*, 27(8-9), 24–42. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-8-9-24-42>.
16. GRUNT, E. V., BELYAEVA, E. A., & LISSITSA, S. (2020). Distance education during the pandemic: New challenges to Russian higher education. *Perspectives of Science and Education*, (5), 45–58. <https://doi.org/10.32744/pse.2020.5.3>.
17. KABYLBEKOVA, Z., & PARMANKULOVA, P. (2021). Professional burnout of teachers in the conditions of distance learning during the Covid-19 pandemic. *Annali d'Italia*, (22-2), 27–32. <https://elibrary.ru/bwwawn>.
18. BELENOV, O. N., KOLESNIKOVA, O. A., ZVEZDINSKAYA, A. V., & MASLOVA, E. V. (2017). *Competitiveness as a factor in the success of a young specialist in the labor market*. Voronezh State University. <https://elibrary.ru/aslaxi>.

19. KISLYKH, D. N. (2023). Education and human capital. In *Economics, Management and Finance in a Digital Society* (pp. 203–208). Kursk Institute of

Cooperation (branch) of ANO VPO “Belgorod University of Cooperation, Economics and Law”. <https://elibrary.ru/bljpgf>.

AUTHORS' INFORMATION:

Nina G. Fonova – Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor; Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin — *associate professor of the Department of International Economics and Management of the Institute of Economics and Management* (19, Mira St., Ekaterinburg, 620002, Russia); nina.fonova@gmail.com. RSCI AuthorID: 612103.

The article was submitted 07/17/2023; reviewed 08/23/2023; accepted for publication 12/10/2023.

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

CORPORATE MANAGEMENT

АДРЕСНЫЕ ПРОГРАММЫ АДАПТАЦИИ КАК СПОСОБ СНИЖЕНИЯ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ В ИСПРАВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

В. М. Апахова^а, А. С. Ваторопин^а

^а Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
(Екатеринбург, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. В настоящее время в уголовно-исполнительной системе наблюдается высокий уровень текучести кадров, что оказывает негативное влияние на деятельность исправительных учреждений. Проводимые мероприятия по подбору и адаптации персонала в учреждениях уголовно-исполнительной системы недостаточны, что не позволяет поддерживать устойчивость профессиональной группы и повышать эффективность деятельности учреждений. Это ставит вопрос о необходимости модернизации реализуемых мероприятий в области подбора и адаптации кадров, которые имеют стаж работы менее 1 года. Цель исследования – предложить адресные программы адаптации в качестве способа снижения текучести кадров в исправительных учреждениях уголовно-исполнительной системы.

Материалы и методы. Для сбора данных использованы следующие методы: анализ статистических данных, анкетирование. В анкетировании приняло участие 550 бывших сотрудников учреждений уголовно-исполнительной системы, имеющих стаж в уголовно-исполнительной системе менее 1 года.

Результаты. Проведенное исследование позволило сформулировать характеристики искомой группы риска, на основании которых составлен обобщенный социальный портрет «неэффективного адаптанта», который не смог успешно пройти этапы трудовой адаптации и покинул учреждение в течение первого года работы в исправительном учреждении. Это подчеркивает необходимость создания адресной программы трудовой адаптации, которая будет учитывать специфику конкретного учреждения и вакантной должности.

Обсуждение. По результатам проведенного исследования предложены рекомендации, которые могут способствовать своевременному выявлению потенциального члена группы риска. При своевременном выявлении такого сотрудника кадровые подразделения смогут применить необходимые инструменты адаптации для внедрения нового сотрудника в коллектив или принятия решения о его несоответствии. Адресные процедуры позволят снизить уровень текучести кадров в исправительных учреждениях и, как следствие, повысить эффективность использования ресурсов, предназначенных для проведения кадровых процедур в области трудовой адаптации. Качественная трудовая адаптация является необходимым условием для эффективного функционирования в специфичной профессиональной группе, так как она позволяет в короткие сроки внедрить нового сотрудника в структуру профессиональной группы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: текучесть кадров, подбор персонала, трудовая адаптация, группа риска, адресные программы адаптации, исправительные учреждения.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Апахова В. М., Ваторопин А. С. Адресные программы адаптации как способ снижения текучести кадров в исправительных учреждениях уголовно-исполнительной системы // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 53-68. EDN GRALSF. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-53-68.

■ ВВЕДЕНИЕ

Профессиональные группы являются устойчивыми структурами, которые обладают множеством специфических черт, системой коммуникаций и ценностей, а также значительными ресурсами. Высокоорганизованная профессиональная группа, как правило, обладает высоким уровнем престижа и конкурентоспособности, что привлекает к ней профессионалов. Это позволяет профессиональной группе иметь совокупность ресурсов и привилегий, которые доступны ее членам для удовлетворения своих потребностей. Но для достижения высокого уровня организации профессиональная группа должна постоянно пополняться свежими кадрами, то есть профессионалами, которые будут не только формально соответствовать своей должности, но и будут включены в ядро профессиональной группы, ее систему коммуникаций и ценностей.

Для этого профессиональным группам необходимы качественные системы отбора и адаптации персонала, которые позволяют не допускать в профессиональную группу несоответствующих лиц. Стоит отметить, что системы отбора и адаптации должны строиться с учетом специфики профессиональных групп, а также быть рациональными для экономической эффективности кадровых мероприятий. Эффективность программ отбора и адаптации можно проверить путем измерения уровня стабильности профессиональной группы, устойчивости положения ее членов, продуктивностью работы и прочими характеристиками.

С учетом специфики закрытых профессиональных групп, представляется возможным дать следующее определение понятия трудовой адаптации – это включение нового члена в профессиональную группу через обретение социального статуса работника определенной сферы, который занимает особое место в трудовой структуре организации, принимает ценности профессиональной группы и получает доступ к ее благам и ресурсам через полноправное участие в системе коммуникаций.

На сегодняшний день трудовая адаптация может быть расценена как стратегический инструмент повышения закрытости профессио-

нальной группы с целью сохранения ее специфических особенностей, а также выполнения социально значимых целей [1, с. 111]. Необходимость повышенной степени защиты профессиональной группы от попадания в нее несоответствующих лиц прослеживается на всех этапах развития структуры закрытых профессиональных групп [2, с. 66]. Это дает основание полагать, что закрытая профессиональная группа должна иметь систему эффективных барьеров для качественного отбора новых членов.

В «специфических» (с точки зрения сферы труда, особых методов работы сотрудников и т.п.) профессиональных группах трудовая адаптация влияет не только на эффективность трудовой деятельности совместно с новым сотрудником, но и на коммуникационные связи, и на сплоченность профессиональной группы [3, с. 113]. Трудовая адаптация может регулировать влияние нового сотрудника на структуру профессиональной группы и качественные характеристики ее членов. Отсутствие сплоченности в профессиональной группе, особенно имеющей специфический характер, может приводить к целому ряду проблем: кадровому голоду, нарушению морально-психологического климата, нерациональному использованию властного ресурса, низкому уровню социального развития [4, с. 542]. При этом адаптационные процессы могут нарушаться и не всегда быть эффективными, даже при правильной их организации. Это происходит в случае попадания в профессиональную группу не соответствующих ее требованиям лиц [5, с. 58].

Профессиональная группа сотрудников исправительных учреждений обладает высоким порогом закрытости, что затрудняет предадаптационные процессы и требует особенного подхода к новому персоналу [6, с. 102]. Сотрудники исправительных учреждений функционируют в условиях жестких норм тотального института, который требует определенной подготовки от кандидата [7, с. 154]. Термин «тотальный институт» сформулирован И. Гоффманом. Он понимает под тотальным институтом «место проживания и работы, где значительное число находящихся в одинаковой ситуации людей, отрезанных от более широкой общности на ощути-

мый период времени, сообща следуют закрытому, формально администрируемому циклу жизни»¹. Тотальный институт при этом предоставляет определенные материальные блага для обеспечения жизнедеятельности всех его участников. Доступ к таким благам возможен только для тех сотрудников, которые внедрили в профессиональную группу и стали ее полноправными членами. При этом акторы, с одной стороны, долгое время находятся в условиях расширенных властных полномочий (как своих, так и вышестоящего начальства), а с другой, в условиях тотальной регламентации осуществляют трудовую деятельность, что оказывает значительное влияние на их повседневную жизнь. Исследование тотальных институтов пока не привело к формированию четкого алгоритма трудовой адаптации для закрытых профессиональных групп [8, с. 71]. Именно поэтому в настоящее время затруднительно организовать системное воздействие на процессы трудовой адаптации в закрытых профессиональных группах.

Для решения указанных проблем необходимо совершенствовать процесс трудовой адаптации для конкретных профессиональных групп и создавать условия для их стабильного и сбалансированного функционирования. Это в полной мере относится к персоналу уголовно-исполнительной системы (представителей которого как раз и можно рассматривать в качестве «специфической» профессиональной группы).

В настоящее время 11% сотрудников уголовно-исполнительной системы в возрасте до 30 лет покидают место службы, имея стаж меньше одного года, что напрямую свидетельствует о проблемах в области адаптации трудовых ресурсов². Сотрудники не проходят адаптационный период и покидают систему, что предопределяет повторную процедуру подбора и адаптации другого кандидата. В других закрытых профессиональных группах (к примеру, группа сотрудников федеральной службы безопасности) показатель текучести кадров – 5%, что значительно ниже показателя в уголовно-исполнительной системе [9, с. 219].

По результатам проведенных исследований можно сделать вывод о том, что главными мо-

тивами поступления на службу в уголовно-исполнительную систему являются: достойная оплата труда, стабильность занятости, ранний выход на пенсию, вещевое и продовольственное обеспечение³. Высокий уровень текучести кадров и ключевые основания увольнения свидетельствуют о том, что данные мотивы не были удовлетворены, а все получаемые материальные блага не соответствовали сложности его трудовой деятельности, количеству конфликтов и качеству коммуникации в коллективе. При этом сотрудники готовы повышать эффективность трудовой деятельности, если у них будет возможность служебного роста и обучения, улучшение условий труда и благоприятный морально-психологический климат в коллективе.

Стоит отметить, что изначальный отбор кадров происходит в условиях жесткой регламентации и внешнего негативного («пугающего») имиджа службы в уголовно-исполнительной системе [10, с. 162]. Адаптация принятого персонала происходит в ограниченных информационных условиях: адаптант, попадая в систему, часто практически не владеет достаточной информацией о структуре профессиональной группы и предстоящей деятельности. Поэтому уже на начальных этапах трудовой адаптации необходимо использование личностного и образовательного потенциала нового сотрудника (его готовность работать в системе Федеральной службы исполнения наказаний (ФСИН), уровня и направления полученного им профессионального образования, определенный набор психологических черт).

Важное значение имеет тот факт, что структура профессиональной группы сотрудников уголовно-исполнительной системы не претерпевала значительных изменений за время своего существования в РФ [11, с. 267]. Однако социальный портрет участника такой группы значительно изменился за последнее время, и это предполагает проведение новых исследований при разработке программ адаптации и развития новых сотрудников. В ходе таких исследований необходимо определение причин высокого уровня текучести кадров молодых специалистов, а также выявление проблем в трудовой

¹ Goffman E. (1963). *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates* Garden City. Anchor Books.

² Характеристика Управления кадров ФСИН России // Официальный сайт ФСИН России. URL: <http://xn--h1akkl.xn--p1ai/structure/personnel/> (дата обращения 01.09.2023).

³ Малкова Л. А., Игнатьевский В. А. Анализ состояния и пути решения проблемы мотивации служебно-профессиональной деятельности сотрудников уголовно-исполнительной системы в современных условиях // Человек: преступление и наказание. 2018. № 3. С. 344-351.

адаптации персонала. Необходимо изучение этапов и факторов трудовой адаптации сотрудников ФСИН, уточнение методологии оценки процесса адаптации со стороны всех его участников.

Выявление социальных черт адаптантов, сталкивающихся с серьезными трудностями на начальных этапах работы, и усиленная работа с ними должны положительно повлиять на уровень стабильности в профессиональной группе [12, с. 335]. Для оптимизации и повышения эффективности деятельности учреждений необходим мониторинг функционирования кадрового состава как на входе в профессиональную группу, так и на выходе из нее, то есть необходим анализ фактического использования главного (кадрового) ресурса ФСИН.

Особо следует обратить внимание на процессы профессиональной деформации и профессиональной девиации в процессе трудовой адаптации сотрудников ФСИН [13, с. 31]. Данные, полученные в ходе анализа процессов профессионального выгорания, могут быть использованы для совершенствования профессиональной адаптации и, в конечном итоге, для повышения сплоченности профессиональной группы, которая необходима для оптимального функционирования учреждений ФСИН.

■ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

При рассмотрении профессиональной группы сотрудников уголовно-исполнительной системы были использованы теоретические разработки Э. Дюркгейма, В. Г. Подмаркова, Ш. Гадеа, М. Ларсона, Г. Б. Кораблевой, Дж. Эветтса. Отметим, что Джон Эветтс занимался исследованием, прежде всего, закрытых профессиональных групп.

Теории адаптации к трудовой деятельности разрабатывались такими учеными, как М. Вебер, Р. Мертон, Н. З. Вельгош, Ю. С. Тюлькина, В. Р. Веснин, А. С. Котлова, и др. Трудовая адаптация в особых условиях специфических профессиональных групп рассматривалась Е. И. Русаковой, Д. В. Пестриковым, А. А. Налчаджян, Л. Уайтом, Э. С. Маркаряном.

Функции и специфические особенности трудовой адаптации рассматривались Л. В. Фотиной, Д. А. Кеменевым, Л. А. Обуховой, П. С. Граве, Т. В. Шаровой, И. С. Коном, Т. В. Андреевой, Н. Г. Чевтаевой, Б. Ю. Берзиным, Е. С. Баразговой, Г. Е. Зборовским.

Данные исследования имеют особое значение при анализе трудовой адаптации в профессио-

нальных группах, однако трудовая адаптация в закрытых профессиональных группах, на наш взгляд, исследована недостаточно. На сегодняшний день незначительное количество работ посвящено уникальным условиям трудовой адаптации в закрытых профессиональных группах, причем часто в этих работах проанализированы, прежде всего, психологические аспекты адаптации [14, с. 280]. Что касается социологического анализа процесса адаптации сотрудников уголовно-исполнительной системы, входящих в соответствующую профессиональную группу, то он практически не проводился. Это во многом связано с закрытым характером как самой группы, так и исправительных учреждений, особенно строгого режима. Кроме того, отметим, что некоторые исследователи указывают на существующее противоречие между личностными качествами адаптанта и объективными требованиями профессиональной деятельности во ФСИН [15, с. 20].

Ключевым понятием для исследования является понятие «группа риска». Выявление групп риска и ее специфических черт характерно для Норвегии, где признана одна из самых эффективных тюремных систем мира⁴. Группы риска также встречаются в исследованиях российских ученых, например, у О. В. Сорокина, который связывает формирование группы риска, прежде всего, с девиантным поведением у новых членов профессиональных групп [16, с. 84].

Кадровые проблемы характеризуются прежде всего уровнем текучести кадров, высокий показатель которого свидетельствует о снижении устойчивости профессиональной группы, сложностях при осуществлении трудовой деятельности и других негативных факторах. Подтверждают это и статистические данные уголовно-исполнительной системы, представленные в таблице 1⁵, которые свидетельствуют об очень высокой доле уволившихся сотрудников для закрытой профессиональной группы.

Уровень текучести кадров среди молодых выпускников ведомственных образовательных учреждений ФСИН также достаточно высок: ежегодно увольняется до 40% молодых специа-

⁴ Coyle E. (2002). *A human rights approach to prison management: a manual for prison staff. Stipend*. London: International Center for Prison Studies.

⁵ Обзор информации о деятельности ФСИН России за 2022 год. Официальный сайт ФСИН России. URL: <https://fsin.gov.ru/statistics/obzor-informatsii-o-deyatelnosti-fsin-rossii-za-2022> (дата обращения 15.08.2023).

Таблица 1 — Количество уволившихся сотрудников из учреждений и организаций уголовно-исполнительной системы
Table 1 — The number of retired employees from institutions and organizations of the penal system

Показатель	2019		2020		2021		2022	
	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %
Количество уволившихся, всего	12 297	100	13 545	100	14 087	100	14 568	100
Из них уволились в первый год службы	5 201	42,3	6 460	47,7	7 170	50,9	7 473	51,3

Таблица 2 — Количество свободных рабочих мест, заявленных организациями, подведомственными ФСИН, в органы службы занятости населения Свердловской области
Table 2 — The number of vacant jobs declared by organizations subordinate to the Federal Penitentiary Service to the bodies of the employment service of the Sverdlovsk region

Профессии	2019		2020		2021		2022		I полугодие 2023 года	
	Рабоч. места, ед.	Доля, %	Рабоч. места, ед.	Доля, %	Рабоч. места, ед.	Доля, %	Рабоч. места, ед.	Доля, %	Рабоч. места, ед.	Доля, %
Начальник (в разных отраслях)	122	3,8	92	3,3	198	6,6	186	5,5	74	4,4
Инспектор	1 480	46,5	1 647	59,6	1 302	43,3	1 839	54,5	875	52,6
Инспектор отдела режима и охраны	188	5,9	98	3,5	194	6,4	156	4,6	37	2,2
Кинолог	82	2,6	17	0,6	26	0,9	100	3,0	46	2,8
Оперативный уполномоченный	32	1,0	5	0,2	27	0,9	37	1,1	13	0,8
Бухгалтер	42	1,3	59	2,1	72	2,4	23	0,7	6	0,4
Медицинский персонал (врачи, фельдшеры, медицинские сестры)	691	21,7	387	14,0	569	18,9	426	12,6	383	23,0
Водитель	169	5,3	135	4,9	174	5,8	193	5,7	56	3,4
Инженер	78	2,5	70	2,5	67	2,2	79	2,3	22	1,3
Иные профессии вольнонаемных	299	9,4	253	9,2	379	12,6	337	10,0	153	9,2
Всего	3183	100,0	2763	100,0	3008	100,0	3376	100,0	1665	100,0

листов, пришедших из высших образовательных учреждений ФСИН, которые не имели стаж работы более 1 года [17, с. 212]. Одна из основных причин увольнения – нарушение процесса адаптации выпускников в начале трудовой деятельности, что во многом обусловлено их личностными характеристиками и психическим здоровьем [9, с. 219].

Для выявления проблем адаптации персонала в уголовно-исполнительной системе было проведено исследование, состоящее из двух этапов: анализ статистических данных и проведение социологического опроса.

В рамках первого этапа исследования был проведен анализ вакансий, заявленных организациями, подведомственными ФСИН, в органы службы занятости населения Свердловской области в 2019–2023 годах. Данные демонстрируют, что в течение календарного года преимущественную долю (от 60 до 70%) составляют вакансии, относящиеся к аттестованному персоналу: начальник, инспектор, бухгалтер, кинолог, оперативный уполномоченный. Вольнонаемный персонал (в том числе медицинский)

также обращается в службы занятости, но он не входит в объект исследования. Данные представлены в таблице 2⁶. Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что большую долю составили вакансии на должности младшего начальствующего состава: из них за указанный период преобладает должность инспектора – от 43,3% до 59,65%. Необходимо принять во внимание, что одна и та же вакансия может быть заявлена как свободная несколько раз в течение одного или нескольких лет подряд, что может свидетельствовать либо об отсутствии спроса на данное рабочее место среди соискателей работы, либо о высоком уровне текучести кадров по данной вакансии, то есть сотрудники увольняются менее чем через год и вакансия становится актуальной.

Для более подробного анализа была проанализирована численность обратившихся в территориальные органы служб занятости Свердловской области относительно работы в учрежде-

⁶ Работа и вакансии в Свердловской области // Единая цифровая платформа в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России». URL: <https://trudvsem.ru/vacancy/> (дата обращения 05.09.2023).

Таблица 3 — Численность граждан, обратившихся в территориальные органы службы занятости населения Свердловской области за содействием в поиске подходящей работы, ранее уволенных из организаций, подведомственных ФСИН

Table 3 — The number of citizens who applied to the territorial bodies of the employment service of the Sverdlovsk region for assistance in finding a suitable job, previously dismissed from organizations subordinate to the Federal Penitentiary Service

№ п/п	Центр занятости	Наименование учреждения ФСИ	2019	2020	2021	2022	I полугодие 2023 года
1	ГКУ «Екатеринбургский ЦЗ»	ИК-10 Екатеринбург	3	3	2	0	1
		ИК-2 Екатеринбург	0	6	3	2	0
		СИЗО-5 Екатеринбург	3	5	4	1	0
		СИЗО-1 Екатеринбург	7	15	12	3	1
		ФКУЗ МСЧ № 66 ФСИН	15	22	23	18	0
		Иные учреждения ФСИН	16	17	15	7	1
	Итого по ЦЗ		44	68	59	31	3
2	ГКУ «Ивдельский ЦЗ»	ИК-55 Ивдель	4	15	10	3	1
		ИК-56 Черный Беркут	29	2	17	3	0
		ИК-62 Ивдель	17	19	19	2	0
		ЛИУ-58 Ивдель	20	5	13	1	6
		ИК-63 Ивдель	10	8	10	2	0
		Иные учреждения ФСИН	3	1	2	2	0
	Итого по ЦЗ		83	50	71	13	7
3	ГКУ «Ирбитский ЦЗ»	СИЗО-2 Ирбит	7	6	7	4	2
	Итого по ЦЗ		7	6	7	4	2
4	ГКУ «Каменск-Уральский ЦЗ»	ИК-47 Каменск-Уральский	3	14	10	9	3
		КП-59 Каменск-Уральский	7	21	18	21	1
	Итого по ЦЗ		10	35	28	30	4
5	ГКУ «Камышловский ЦЗ»	КП-45 Восточный	4	9	7	3	6
		СИЗО-4 Камышлов	2	8	7	4	0
	Итого по ЦЗ		6	17	14	7	6
6	ГКУ «Красноурьинский ЦЗ»	ИК-16 Красноурьинск	10	12	12	3	1
		ИК-3 Красноурьинск	12	8	11	6	3
	Итого по ЦЗ		22	20	23	9	4
7	ГКУ «Невьянский ЦЗ»	ИК-46 Невьянск	3	8	6	4	0
		Кировградская ВК	2	36	24	11	3
		СИЗО-6 Кировград	14	10	13	4	0
	Итого по ЦЗ		19	54	43	19	3
8	ГКУ «Нижнетагильский ЦЗ»	ИК-12 Нижний Тагил	2	7	5	2	3
		ИК-13 Красная утка	0	8	4	5	1
		ИК-5 Нижний Тагил	1	8	5	5	0
		ИК-6 Нижний Тагил	13	8	11	5	3
		ЛИУ-51 Нижний Тагил	3	6	5	1	0
		СИЗО-3 Нижний Тагил	5	6	6	2	0
	Итого по ЦЗ		24	43	36	20	7
9	ГКУ «Новолялинский ЦЗ»	ИК-53 Верхотурье	2	7	5	4	4
		ИК-54 Новая Ляля	4	12	9	6	5
	Итого по ЦЗ		6	19	14	10	9
10	ГКУ «Первоуральский ЦЗ»	КП-66 Решеты	1	2	2	5	0
	Итого по ЦЗ		1	2	2	5	0
11	ГКУ «Серовский ЦЗ»	ИК-52 Восточный	1	9	6	4	2
		ИК-8 Гари	10	5	8	9	0
		ИК-18 Сосьва	8	3	6	7	0
		ИК-15 ОИК-4 ОУХД	5	6	6	5	4
		ЛИУ-23 Сосьва	8	9	9	4	8
	Итого по ЦЗ		32	32	35	34	14
12	ГКУ «Тавдинский ЦЗ»	ИК-19 Тавда	18	22	22	9	2
		ИК-24 Азанка	5	10	9	6	2
		ИК-26 Тавда	5	8	7	6	2
		Иные учреждения ФСИН	2	4	3	3	3
	Итого по ЦЗ		30	44	41	24	9
Иные учреждения ФСИН по Свердловской обл. (временнонаемный персонал)			30	33	35	18	12
Иные учреждения ФСИН по России			6	14	11	4	1
Итого по службе занятости Свердловской области			320	437	419	228	81

Таблица 4 — Причины увольнения граждан из организаций, подведомственных ФСИН (в процентах от общего числа данной категории граждан, позже обратившихся в органы службы занятости населения Свердловской области за содействием в поиске подходящей работы)

Table 4 — Reasons for the dismissal of citizens from organizations subordinate to the Federal Penitentiary Service (as a percentage of the total number of this category of citizens who later applied to the employment service of the Sverdlovsk region for assistance in finding a suitable job)

Причина увольнения	2019		2020		2021		2022		I полугодие 2023 года	
	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %
По собственному желанию	186	58,1	310	70,9	302	72,1	130	57,3	46	57,9
По соглашению сторон	15	4,7	24	5,5	27	6,4	21	9,2	4	4,9
Истечение срока трудового договора	18	5,6	31	7,1	21	5,0	16	7,0	9	11,1
Сокращение численности или штата	58	18,1	30	6,9	29	6,9	27	11,8	16	19,7
Нарушение трудовой дисциплины	7	2,2	17	3,9	16	3,8	8	3,5	2	2,0
По выслуге лет/ выход на пенсию	19	5,9	8	1,8	3	0,7	4	1,7	1	1,2
По состоянию здоровья	7	2,2	6	1,4	7	1,7	4	1,7	1	1,2
По иным причинам	10	3,1	11	2,5	14	3,3	18	7,8	2	2,0
Всего	320	100,0	437	100,0	419	100,0	228	100,0	81	100,0

ниях ФСИН⁷. Эти учреждения, как правило, находятся на периферии (за исключением г. Екатеринбурга), и, соответственно, граждане обращаются по месту прописки. В Свердловской области функционирует 41 центр занятости; в таблице 3 представлены только те центры занятости, в которые обращались граждане, имеющие в качестве последнего места работы учреждения ФСИН⁸.

При анализе статистической информации выявлено, что абсолютное большинство работников уволились ранее по собственному желанию (см. табл. 4)⁹. Таблица 4 подтверждает вывод о том, что доля работников, уволившихся по собственному желанию, составила от 58,1%, до 71,2%. Вероятнее всего, большинство уволившихся не смогли пройти период адаптации и приняли решение покинуть службу – такие сотрудники могут быть членами «группы риска».

■ РЕЗУЛЬТАТЫ

Под группой риска в данном случае следует понимать совокупность неэффективных адаптантов, которые уже вошли в профессиональную группу, но испытывают трудности при прохождении этапов трудовой адаптации и готовы уволиться в течение первого года работы.

⁷ Перечень подведомственных учреждений. Интерактивный портал Департамента по труду и занятости населения Свердловской области. URL: <https://www.szn-ural.ru/czn/index/> (дата обращения 15.09.2023).

⁸ Сведения о предоставлении услуг в области содействия занятости населения – статистическая форма 2Т. Интерактивный портал Департамента по труду и занятости населения Свердловской области. URL: <https://www.szn-ural.ru/reports/> (дата обращения 15.09.2023).

⁹ Там же.

Соответственно, они нуждаются в дополнительных кадровых мероприятиях в период трудовой адаптации и требуют особого внимания от всех участников адаптационных процессов.

В качестве показателей неэффективности процесса адаптации новых сотрудников, кроме увольнения в течение первого года работы, можно выделить следующие: нет коммуникации с коллективом/начальством; не подошел характер работы; конфликты с другими членами коллектива.

Для более подробной характеристики членов группы риска на втором этапе исследования был проведен социологический опрос. В исследовании использовалась количественная стратегия – была разработана формализованная анкета для сбора данных, которую заполняли бывшие сотрудники исправительных учреждений строгого режима Свердловской области. Гипотеза-основание заключается в том, что абсолютное большинство респондентов, уволившихся в течение первого года работы в учреждениях ФСИН, входят в группу риска, то есть тех недавно принятых сотрудников, чей процесс адаптации оценивается как неэффективный. Респонденты заполняли анкеты при первичном обращении в центры занятости для постановки на Регистрационный учет в качестве безработных. Заполнение анкет проводилось при сопровождении сотрудников центров занятости Свердловской области. В таблице 5 приведено общее количество опрошенных за период 2019–2023 гг.

Нам не удалось провести опрос всех интересующих нас бывших сотрудников ФСИН, обратившихся в службу занятости (в связи с их отка-

Таблица 5 — Количество бывших сотрудников ФСИН, обратившихся в службу занятости и принявших участие в опросе за период 2019–2023 гг.

Table 5 — Number of former Federal Penitentiary Service employees who contacted the employment service and took part in the survey in 2019–2023

Период	2019
2019 год	175
2020 год	205
2021 год	201
2022 год	143
I полугодие 2023 года	67

зом заполнять анкеты). Далее был проведен «отсев анкет», представленный в таблице 6, для того чтобы рассматривать только тех респондентов, которые не прошли полностью период адаптации, то есть уволились в первый год службы.

Доля респондентов, уволившихся до завершения всех этапов трудовой адаптации (в течение года после трудоустройства), составляет около 70% процентов, что свидетельствует о предположительном отношении данных граждан к группе риска, что подтверждается устойчивой динамикой за рассматриваемый период. В таблице 7 представлена характеристика респондентов по основанию увольнения из учреждений ФСИН.

При анализе данных опроса выявлено, что основная часть опрошенных, имеющих в качестве последнего места работы организации, подведомственные ФСИН, увольнялись по собственному желанию – от 75,2% до 85,6%. В таблице 8 представлена характеристика причины увольнения из учреждений ФСИН по собственному желанию.

Таблица 6 — Характеристика респондентов по стажу работы

Table 6 — Characteristics of respondents by work experience

Стаж работы	2019		2020		2021		2022		I полугодие 2023 года	
	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %
Менее 3 месяцев	17	9,7	11	5,4	15	7,6	18	12,5	3	4,4
От 3 до 6 месяцев	57	33,0	86	42,1	78	38,8	59	41,5	24	36,0
От 6 месяцев до 1 года	51	28,9	52	25,0	39	19,4	21	14,6	21	31,3
Более 1 года	50	28,4	56	27,5	69	34,2	45	31,4	19	28,3
Итого	175	100,0	205	100,0	201	100,0	143	100,0	67	100,0

Таблица 7 — Характеристика респондентов по основанию увольнения

Table 7 — Characteristics of respondents on the grounds of dismissal

Основание увольнения	2019		2020		2021		2022		I полугодие 2023 года	
	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %
Собственное желание	94	75,2	115	77,1	113	85,6	80	81,6	34	74,2
Соглашение сторон	8	6,4	5	3,3	3	2,2	5	5,1	2	4,3
Сокращение	11	8,8	17	11,4	10	7,6	4	4,1	7	15,2
Выслуга лет/выход на пенсию	7	5,6	5	3,3	1	0,9	2	2,0	1	2,1
По состоянию здоровья	4	3,2	5	3,3	3	2,2	4	4,1	1	2,1
Иные основания	1	0,8	2	1,6	2	1,5	3	3,1	1	2,1
Итого	125	100,0	149	100,0	132	100,0	98	100,0	46	100,0

Таблица 8 — Характеристика респондентов по причине увольнения

Table 8 — Characteristics of respondents due to dismissal

Основание увольнения	2019		2020		2021		2022		I полугодие 2023 года	
	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %	Чел.	Доля, %
Переезд	2	2,1	3	2,6	3	2,6	1	1,2	0	0,0
Семейные обстоятельства	3	3,2	14	12,1	8	7	3	3,7	4	11,7
Нет коммуникации	32	34	31	26,9	34	30	21	26,3	13	38,4
Не подошел характер работы	42	44,8	56	48,9	47	41,9	46	57,6	6	17,6
Конфликт	11	11,7	8	6,9	15	13,2	6	7,5	6	17,6
Иные	4	4,2	3	2,6	6	5,3	3	3,7	5	14,7
Итого	94	100,0	115	100,0	113	100,0	80	100,0	34	100,0

Из числа работников, уволенных по собственному желанию, самыми популярными являются следующие причины увольнения: 1 место – не подошел характер работы (от 33,3% до 57,6%); 2 место – нет коммуникации с коллективом/начальством (от 26,9% до 35,3%), на 3 месте находится конфликт на рабочем месте (от 6,9% до 14,8%). Такие результаты напрямую свидетельствуют о неэффективности трудовой адаптации, а также о принадлежности данных респондентов к группе риска. Далее были проанализированы их основные характеристики.

На основании ответов респондентов была составлена характеристика респондентов по полу, представленная на рисунке 1.

Самым популярным основанием у женщин стал конфликт на рабочем месте (30,2%) и отсутствие коммуникации в профессиональной группе (19,6%), для мужчин наибольший вес имеет характер работы (43,8%). Данное распределение свидетельствует о том, что в первый год службы мужчины

не смогли адаптироваться к характеру работы, его особенностям и покинули учреждение как несоответствующие лица.

На основании ответов респондентов была составлена характеристика респондентов по возрасту, представленная на рисунке 2.

Основной причиной увольнения для возрастной группы до 30 лет становится неподходящий характер работы (более 50% в каждом периоде). Старшие возрастные группы (до 35 и до 40 лет) больше ориентируются на отсутствие коммуникации и конфликты в коллективе. Далее была составлена характеристика респондентов по образовательному критерию, представленная на рисунке 3.

У респондентов, которые не имеют среднего образования, чаще происходят увольнения из-за неподходящего характера работы (более 50%) и отсутствия коммуникаций (более 30%). Это подтверждает важность преадаптационного периода во время обучения, в этот пе-

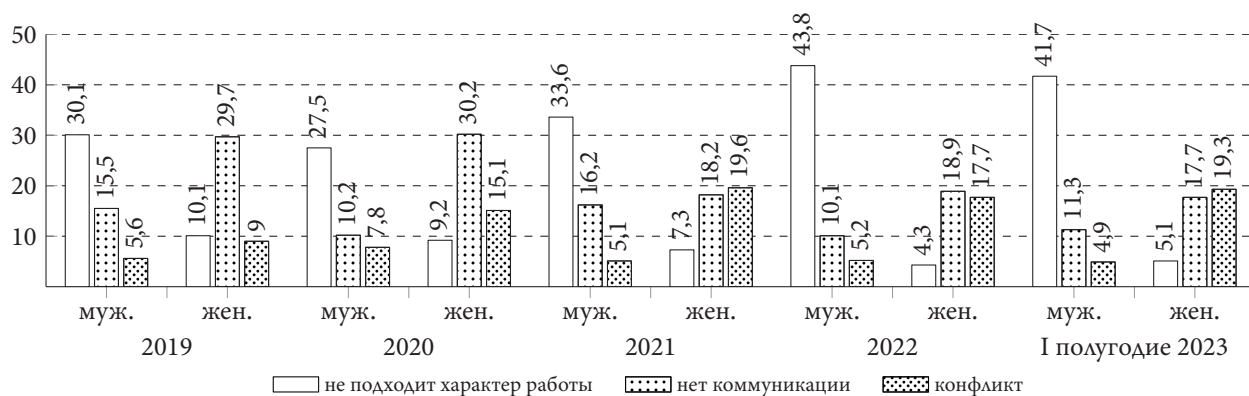


Рис. 1. Гендерное распределение респондентов по причинам увольнения, %
Fig. 1. Gender distribution of respondents for reasons of dismissal, %

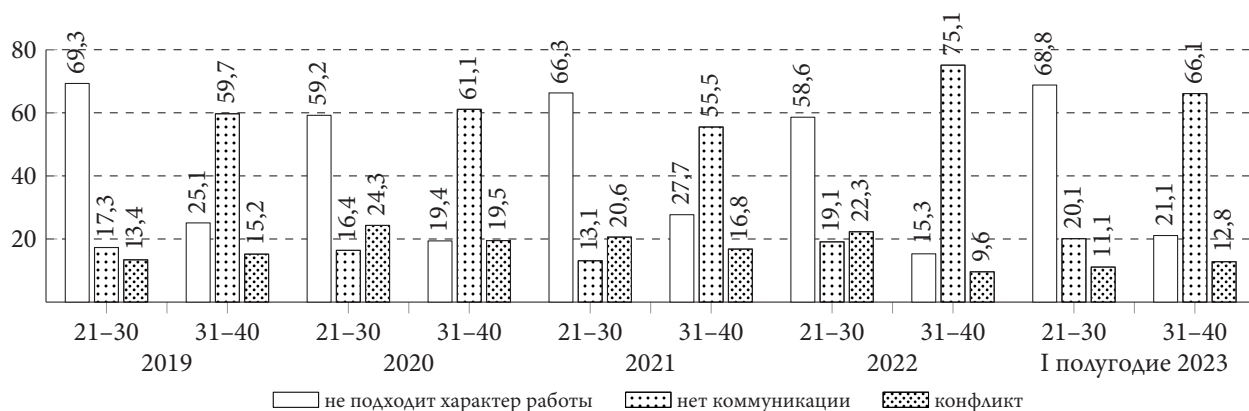


Рис. 2. Возрастные группы респондентов по причинам увольнения, %
Fig. 2. Age groups of respondents for reasons of dismissal, %

риод происходит ознакомление со спецификой трудовой деятельности и налаживаются профессиональные коммуникации, в том числе и неформальные.

По результатам социологического опроса можно сделать вывод о подтверждении гипотезы-основания: увольнение по собственному желанию при стаже работы до 1 года работы и отсутствие ведомственного образования позволяют идентифицировать респондентов как членов группы риска.

Исходя из характеристик респондентов, которые покинули профессиональную группу в период адаптации, можно сформулировать набор специфических черт, которые присущи группе риска:

1. Большинство членов и профессиональной группы, и группы риска представлены мужчинами (более 70%). Это обусловлено не только спецификой профессиональной деятельности, но и гендерным различием в адаптационных процессах и причинах увольнения у мужчин и женщин [18, с. 1722].

2. Молодая возрастная группа – до 30 лет. Данная особенность связана с тем, что старшие возрастные группы уже имеют профессиональный опыт, а значит, уже проходили адаптационные процессы и вступали в систему коммуникации профессиональной группы и организации. Молодой возрастной группе необходим более длительный адаптационный период, в особенности это касается специфичной профессиональной группы сотрудников уголовно-исполнительной системы [19, с. 99].

3. Сотрудники, не прошедшие адаптацию, как правило, не имеют специального ведом-

ственного образования. Такие сотрудники ограничены в профессиональной мобильности, так как не могут занимать должности старшего начальствующего состава, что снижает их мотивацию к эффективной трудовой деятельности [20, с. 84]. Более того, сотрудники, которые окончили гражданские образовательные учреждения, не имеют возможности пройти предадаптационный период, что значительно снижает их конкурентоспособность относительно тех сотрудников, которые окончили ведомственные образовательные учреждения и имеют опыт коммуникации внутри профессиональной среды.

4. Аттестованный персонал младшего начальствующего состава более подвержен стрессовым ситуациям при осуществлении трудовой деятельности, так как данные сотрудники обеспечивают деятельность служб охраны и конвоирования. Основной деятельностью таких служб является взаимодействие со спецконтингентом и контроль за исполнением наказания, что всегда сопряжено с постоянным напряжением внимания и высоким риском возникновения стрессовой ситуации.

Таким образом, набор характеристик типичного представителя группы риска выглядит следующим образом: мужчина до 30 лет, принятый на должности младшего начальствующего состава, не имеющий ведомственного образования. Исходя из результатов исследования можно сделать вывод о том, что существование группы риска является значительной проблемой для эффективного функционирования учреждений ФСИН и требует принятия мер по ее устранению.

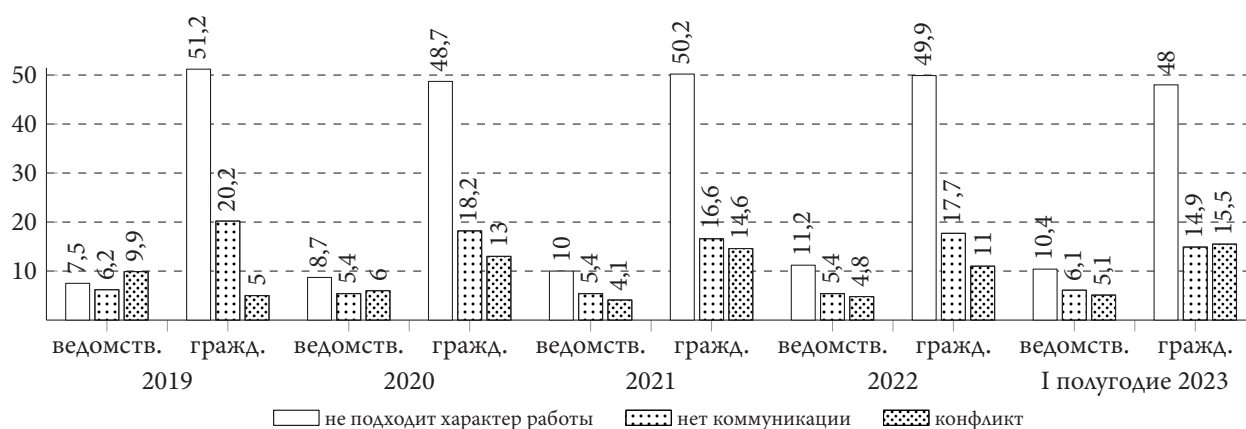


Рис. 3. Уровень образования респондентов по причинам увольнения, %

Fig. 3. The level of education of respondents for reasons of dismissal, %

■ ОБСУЖДЕНИЕ

Исходя из результатов проведенного исследования можно сделать вывод о том, что высокий уровень текучести кадров обусловлен недостаточностью адаптационных процедур. Новый сотрудник, поступая на службу во ФСИН, должен иметь соответствующий уровень необходимых знаний, умений и навыков, о чем должно свидетельствовать успешное прохождение им процедуры подбора персонала. Однако на практике этапы трудовой адаптации пройти такой сотрудник не может и покидает учреждение, имея стаж работы не более 1 года.

В результате проведенного анализа становится очевидным, что все сотрудники, которые не прошли адаптацию, имеют схожие характеристики и формируют собой группу риска, которая требует определенного подхода к ней. Перед прохождением трудовой адаптации новым сотрудником, который обладает характеристиками типичного представителя группы риска, необходимо проводить повторный анализ его психофизиологических характеристик на соответствие профессиональной группе сотрудников уголовно-исполнительной системы. Также необходим учет основных причин увольнения сотрудников, для корректировки методов работы с адаптирующимся персоналом: более подробное разъяснение характера работы, помощь в построении коммуникаций, нивелирование конфликтов.

В настоящее время в уголовно-исполнительной системе реализуются универсальные программы адаптации, которые в большинстве случаев нацелены на освоение новым сотрудником формальных требований и норм, что является, безусловно, важной частью трудовой деятельности в уголовно-исполнительной системе. Но для повышения эффективности трудовой адаптации и сокращения уровня текучести кадров необходима модернизация программ адаптации, которая бы позволяла учитывать специфические характеристики определенных должностей и категорий персонала. Модернизация программ адаптации необходима для внедрения в профессиональную группу только соответствующих лиц и повышения уровня профессионализма ядра профессиональной группы.

Для модернизации программ трудовой адаптации в адресные программы трудовой адаптации необходим учет следующих аспектов:

1. Разработка информационного блока перспектив в рамках карьерного роста и повышения уровня компетентности сотрудника. Для стимулирования нового сотрудника к успешному прохождению трудовой адаптации и последующему осуществлению эффективной трудовой деятельности необходимо информировать его о возможностях карьерного роста и обучения в ведомственном образовательном учреждении.

2. Подбор наставника и разработка его деятельности по адаптации нового сотрудника должны проходить с учетом результатов прохождения центральной психологической диагностики, которая осуществляется на этапе подбора персонала. Система наставничества является наиболее эффективной адаптационной процедурой, поэтому от ее эффективности в наибольшей степени зависит результат адаптации. Кадровые подразделения обладают информацией о психофизиологических особенностях всех сотрудников, поэтому они имеют возможность подбирать наставника не только в соответствии с особенностями трудовых функций, но и в соответствии с особенностями психологической совместимости. Такая организация наставничества позволяет также повысить заинтересованность наставника, так как он будет взаимодействовать с подходящим ему сотрудником, что в значительной степени повысит качество коммуникации между ними как в формальном, так и в неформальном аспекте [21, с. 21].

Стоит также отметить необходимость педагогической подготовки наставника, которую он может получить в ведомственных образовательных организациях и использовать при адаптации нового персонала в учреждениях особого режима и на иных должностях со специфическими требованиями [22, с. 106].

3. Изменение системы оценки эффективности наставничества и процесса адаптации в целом. Оценку системы адаптации необходимо проводить в несколько этапов в соответствии с этапами трудовой адаптации для того, чтобы своевременно определять нового сотрудника как члена группы риска [23, с. 90]. Мониторинг и оценка позволят своевременно осуществлять мероприятия с новым сотрудником и принимать управленческие решения не только после окончания периода адаптации, но и во время прохождения ее этапов.

Стоит отметить, что адресные программы адаптации также должны проходить оценку на

эффективность и результативность по окончании их действия [24, с. 801]. Это необходимо не только для оценки нового сотрудника как прошедшего или не прошедшего трудовую адаптацию, но и может использоваться для оценки деятельности наставника и кадрового подразделения.

Трудовая адаптация может быть оценена как эффективная только в том случае, если:

1. Новый сотрудник имеет желание и возможности продолжать осуществлять эффективную трудовую деятельность в учреждении.

2. Руководство учреждения считает нового сотрудника соответствующим занимаемой должности. Новый сотрудник достиг стабильных показателей эффективности трудовой деятельности и имеет возможность совершенствоваться в этом направлении.

3. Новый сотрудник вошел в профессиональную группу, что отражается в освоении системы

коммуникаций, ценностей и целей профессиональной группы сотрудников уголовно-исполнительной системы. Таким образом, он исключается из группы риска.

Использование результатов исследования позволяет комплексно подойти к выявлению и решению конкретных проблем взаимодействия профессиональной группы и того адаптанта, который претендует стать полноправным членом специфической, закрытой профессиональной группы. Окончательный успех трудовой адаптации может быть оценен позже, когда произойдет закрепление в профессиональной группе и ее системах, что представляет собой перспективу исследования данного вопроса и дальнейшей разработки оценочных процедур неформальных аспектов трудовой адаптации в профессиональной группе сотрудников уголовно-исполнительной системы. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Тюлькина Ю. С. Сущность и принципы адаптации персонала // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. 2008. № 1. С. 109–113. EDN KDYOQR.

2. Веснин В. Р., Дюндик Е. П. Анализ и оценка организационной культуры: количественные и качественные методы // *Научный вестник оборонно-промышленного комплекса России*. 2018. № 3. С. 64–72. EDN VABROQ.

3. Писарев О. М., Юрова Ю. В., Вторушина А. С. Отдельные вопросы исследования роли человеческого фактора в профессиональной пенитенциарной сфере // *Человек: преступление и наказание*. 2023. Т. 31, № 1. С. 111–123. DOI 10.33463/2687-1238.2023.31(1-4).1.111-123. EDN QMHTPG.

4. Юрина О. И., Каплина С. В. Условия успешности адаптации молодых сотрудников к служебной деятельности в уголовно-исполнительной системе // *Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта*. 2020. № 2 (180). С. 541–544. DOI 10.34835/issn.2308-1961.2020.2.p541-544. EDN SSMSWL.

5. Долинин А. Ю. О необходимости реализации стратегического подхода в управлении кадрами уголовно-исполнительной системы // *Человек: преступление и наказание*. 2023. Т. 31, № 1. С. 53–64. DOI 10.33463/2687-1238.2023.31(1-4).1.053-064. EDN PKDOUG.

6. Тарасова С. А. Формирование экзистенциального мировоззрения будущих сотрудников уго-

ловно-исполнительной системы // *Вестник Самарского юридического института*. 2023. № 1 (52). С. 100–106. DOI 10.37523/SUI.2023.52.1.015. EDN ZRUJQW.

7. Агранат Д. А. Личность и военизированная организация // *Знание. Понимание. Умение*. 2008. № 2. С. 153–157. EDN JHWWZB.

8. Колесникова Н. Е. Использование зарубежного опыта подготовки кадров служб пробаки для обучения специалистов уголовно-исполнительных инспекций ФСИН России // *Психопедагогика в правоохранительных органах*. 2017. № 2 (69). С. 69–73. EDN ZBOVZN.

9. Казберов П. Н. Профессиональный стресс у сотрудников уголовно-исполнительной системы // *Проблемы современного педагогического образования*. 2023. № 79-3. С. 218–221. EDN HNSJHD.

10. Долинин А. Ю., Чудакова С. Н. Развитие компетентности руководителя как фактор повышения эффективности функционирования системы управления персоналом исправительного учреждения // *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*. 2018. № 1 (77). С. 161–165. EDN YUUEVW.

11. Ежова О. Н. Профессиональное становление сотрудников уголовно-исполнительной системы: психологический аспект // *Евразийский юридический журнал*. 2015. № 5 (84). С. 267–269. EDN TVUGTJ.

12. **Ярошенко Е. И.** Социально-психологические особенности проявления феномена эмоционального выгорания на различных этапах трудового стажа сотрудников пенитенциарных учреждений // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*. 2018. Т. 18, № 3. С. 333–338. DOI 10.18500/1819-7671-2018-18-3-333-338. EDN YABQXJ.

13. **Аещенко С. А., Попов А. Н.** Международная практика предупреждения самоубийств среди сотрудников исправительных учреждений // *Ведомости уголовно-исполнительной системы*. 2021. № 4 (227). С. 30–35. DOI 10.51522/2307-0382-2021-227-4-30-35. EDN XRLVZT.

14. **Улендеева Н. И.** Правовые и организационные аспекты проектирования и разработки содержания профессиональной переподготовки и повышения квалификации сотрудников пенитенциарных учреждений // *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2019. Т. 8, № 3 (28). С. 279–282. DOI 10.26140/anip-2019-0803-0071. EDN ZWLYFB.

15. **Грушин Ф. В., Павлова Л. В.** Уголовно-исполнительная система: современное состояние и возможные направления развития // *Ведомости уголовно-исполнительной системы*. 2023. № 4 (251). С. 18–25. DOI 10.51522/2307-0382-2023-251-4-18-25. EDN WKRDMS.

16. **Сорокин О. В.** Особенности девиантного поведения российской молодежи в условиях изменяющейся социальной реальности // *Научный результат. Социология и управление*. 2019. Т. 5, № 4. С. 80–90. DOI 10.18413/2408-9338-2019-5-4-0-7. EDN CDIQZK.

17. **Поляков А. В.** Развитие профессионально-важных качеств оперативных сотрудников Федеральной службы исполнения наказаний как основной фактор успешного вхождения в должность // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2015. № 2. С. 210–214. EDN TLNYFR.

18. **Белик В. Н., Кутаков Н. Н., Метлин Д. Г.** Проблемы правового регулирования реализации

основных средств исправления лиц, отбывающих наказание, как стимула правоуправления поведения осуждённых к лишению свободы, соблюдения прав личности // *Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2021. Т. 14, № 11. С. 1720–1730. DOI 10.17516/1997-1370-0852. EDN YHGS AW.

19. **Апахова В. М., Ваторопин А. С.** Персонал уголовно-исполнительной системы: этапы и особенности адаптации // *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*. 2019. № 5 (62). С. 96–102. DOI 10.26105/SSPU.2019.62.5.010. EDN CPLRAK.

20. **Звягинцев М. В., Звягинцева Е. Н.** Объективизация оценки физической подготовленности сотрудников уголовно-исполнительной системы на основе индивидуально-дифференцированного подхода // *Теория и практика физической культуры*. 2021. № 6. С. 84–87. EDN EQZYKZ.

21. **Воинцев А. Н.** Некоторые вопросы уголовно-правовой квалификации дезорганизации деятельности учреждений уголовно-исполнительной системы // *Вестник Самарского юридического института*. 2023. № 2 (53). С. 20–24. DOI 10.37523/SUI.2023.53.2.003. EDN KOJTUV.

22. **Малетина Е. А.** Профессиональная адаптация молодых сотрудников уголовно-исполнительной системы // *Образование и наука в России и за рубежом*. 2018. № 11 (46). С. 105–108. EDN YNKDNF.

23. **Киселева Р. Н.** Профессиональное здоровье персонала пенитенциарной системы: составляющие и условия сохранения // *Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие*. 2022. Т. 10, № 1 (36). С. 83–92. DOI 10.23888/humJ202210183-92. EDN YZEDBC.

24. **Нуждин А. А.** Техничко-криминалистическое обеспечение предупреждения пенитенциарных преступлений // *Всероссийский криминологический журнал*. 2021. Т. 15, № 6. С. 797–806. DOI 10.17150/2500-4255.2021.15(6).797-806. EDN HYAFGD.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Апахова Валентина Максимовна – Уральский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации — ассистент кафедры регионального и муниципального управления (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66); arakhova-vm@ranepa.ru. AuthorID РИНЦ: 999098, ORCID: 0000-0002-5299-1227.

Ваторопин Александр Сергеевич – доктор социологических наук, доцент; Уральский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте

Российской Федерации — профессор кафедры управления персоналом и социологии (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66); vatoropin-as@ranepa.ru. AuthorID РИНЦ: 286350, ORCID: 0000-0002-7632-5165, ScopusID: 6505693896.

Статья поступила 19.09.2023; рецензия получена 25.10.2023; принята к публикации 13.11.2023.

TARGETED ADAPTATION PROGRAMS AS A WAY TO REDUCE STAFF TURNOVER IN CORRECTIONAL INSTITUTIONS OF THE PENAL SYSTEM

V. M. Apakhova^a, A. S. Vatoropin^a

^a Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Ekaterinburg, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. Currently, there is a high level of staff turnover in the penal enforcement system, which has a negative impact on the activities of correctional institutions. The measures taken to recruit and adapt personnel in institutions of the penitentiary system are insufficient, which does not allow maintaining the stability of the professional group and improving the efficiency of institutions. This raises the issue of the need to modernize the measures implemented in the field of recruitment and adaptation of personnel with less than 1 year of work experience. The purpose of the study is to propose targeted adaptation programs as a way to reduce staff turnover in correctional institutions of the penal system.

Materials and methods. The following methods were used to collect data: analysis of statistical data, questionnaires. 550 former employees of institutions of the penal enforcement system who have less than 1 year of experience in the penal enforcement system took part in the survey.

Results. The study made it possible to formulate the characteristics of the desired risk group, on the basis of which a generalized social portrait of an 'ineffective adaptant' was compiled, who failed the stages of labor adaptation and left the institution during the first year of work in a correctional institution. This underlines the need to create a targeted work adaptation program that will take into account the specifics of a particular institution and vacancy.

Discussion. Based on the research results, recommendations are proposed that can contribute to the timely identification of a potential member of the risk group. With the timely identification of such an employee, personnel departments will be able to apply the necessary adaptation tools to introduce a new employee into the team or make a decision about his non-compliance. Targeted procedures will reduce the level of staff turnover in correctional institutions and, as a result, increase the efficiency of the use of resources intended for personnel procedures in the field of labor adaptation. High-quality labor adaptation is a prerequisite for effective functioning in a specific professional group, as it allows you to introduce a new employee into the structure of a professional group in a short time.

KEYWORDS: staff turnover, recruitment, labor adaptation, risk group, targeted adaptation programs, correctional institutions.

FOR CITATION: Apakhova, V. M., & Vatoropin, A. S. (2023). Targeted adaptation programs as a way to reduce staff turnover in correctional institutions of the penal system. *Management Issues*, 17(6), 53–68. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-53-68>.

REFERENCES

1. TYULKINA, YU. S. (2008). The essence and the principles of vocational adjustment of personnel. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management*, (1), 109–113. <https://elibrary.ru/kdyoqr>.
2. VESNIN, V. R., & DYUNDIK, E. P. (2018). Analysis and evaluation of organizational culture enterprises: Quantitative and qualitative methods. *Scientific Bulletin of the Military-Industrial Complex of Russia*, (3), 64–72. <https://elibrary.ru/vabroq>.
3. PISAREV, O. M., YUROVA, YU. V., & VTORUSHINA, A. S. (2023). Selected issues of research on the role of the human factor in the professional penitentiary sphere. *Man: Crime and Punishment*, 31(1), 111–123. [https://doi.org/10.33463/2687-1238.2023.31\(1-4\).1.111-123](https://doi.org/10.33463/2687-1238.2023.31(1-4).1.111-123).
4. YURINA, O. I., & KAPLINA, S. V. (2020). Conditions of success adaptation of young employees to performance in federal penal system. *Uchenye Zapiski Universiteta imeni P.F. Lesgafta*, (2), 541–544. <https://doi.org/10.34835/issn.2308-1961.2020.2.p541-544>.
5. DOLININ, A. YU. (2023). On the need to implement a strategic approach in the personnel management of the penal system. *Man: Crime and Punishment*, 31(1), 53–64. [https://doi.org/10.33463/2687-1238.2023.31\(1-4\).1.053-064](https://doi.org/10.33463/2687-1238.2023.31(1-4).1.053-064).
6. TARASOVA, S. A. (2023). Formation of an existential worldview of future employees of the penitentiary system. *Bulletin of the Samara Law Institute*, (1), 100–106. <https://doi.org/10.37523/SUI.2023.52.1.015>.
7. AGRANAT, D. L. (2008). Personality and paramilitary organization. *Knowledge. Understanding. Skill*, (2), 153–157. <https://elibrary.ru/juhwzb>.
8. KOLESNIKOVA, N. E. (2017). Foreign experience in training probation officers used to prepare specialists for penitentiary inspections of the federal penitentiary service of Russia. *Psychopedagogics in Law Enforcement*, (2), 69–73. <https://elibrary.ru/zbovzn>.
9. KAZBEROV, P. N. (2023). Professional stress among employees of the criminal executive system. *Problems of Modern Teacher Education*, (79-3), 218–221. <https://elibrary.ru/hnsjhd>.
10. DOLININ, A. YU., & CHUDAKOVA, S. N. (2018). Development of the manager's competence as a factor in improving the efficiency of the personnel management system in the correctional institution. *Bulletin of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, (1), 161–165. <https://elibrary.ru/yuuevw>.
11. EZHOVA, O. N. (2015). Professional development of employees of the penitentiary system: The psychological aspect. *Eurasian Law Journal*, (5), 267–269. <https://elibrary.ru/tvugtj>.
12. YAROSHENKO, E. I. (2018). Social and psychological features of emotional burnout at various stages of seniority of correctional staff. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 18(3), 333–338. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-3-333-338>.
13. LESHCHENKO, S. A., & POPOV, A. N. (2021). International practice of preventing suicide among prison staff. *Vedomosti of the Penal System*, (4), 30–35. <https://doi.org/10.51522/2307-0382-2021-227-4-30-35>.
14. ULENDEEVA, N. I. (2019). Legal and organizational aspects of designing and developing the content of professional retraining and advanced training of prison personnel. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 8(3), 279–282. <https://doi.org/10.26140/anip-2019-0803-0071>.
15. GRUSHIN, F. V., & PAVLOVA, L. V. (2023). Penal system: Current state and possible directions of development. *Vedomosti of the Penal System*, (4), 18–25. <https://doi.org/10.51522/2307-0382-2023-251-4-18-25>.
16. SOROKIN, O. V. (2019). The characteristics of deviant behavior of russian youth in the circumstances of changing social reality. *Research Result. Sociology and Management*, 5(4), 80–90. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2019-5-4-0-7>.
17. POLYAKOV, A. V. (2015). Development of professionally important qualities of operational employees of the Federal Penitentiary Service as the main factor for successful entry into office. *Humanities, Social-Economic and Social Sciences*, (2), 210–214. <https://elibrary.ru/tlntyfr>.
18. BELIK, V. N., KUTAKOV, N. N., & METLIN, D. G. (2021). Problems of legal regulation of the implementation of fixed assets of legal entities, serving sentences as an incentive for law-abiding behavior of those sentenced to imprisonment, respect for individual rights. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 14(11), 1720–1730. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0852>.
19. APAKHOVA, V. M., & VATOROPIN, A. S. (2019). Personnel of the penal correction system: Stages and peculiarities of adaptation. *The Surgut State Pedagogical University Bulletin*, (5), 96–102. <https://doi.org/10.26105/SSPU.2019.62.5.010>.
20. ZVYAGINTSEV, M. V., & ZVYAGINTSEVA, E. N.

(2021). Objectification of the assessment of the physical fitness of the employees of the penitentiary system on the basis of an individually differentiated approach. *Teoriya i Praktika Fizicheskoy Kultury*, (6), 84–87. <https://elibrary.ru/eqzykz>.

21. VOINTSEV, A. N. (2023). Some issues of criminal law qualification of disorganization of the activities of penal institutions. *Bulletin of the Samara Law Institute*, (2), 20–24. <https://doi.org/10.37523/SUI.2023.53.2.003>.

22. MALETINA, E. A. (2018). Professional adaptation of young employees the penal system. *Educa-*

tion and Science in Russia and Abroad, (11), 105–108. <https://elibrary.ru/ynkdhf>.

23. KISELEVA, R. N. (2022). Professional health of the penitentiary system staff: Components and conditions of preservation. *Personality in a Changing World: Health, Adaptation, Development*, 10(1), 83–92. <https://doi.org/10.23888/humJ202210183-92>.

24. NUZHIDIN, A. A. (2021). Technical and forensic support for the prevention of penitentiary crimes. *Russian Journal of Criminology*, 15(6), 797–806. [https://doi.org/10.17150/2500-4255.2021.15\(6\).797-806](https://doi.org/10.17150/2500-4255.2021.15(6).797-806).

AUTHORS' INFORMATION:

Valentina M. Apakhova – Ural Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration — *assistant at the Department of Regional and Municipal Administration* (66, 8 Marta St., Ekaterinburg, 620144, Russia); apakhova-vm@ranepa.ru. RSCI AuthorID: 999098, ORCID: 0000-0002-5299-1227.

Alexander S. Vatoropin – Advanced Doctor in Sociological Sciences, Associate Professor; Ural Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration — *professor of the Department of Personnel Management and Sociology* (66, 8 Marta St., Ekaterinburg, 620144, Russia); vatoropin-as@ranepa.ru. RSCI AuthorID: 286350, ORCID: 0000-0002-7632-5165, ScopusID: 6505693896.

The article was submitted 09/19/2023; reviewed 10/25/2023; accepted for publication 11/13/2023.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ и ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА

PUBLIC MANAGEMENT
and PUBLIC ADMINISTRATION

ВЛИЯНИЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ

О. В. Ибрагимова^а, Н. Р. Бальнская^б

^а Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
(Магнитогорск, Россия)

^б Южно-уральский государственный институт искусств им. П.И. Чайковского
(Челябинск, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. Данная работа исследует специфику формирования имиджа региона в контексте трансформации рынка труда и роли центров дополнительного профессионального образования в данном процессе с учетом потребностей реального сектора экономики. В статье анализируются точки зрения различных авторов по проблемам формирования имиджа территории, а также проиллюстрировано, как непрерывное образование взрослых влияет на факторы, формирующие имидж региона, на примере Челябинской области.

Материалы и методы. В статье используются общенаучные методы исследования, такие как анализ, синтез, обобщение и другие. Информационную базу статьи составили официальные статистические данные, официальные документы, публикации в СМИ. Осуществлен вторичный анализ исследований по изучаемой проблеме.

Результаты. Проведен сопоставительный анализ данных, полученных в ходе исследования рынка труда Магнитогорского городского округа и образовательных программ дополнительного образования, предлагаемых образовательными организациями. Рассмотрены и проанализированы особенности повышения квалификации и профессиональной переподготовки безработных граждан. Кроме того, авторы разработали рекомендации для образовательных организаций, которые реализуют программы повышения квалификации, профессиональной переподготовки и образовательные программы высшего и среднего профессионального образования для удовлетворения имеющихся потребностей на рынке труда г. Магнитогорска.

Обсуждение. Исследование проиллюстрировано опытом работы Института дополнительного профессионального образования и кадрового инжиниринга «Горизонт» Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова в контексте реализации проектов, ориентированных на обучение взрослых на уровне региона и государства в целом. Выявлена взаимосвязь между охватом населения региона РФ программами высшего и дополнительного профессионального образования и объемом валового продукта в регионе на душу населения. Выявлено, что, выполняя функции воспроизводства интеллектуального потенциала, непрерывное образование взрослых влияет на конкурентоспособность экономики промышленного региона, которая относится к социально-экономическим факторам, формирующим новый имидж региона. Данный результат определяется несколькими факторами: своевременная профессиональная ориентация, переподготовка в контексте актуальных профессий и специальностей, возможность получения новых квалификаций, а также повышение уровня необходимых компетенций для выполнения трудовых функций.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: непрерывное образование взрослых, дополнительное профессиональное образование, повышение квалификации, профессиональная переподготовка, имидж территории, человеческий капитал, федеральные проекты, рынок труда.

© О. В. Ибрагимова, Н. Р. Бальнская, 2023

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ибрагимова О. В., Балынская Н. Р. Влияние непрерывного образования взрослых на формирование имиджа территории // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 70-83. EDN HNOGPX. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-70-83.

■ ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях интенсивного увеличения продолжительности жизни, социально-экономической деглобализации, развития новых технологий и промышленности всё более актуальным становится непрерывное образование взрослых. От способности системы образования удовлетворять потребности общества в востребованных специалистах зависят результаты экономической деятельности отдельного города, региона и страны.

Идеи о том, что у образования не может быть «конечных точек», «вся жизнь – это обучение» и «образование – это жизнь», высказаны Эдуардом Линдеманом¹ еще в 1926 году. В 1996 г. В докладе ЮНЕСКО² по вопросам образования и обучения предложен термин «обучение на протяжении всей жизни» (англ. *lifelong learning*, LLL). Концепция непрерывного обучения в течение всей жизни подразумевает обучение на всех стадиях жизни, включая «обучение обучению».

Образование взрослых в течение всей жизни, в отличие от основного, среднего профессионального и высшего образования, осуществляется не только посредством реализации традиционных образовательных программ. В соответствии с существующими международными подходами выделяют формальное, неформальное и информальное образование³.

По мнению ряда авторов [1; 2], основное, среднее профессиональное и высшее образование не всегда в полной мере могут удовлетворять потребности обучающихся в знаниях и практических навыках. На данных уровнях образования предоставляются концептуальные базовые знания, обобщающие и систематизирующие профессиональную информацию. Более углубленная подготовка специалистов реализуется в процессе дополнительного профессионального образования, когда индивидуальный образователь-

ный маршрут позволяет сформулировать цели, задачи и направления обучения. Подобное обучение можно назвать непрерывным, длящимся в течение всей жизни, которое обеспечивает потребности рынка труда в регионе и в государстве в целом. Особенности обучения и образования взрослых в контексте экономического развития регионов и государственного управления рассматривают И. А. Коршунов, О. С. Гапонова, Н. С. Гапонова [3; 4].

Проблемы обучения и переобучения сотрудников пожилого возраста и отношение к этому работодателей в контексте расширения охвата цифровизацией всех сфер жизни общества, а также неуклонного старения населения во всем мире анализируют Е. А. Шуклина, Е. А. Широкова [5].

Е. А. Черных, Н. В. Тонких, М. В. Клейменов исследуют готовность общества и работодателей к обучению сотрудников предпенсионного возраста [6]. Также в настоящее время все более актуальной становится тема формирования имиджа территории, это подтверждается исследованиями Э. Н. Климовой, Т. И. Минуллиной, В. И. Суханова, Н. О. Удачина [7; 8; 9; 10].

Н. Г. Ларкина исследует технологии формирования имиджа территории [11], рассматривая «необходимость нововведений в области имиджевой составляющей территориальных образований, использования потенциала маркетинга для разработки имиджа территорий, повышения их значимости и роста конкурентоспособности».

В. Н. Пугач, К. С. Бажин, Е. В. Каранина обозначают роль современного университета, реализующего концепцию «непрерывного образования», как института развития в достижении национальных целей и реализации задач социально-экономической политики региона [12].

Но проблеме влияния непрерывного образования взрослых на формирование имиджа территории, на наш взгляд, уделяется недостаточное внимание исследователей, а наш опыт участия в реализации проектов федерального уровня по дополнительному профессиональному образованию позволяет сделать некоторые выводы о том, как непрерывное образование влияет на факторы, формирующие имидж региона, на примере Челябинской области.

¹ Lindeman E. C. The Meaning of Adult Education. N.Y.: New Republic, 1926. Republ. 1989 by The Oklahoma Research Center for Continuing Professional and Higher Education // URL: <http://www.infed.org/thinkers/et-lind.htm>.

² Delors J. et al. Learning: The Treasure Within. Report to UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-First Century. Paris: UNESCO, 1996.

³ Classification of learning activities (CLA). Eurostat Manual. Luxembourg: EU Publications Office, 2016.

■ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Рассмотрим, каким образом непрерывное образование взрослых влияет на формирование имиджа промышленного региона. Необходимо отметить, что на настоящий момент образование в течение всей профессиональной деятельности является одним из важнейших, неотъемлемых условий эффективной работы персонала на рынке труда. Это обусловлено тем, что современный запрос рынка труда, проблематика определяют важность владения постоянно изменяющейся ситуацией, а также выработки стратегических решений, направленных на профилактику и минимизацию негативных явлений в социуме.

Концепция образования, которое проходит через всю жизнь, включает не только формальное, но и социальное образование, которое позволяет обогащать личностный и профессиональный опыт, формировать не только персональный имидж специалиста, но и имидж предприятия, муниципалитета, региона. Большое значение в процессе *lifelong learning* на региональном уровне, мегаполисах и промышленных центрах играют программы дополнительного образования. В контексте данной концепции необходимо выделить два вида эффективности: трансформированную и устойчивую. Именно они формируют основу профессиональной деятельности в дальнейшем, тем самым влияя на имидж и образ региона. Трансформированная самоэффективность характеризует специалистов, которые выбирают более простой путь развития, не определяя наиболее действенные и результативные методы. Устойчивая самоэффективность характеризуется четкой постановкой цели развития, дальнейшим определением методов работы вне зависимости от их сложности, длительности и иных факторов, которые не делают их проще. Данная эффективность обучения специалистов отражает стабильность в выборе стратегии экономического развития, принятия управленческого решения, а также реализации промышленных и производственных технологий.

Большая часть предприятий ставит приоритетом повышение квалификации и обучение сотрудников, используя систему аттестационных мероприятий. В качестве основных критериев эффективности образования для взрослых отечественные практики, руководители предприятий и образовательных центров относят:

- возможность самооценки специалистами уровня своей компетентности, профессиональных навыков;
- самоэффективность, при которой специалист сам оценивает результативность своего обучения, профессиональной деятельности;
- субъектность отражает личностную позицию по отношению к профессиональному и личностному росту, а также осознание важности построения индивидуальной образовательной траектории;
- контрольные убеждения включают в себя систему личностных и профессиональных норм, ценностей и установок.

Используя толковый словарь русского языка⁴, можно включить в имидж территории основные географические характеристики, мнение о различных сферах социума, об истории территории/региона, о ее простых жителях и героях, основанное на личностном или социальном опыте.

Ряд практических исследований позволили выделить следующие компоненты имиджа региона:

1. Мобильность труда и капитала, в том числе финансового, человеческого. Данный компонент отражает возможность перемещения различных ресурсов, тем самым определяя регионы, наиболее привлекательные для инвестиций, проживания и работы квалифицированных специалистов.

2. Конкурентоспособность региона на уровне РФ, включающая специфические характеристики, выгодно выделяющие его среди других.

3. Урбанизация показывает повышающийся уровень строительства городов и городских агломераций, а вместе с этим и перемещение ресурсов, освоение новых территорий, развитие определенных сфер промышленности и производства.

4. Придание большого значения бренду и образу региона. Этот аспект является отражением западной концепции о создании внешнего имиджа как некой совокупности внутренних основ и внешней «оболочки», а также его рассмотрения как нематериальных активов, которые в дальнейшем могут принести реальные доходы.

И. С. Вазенина дает следующее определение имиджа территории: «набор убеждений и ощущений, которые возникают у людей по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, поли-

⁴ Толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб., 2003. С. 15.

тических, морально-психологических и других особенностей данной территории»⁵. Данное определение позволяет рассматривать имидж как один из инструментов, дающих региону возможность подчеркнуть свою уникальность, показать специфику, а также создать инвестиционно привлекательный климат. «Устойчиво сформированный имидж региона определяет четкую позицию субъекта РФ на государственном и внешнеэкономическом рынке, позволяет субъектам экономики различного уровня налаживать взаимодействие и сотрудничество, а также создавать прочные связи с различными целевыми группами потребителей»⁶. Высокий образовательный уровень специалистов в регионе определяет актуальность поддержания позитивного имиджа в различных сферах науки, экономики и промышленности, что, в свою очередь, обуславливает важность получения работниками новых знаний, которые возможно реализовывать на практике. Кроме того, существенное значение играет то, что данный кадровый потенциал региона может быть реализован не только на уровне субъекта, но и в общефедеральном масштабе. Это позволяет утверждать о необходимости разработки программ и проектов, нацеленных на различные категории работающего населения.

С точки зрения Ю. А. Дроздовой [13], «имидж территории как социокультурное явление – это информационный продукт, вбирающий относительно устойчивую совокупность рациональных и эмоциональных представлений, убеждений, ассоциаций, целенаправленно создаваемых органами государственной и муниципальной власти, бизнесом, СМИ, населением, и в силу управленческой природы данной системы коммуникации возможно изменение типа имиджа региона в процессе его формирования, продвижения или репозиционирования территории».

Ю. А. Дроздова в своем авторском исследовании [13, с. 88] в качестве основных стратегических показателей, влияющих на имидж территории, в числе прочих называет: «конкурентоспособность расположенных на территории региона предприятий промышленности; экономическая устойчивость и экономическая безо-

пасность региона; способность привлечения в регион инвесторов и создание новых предприятий; интеллектуальный потенциал территории». В свою очередь, все эти факторы зависят от уровня профессионализма специалистов и руководителей и соответствия их компетенций предъявляемым требованиям в условиях постоянных изменений и воздействия внешней среды. Программы дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) позволяют в короткие сроки подготовить таких специалистов с необходимыми компетенциями.

Согласно типологии Э. А. Галумова⁷, «имидж территории бывает первичным и вторичным. Первичный имидж представляет комплексную информацию о регионе – социально-экономическую, политическую, о деятельности власти и др., которая фиксируется в сознании общест-венности в результате первичного знакомства с регионом. Вторичный имидж региона определяется позицией региона относительно других регионов России, в конкурентной борьбе с другими регионами, его репутацией в стране и за рубежом, он также структурирован объективными и субъективными факторами, но определяем в сравнении с другими регионами».

Э. А. Галумов в своей работе рассматривает имидж территории как «целенаправленно формирующийся образ, имеющий коммуникативно-информационную природу, и выделяет факторы, влияющие на формирование имиджа региона». С точки зрения автора, «факторы, составляющие группу объективных, или абсолютных, оказывают влияние на формирование как первичного, так и вторичного имиджа территории, и их можно разделить на условно-статичные в силу, с одной стороны, символической природы имиджа, а, с другой стороны, объективной физической характеристики пространства». К ним автор относит «природно-климатические условия, природные ресурсы, экономико-географическое положение, историческое прошлое региона». К условно-динамичным факторам, влияющим на первичный имидж региона, Э. А. Галумов относит «геополитическое положение региона, развитие экономики, уровень транспортной инфраструктуры, внешнеполитические и внешнеэкономические связи, социально-демографические характеристики терри-

⁵ Важенина И. С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : спец-ть 08.00.05 / Ирина Святославовна Важенина. Екатеринбург, 2008. 41 с. EDN NKDOWL.

⁶ Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом № 6. – Москва: УРСС, 2011. 49 с.

⁷ Галумов Э. А. Имидж против имиджа. М. : Известия, 2005. 552 с.

тории, определяющие интеллектуальный потенциал региона, количественные и качественные характеристики рынка труда, инвестиционный климат. Группу факторов, определяемую как ожидаемые в будущем, составляют реализуемые в регионе проекты, стратегические планы, направления подготовки кадров, реализуемые в профессиональных учебных заведениях региона, строящиеся объекты социокультурного, промышленного, торгового назначения».

Исследователи также делают вывод, что создание имиджа, в том числе и имиджа территории, вообще является составной частью политико-медийного процесса в России [14, 15]. Имидж территории формируется в соответствии с определенными канонами. Так, территория «выделяет» из всех смысловых конструкций какую-либо ведущую и начинает ее внедрять в массовое сознание.

Примером удачной трансформации имиджа может служить Челябинская область, которая традиционно мыслилась как промышленный регион. И этому способствовало не только профессиональное образование на уровне среднего или высшего, но и дополнительного образования. Смысловые конструкции типа «стальное сердце Родины», «опорный край державы» прочно укореняются в сознании населения и, по сути, становятся визиткой региона.

Однако с приходом к власти губернатора Алексея Текслера происходит трансформация имиджа. Сама область становится все более «столичной», а Челябинск начинает восприниматься как «культурная столица». Этот процесс вполне укладывается в схему PR-политики по созданию не только образа региона, но и образа власти этого региона, о чем часто упоминают исследователи. Именно в сторону креативной индустрии начинает разворачиваться постепенно и профессиональная переподготовка. Пока, конечно, эта тенденция заметна только в самом Челябинске. Но это пример того, как формируется новый смысл в имидже региона.

Дополнительное профессиональное образование оказывает влияние на конкурентоспособность экономики промышленного региона, которая относится к социально-экономическим факторам, формирующим новый имидж региона. Региональный имидж, как отмечают отечественные исследователи, формируется в контексте профессиональной ориентации, которая со-

ответствует времени, актуальным вопросам промышленности и производства и предполагает не только повышение квалификации, но и подготовку по новым специальностям, возможность получения новых знаний, ориентированных на практическую реализацию, а также повышение уровня профессиональных и универсальных компетенций в целях совершенствования производственного процесса и повышения эффективности труда.

Важнейшим компонентом процесса непрерывного обучения можно назвать обучение граждан, оставшихся без работы. Данная деятельность имеет не только образовательный, но и социальный эффект, при котором снижается социальная напряженность в обществе, повышается уровень развития человеческих ресурсов, а также увеличивается трудовой капитал на уровне региона и государства в целом. При этом отмечается усиление мобильности граждан на рынке труда.

Граждане, находящиеся без работы, являются специфической категорией обучающихся, потому что мотивация их обучения определена необходимостью, а не желанием обучения. Данное обучение связано с увеличением количества трудовых траекторий и вариантов приобретения специальностей. Система профессиональной подготовки безработных граждан должна включать в себя обучение по наиболее востребованным специальностям, которые были выявлены в результате мониторинга, проведенного на рынке труда [16]. Это исследование позволило выявить основные содержательные и проблемные моменты, которые необходимо учитывать в ходе организации обучения. Кроме того, необходимо конкретизировать, что дифференциация категорий обучающихся (высококвалифицированные специалисты, безработные граждане, молодые специалисты) определяет специфику обучения.

С точки зрения Н. А. Кривицкой, «представляя собой ускоренную форму приобретения определенных навыков, профессиональное обучение безработных носит краткосрочный характер, его основные виды включают профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации, стажировку». Профессиональное обучение безработных граждан рассматривается в статье Н. А. Кривицкой [17] «как важнейший приоритет активной политики государства на рынке труда и в сфере занятости населения». Отмечается, что «издержки, связанные с под-

держкой безработных, являются одной из форм инвестиций в человеческий капитал, а государственные средства, направленные на проведение активной политики занятости, включая профессиональную переподготовку, дают наибольший экономический эффект». Также автор пишет, что «инвестирование в любые формы профессионального развития имеет большое социальное значение, повышая конкурентоспособность безработных на рынке труда, усиливая мотивацию работников, минимизируя текучесть кадров. Проведение государственной политики на региональном уровне осуществляется путем реализации определенных программ. В работе подчеркивается, что повышение качества образования и квалификации, своевременная профессиональная переподготовка выступают необходимыми элементами новой модели защиты от безработицы».

Особенности обучения различных категорий обучающихся отражены в программе «Содействие занятости населения», утвержденной Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 298. Эта программа ориентирована на привлечение иностранной рабочей силы, а также обеспечение защиты прав граждан в области трудового законодательства. Актуальные направления обучения взрослых отражены в трех подпрограммах Федерального проекта «Содействие занятости населения»⁸, позволяющих безработным гражданам получать профессиональные навыки, важные и востребованные на рынке труда.

■ РЕЗУЛЬТАТЫ

В рамках проводимого исследования мы изучили деятельность организаций дополнительного профессионального образования г. Магнитогорска Челябинской области. Это позволит выявить их роль в организации образовательного процесса для безработных граждан и значение образования для формирования «рынка квалификаций» города.

В ходе работы мы проанализировали данные и выявили, что в г. Магнитогорске программы профессионального обучения и дополнительного профессионального образования реализуют 26 учреждений и организаций. В качестве наиболее крупных и востребованных можно

отметить Институт дополнительного профессионального образования и кадрового инжиниринга «Горизонт», КЦПК «Персонал»; АНО «Магнитогорский институт дополнительного образования»; ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет); ГБОУ ДПО «Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования» и иные образовательные учреждения для взрослых [18]. Специфика подобных учебных заведений ориентирована на работающих слушателей, которые могут осуществлять обучение без отрыва от производства, а также обеспечивать потребность в актуальных знаниях и информации об изменениях на рынке труда.

В качестве основных преимуществ данных учреждений обучающиеся отмечают важность и актуальность тематики подготовки, удобство форм и графика обучения, высокий уровень компетентности преподавателей [19]. Это определяет высокий спрос на образовательные услуги, тем самым отражаясь на имидже региона как субъекта РФ с высоким кадровым потенциалом.

В ходе исследования мы проанализировали информацию о положении на рынке труда⁹ Магнитогорского городского округа с 2020-го по май 2023 гг. и образовательные программы, предлагаемые организациями ДПО. В отношении образовательных программ было отмечено то, что они учитывают запросы обучающихся, результаты мониторинга сфер промышленности и производства с определением наиболее важных направлений развития.

На регистрируемом рынке труда на 01.01.2023 г. (в сравнении с показателями на 01.01.2022): в целях поиска подходящей работы зарегистрировано 1025 (1681) человек, численность безработных составила 896 (1262) человек. Уровень регистрируемой безработицы 0,50 (0,70) %. Заявленная работодателями потребность в работниках составила 6562 (5021) вакансии. На 1 вакансию приходится 0,16 (0,33) незанятых граждан, обратившихся в службу занятости. Наибольшее количество вакансий в соответствии с заявленной работодателями потребностью в работниках по ОКВЭД приходится на следующие виды экономической деятельности: деятельность профес-

⁸ Федеральный проект «Содействие занятости населения». URL: https://rosmintrud.ru/uploads/imperavi/ru-RU/Sodejstvie_zanyatosti_naseleniya (дата обращения: 06.08.2023).

⁹ Официальный сайт Центра занятости населения города Магнитогорска. URL: <http://mgn.szn74.ru> (проверено 22.06.2023).

сиональная, научная и техническая; строительство; обрабатывающие производства; торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов; образование.

Анализируя динамику рынка труда в период с января 2020-го по январь 2021 года мы выявили, что количество людей, занятых поиском подходящей работы, снизилось с 5420 до 1860 человек, а безработных – с 5285 до 1603 человек. Уровень безработицы, официально зарегистрированной в регионе, составил 2,83 (0,88) %. Потребность в работниках, выявленная у работодателей, показала 3014 (2529) вакансии. Кроме того, нами были конкретизированы виды экономической деятельности (по ОКВЭД), которые содержат наибольшее количество вакансий, а, следовательно, и потребность в обучении специалистов в этих сферах: профессиональная научная и техническая деятельность; строительство; финансовая и страховая деятельность; обрабатывающее производство; здравоохранение и социальные услуги.

Таким образом, при формировании каталога предлагаемых дополнительных профессиональных программ на рынке образовательных услуг организациям ДПО следует руководствоваться потребностями города Магнитогорска с учетом актуальных тенденций, происходящих на рынке труда и в профессиональной сфере, а также обратить более пристальное внимание на динамику показателей регистрируемого рынка труда. Это позволит привести квалификацию специалистов в соответствие с потребностями реального сектора экономики и повысить профессиональный потенциал промышленного региона.

И. В. Огаркова и Е. С. Саргаева [20] среди прочих факторов, влияющих на имидж региона, указывают следующие:

- *«общий статус региона*. Этот фактор показывает место региона в общей системе конкурентов по разнообразным критериям;
- *участие региона в масштабных проектах*, это обуславливает поступление денежных вложений в развитие региона, а также создание привлекательных условий работы для грамотных специалистов».

В качестве таких масштабных проектов в рамках нашего исследования выступают проекты федерального уровня, включающие мероприятия по направлению «Дополнительное профессиональное образование».

В связи с этим мы проанализировали статистические данные по показателю «Доля занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего обучение по программам формального и дополнительного образования в 2022 г., по субъектам Российской Федерации (в процентах от общей численности занятого населения данной возрастной группы)» и участие опорного вуза Челябинской области – Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова – в масштабных проектах федерального уровня по направлению «Дополнительное профессиональное образование». Результаты анализа приводятся далее.

В табл. 1 представлены субъекты Российской Федерации, в которых доля обученных граждан в 2022 г. выше среднего значения по России (26,1%).

Проведенный анализ позволяет определить эффективность программ обучения взрослых не только в плане личностного роста, но и воздействия на потенциал и имидж региона, а также содержание экономического развития и уровень валового регионального продукта на душу населения в регионах РФ. В лидерах 2022 года определены Новосибирская, Калининградская, Воронежская и Липецкая области, которые показали прирост данного показателя, имея достаточно высокую долю обученных и переученных сотрудников. Высокий образовательный уровень специалистов обуславливает приток инвестиций в регион, масштабирование и совершенствование технологического процесса, увеличение объема выпускаемой продукции в регионе и увеличение уровня его экономического развития. Совершенствование оборудования и технологий ведет к необходимости повышения образовательного уровня сотрудников, формированию универсальных компетенций, приобретения новых навыков работы с оборудованием и технологиями.

Высокий образовательный уровень специалистов в регионе – это показатель развития не только кадрового, но и материально-технического потенциала, который обусловлен включением в производственный процесс инновационных технологий, а также способов и методов реализации профессиональной деятельности, которые определяют необходимость повышения интеллектуального уровня работающих специалистов. Это объясняет тот факт, что с увеличением объема инвестиций в материально-техническое обеспечение количество работников,

обученных по дополнительным образовательным программам, также возросло.

Изучение имиджа региона, а также уровня экономического развития в субъектах РФ, которые являются лидерами, может говорить о наличии у них положительных практик, которые позволяют проходить обучение в составе региональных и федеральных программ. На настоящий момент в Российской Федерации реализуется множество бесплатных образовательных программ для различных категорий граждан (безработных, самозанятых), которые помогают получить дополнительные квалификации, осуществить переподготовку по важнейшим направлениям экономической деятельности. Кроме того, наряду с государственными, развита сеть частных образовательных учреждений для взрослых, которые характеризуются гибкостью и лояльностью в отношении выбора тематики обучения, а также форм реализации (очно, дистанционно, смешанно). Интересной представляется возможность получения образования без отрыва от производства, а также учеба с привлечением тьюторов и наставников на рабочем месте, наличие которых также является показателем высокого уровня образования специалистов в регионе.

Формирование имиджа территории происходит не мгновенно, это временной процесс. Чтобы оценить результаты дополнительного профессионального образования по их влиянию на формирование имиджа, необходимо проследить реализацию программ ДПО за определенный временной интервал.

В связи с этим рассмотрим опыт участия в федеральных проектах Института дополнительного профессионального образования и кадрового инжиниринга «Горизонт» (ИДПО «Горизонт») Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова, опорного университета Челябинской области за последние 5 лет. Согласно статистическим данным, область поднялась с 11-го (2019 г.) на 5-е (2022 г.) место в списке лидеров по доле занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего обучение по программам формального и дополнительного образования (табл. 1). ИДПО «Горизонт» за этот период времени принял участие в трех проектах федерального уровня.

1. Проект Минпросвещения России в сотрудничестве с Союзом «Молодые профессионалы»

Таблица 1 — Доля занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего обучение по программам формального и дополнительного образования в 2022 г., по субъектам Российской Федерации (в % от общей численности занятого населения данной возрастной группы)

Table 5 — The share of the employed population aged 25 to 65 years who completed training in formal and additional education programs in 2022, by constituent entity of the Russian Federation (as a percentage of the total employed population of this age group)

Субъект РФ	Доля
Костромская область	49,0
Новосибирская область	43,3
Воронежская область	42,6
Республика Алтай	40,7
Челябинская область	40,7
Брянская область	40,4
Кемеровская область – Кузбасс	39,9
Тюменская область	39,4
Смоленская область	38,4
Вологодская область	38,2
Республика Башкортостан	38,2
Калининградская область	36,1
Иркутская область	35,6
Саратовская область	35,1
Республика Бурятия	34,8
Омская область	34,4
Липецкая область	34,2
Пензенская область	33,6
Ленинградская область	32,9
Алтайский край	32,6
Свердловская область	32,2
Ярославская область	32,2
Калужская область	31,2
Псковская область	31,0
Краснодарский край	30,7
Тульская область	30,7
Ростовская область	30,2
Оренбургская область	29,8
Курская область	29,7
Белгородская область	29,4
Ульяновская область	28,3
Сахалинская область	28,1
Новгородская область	28,0
Камчатский край	27,9
Республика Марий Эл	27,2
Ивановская область	26,2
Чеченская Республика	26,2

(WorldSkills Россия) реализовывает программы переподготовки и дополнительной подготовки лиц, которые пострадали от COVID-19. 67 человек обучились по двум компетенциям: «Инженерный дизайн CAD» и «Предпринимательство». В числе слушателей были студенты-выпускники

МГТУ им. Г. И. Носова и Многопрофильного колледжа, граждане, состоящие на учете в центре занятости населения г. Магнитогорска, а также граждане, имеющие высокий риск увольнения.

2. В рамках реализации федерального проекта «Старшее поколение» национального проекта «Демография» при поддержке Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации и Федеральной службы по труду и занятости (Роструд) ИДПО «Горизонт» провел обучение для граждан пенсионного и предпенсионного возраста. С 2018 по 2020 гг. по программе профессионального обучения и по программе повышения квалификации по компетенции «Веб-дизайн и разработка» прошли обучение 64 человека.

3. 39117 жителями из 48 регионов России было получено образование в контексте бесплатного обучения методам и технологиям работы с учетом цифровизации в 2020 году. В рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» специалистам выдавались персональные сертификаты на бесплатное обучение. Жители Челябинской области не могли стать получателями сертификатов, так как область в 2020 году не вошла в состав участников проекта. МГТУ им. Г. И. Носова, используя возможности реализации программ ДПО с применением дистанционных образовательных технологий, принял участие в проекте в качестве провайдера образовательных программ.

Меморандум непрерывного образования ЕС¹⁰ одним из важнейших компонентов образовательной системы для взрослых называет возможность приближения образования к потребителю с помощью сети учебно-консультационных центров и информационных технологий. Это обеспечивается путем включения в образовательную деятельность онлайн и офлайн образовательных программ, курсов, а также компонентов обучения, которые позволяют варьировать содержание и темпы образования в зависимости от запроса и возможностей слушателей, мотивации и направленности профессиональной деятельности.

Благодаря возможностям, которые предоставляют дистанционные технологии, жители различных регионов Российской Федерации выбрали для своего обучения образовательные программы ИДПО «Горизонт». По разработан-

ным преподавателями МГТУ им. Г. И. Носова и прошедшим экспертный отбор дополнительным профессиональным программам повышения квалификации прошли обучение 322 слушателя – получателя персональных цифровых сертификатов из 44 регионов РФ. Это программы, обучение по которым позволило сформировать у выпускников новые компетенции для работы в условиях цифровой экономики: «Информационно-коммуникационные технологии в педагогической деятельности», «Кибербезопасность и кибергигиена: Level 0», «Защита информации», «Интернет вещей. Level 0», «SMM. Продвижение через социальные сети», «Цифровые средства массовой информации в условиях медиаэкономической реальности».

Участие в проектах федерального уровня, диверсификация образовательных программ и потребителей, использование дистанционных образовательных технологий позволяют образовательным организациям, осуществляющим непрерывное обучение взрослых, расширить аудиторию потребителей образовательных услуг, способствуют расширению территории позиционирования, не ограничиваясь рамками своего промышленного региона.

Ситуация, при которой экономический рост региона сопровождается повышением уровня кадрового потенциала, образовательного уровня посредством участия в федеральных и региональных образовательных проектах, с одной стороны, обеспечивает позитивный имидж и лидерские позиции региона, с другой – позволяет задействовать в функционировании экономической сферы максимальное количество активного трудоспособного населения, повышать квалификацию заинтересованных работников [21].

В тех регионах, где наблюдается увеличение инвестиций, в том числе вкладываемых в обучение взрослых, можно отметить повышение уровня охвата населения образовательными мероприятиями. В субъектах РФ, где не было отмечено больших вложений в образование взрослых, переподготовку и подготовку дополнительной квалификации, необходимо актуализировать государственную поддержку программ дополнительного образования для взрослых, что позволит повысить инвестиционную привлекательность региона и престиж получения образования взрослыми.

¹⁰ Меморандум непрерывного образования ЕС. Общество «Знание» России. 2001.

В контексте формирования и развития человеческого капитала в различных субъектах РФ одной мотивации работников недостаточно. Для охвата максимального количества специалистов необходимо привлечение к данному процессу различных сторон (образовательных, административных, производственных структур). Именно тогда будет видна заинтересованность не только региональных руководителей и инвесторов, но и органов власти на федеральном уровне [22].

Активность в образовательной деятельности отражает личностный ресурс специалиста, стимулирует продуктивную работу человека, его настрой на действие, а не пассивное наблюдение. Дополнительное образование способствует формированию культуры трудолюбия, достижения целей, сосредоточенности в деле, развивает универсальные компетенции, коммуникативные навыки, обеспечивает личностный рост. В результате формируется специалист профессионально активный, который превентивно и своевременно реагирует на внешние ситуации. Такие ресурсы характеризуются как максимально производительные и продуктивные в масштабах государства, региона, а не только определенного предприятия, так как востребованный, готовый к обучению и саморазвитию профессионал чаще меняет свое место работы.

■ ОБСУЖДЕНИЕ

Резюмируя вышеизложенное, выделим основные тезисы, отражающие влияние непрерывного образования на становление имиджа территории в целом:

1. Образование повышает уровень человеческого потенциала, который заключен не только в количестве рабочей силы, но и в образовательном уровне, качестве знаний. Это повышает производительность труда в целом, увеличивает эффективность производства. Непрерывное образование как фактор повышения уровня профессиональной компетентности, безусловно, влияет на конкурентоспособность экономики, формирует благоприятный экономический климат в регионе, создает его позитивный имидж.

2. Профессиональная ориентация безработных в контексте современности, которая опережает базовое образование по наиболее важным программам и направлениям подготовки, включает получение дополнительных знаний в различных сферах, а также позволяет повысить

уровень универсальных и профессиональных компетенций, которые способствуют максимально эффективному выполнению трудовых функций. Оптимизация процесса производства оказывает существенное влияние на социально-экономическую ситуацию в стране и в регионе, а также меняют баланс спроса и предложения квалифицированных кадров на рынке труда. Это обуславливает повышение уровня валового регионального продукта на душу населения, увеличение рабочей мобильности граждан, их мотивации достижения, а также ведения полноценной трудовой деятельности.

3. Участие в проектах федерального уровня, диверсификация образовательных программ и потребителей, использование дистанционных образовательных технологий позволяют образовательным организациям, осуществляющим непрерывное обучение взрослых, расширить аудиторию потребителей образовательных услуг, способствуют расширению территории позиционирования, не ограничиваясь рамками своего региона. С одной стороны, увеличение объемов и темпов производства и высокий процент участия регионов в федеральных и региональных образовательных проектах и программах для взрослых определяет не только динамику имиджа региона, но также обеспечивает лидерские позиции субъектов РФ в экономическом рейтинге. Кроме того, образовательный уровень отражает не только общее, но и дополнительное профессиональное образование работающих специалистов. Регион, отличающийся высоким образовательным уровнем кадров рабочих и управленческих специальностей, включает инновационный потенциал науки, промышленности, производства и экономики в целом. Также образование позволяет усваивать и масштабировать новые знания, внедрять их в практику, разрабатывать и реализовывать инвестиционные, спонсорские проекты в социальной и экономической сфере.

4. Положительный имидж региона является важнейшей составляющей его инвестиционной привлекательности, а также показателем баланса между потребностью рынка в ресурсах, в том числе кадровых, и возможностью региона эти потребности закрыть. Однако не следует забывать, что формирование данного имиджа является результатом целенаправленной деятельности экспертов, которые ориентированы на экономический рост и развитие региона, а также

масштабирование успешного экономического и социально- образовательного опыта.

5. Еще одним важнейшим выводом возможно определить необходимость обучения специалистов, которые организуют и реализуют дополнительные профессиональные программы образования для взрослых, так как специфика обучения работающих слушателей программ дополнительного образования отличается от

деятельности наставников, тьюторов, а также тех, кто преподает в учреждениях высшего и среднего профессионального образования. Это обучение рекомендуется осуществлять в рамках дополнительного профессионального образования (профессиональной переподготовки и повышения квалификации), так как именно такое обучение возможно реализовать в кратчайшие сроки и с необходимым уровнем качества. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Как сделать образование двигателем социально-экономического развития? : Коллективная монография / под ред. Я. И. Кузьминова, И. Д. Фрумина. Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2019. 288 с. DOI [10.17323/978-5-7598-1995-0](#). EDN [YWBAJX](#).
2. Коршунов И. А., Гапонова О. С., Пешкова В. М. Век живи – век учись: непрерывное образование в России : Монография. Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2019. 312 с. DOI [10.17323/978-5-7598-1779-6](#). EDN [TQWUIV](#).
3. Коршунов И. А., Гапонова О. С., Гапонова Н. С. Обучение и образование взрослых в контексте экономического развития регионов // *Экономика региона*. 2019. Т. 15, № 1. С. 107–120. DOI [10.17059/2019-1-9](#). EDN [ZALWVN](#).
4. Коршунов И. А., Гапонова О. С. Непрерывное образование взрослых в контексте экономического развития и качества государственного управления // *Вопросы образования*. 2017. № 4. С. 36–59. DOI [10.17323/1814-9545-2017-4-36-59](#). EDN [XPUYIJ](#).
5. Шуклина Е. А., Широкова Е. А. Управление образовательными практиками работников серебряного возраста в организации: исследовательские подходы и актуальные стратегии // *Вопросы управления*. 2021. № 3 (70). С. 121–134. DOI [10.22394/2304-3369-2021-3-121-134](#). EDN [TWSRWQ](#).
6. Черных Е. А., Тонких Н. В., Клейменов М. В. Готовность общества и работодателей к обучению сотрудников предпенсионного возраста // *Вопросы управления*. 2022. № 4 (77). С. 61–73. DOI [10.22394/2304-3369-2022-4-61-73](#). EDN [SIHYPD](#).
7. Климова Э. Н. Формирование позитивного имиджа как аргумент коммерческой привлекательности территории // *Экономика и социум*. 2014. № 4-3 (13). С. 455–461. EDN [TPESWL](#).
8. Минулина Т. И. Модель формирования и развития имиджа территории // *Научные труды Центра перспективных экономических исследований*. 2012. № 5. С. 135–140. EDN [RMYMLX](#).
9. Суханов В. И. Системный подход к проблеме формирования имиджа территории // *Власть*. 2012. № 6. С. 103–106. EDN [OYTFST](#).
10. Удачин Н. О. Обеспечение инвестиционной привлекательности региона путем формирования имиджа территории // *Научная перспектива*. 2015. № 1. С. 36–37. EDN [THBRJV](#).
11. Ларкина Н. Г. Технологии формирования имиджа территории // *Вестник Академии знаний*. 2022. № 53 (6). С. 155–158. EDN [QEGSPK](#).
12. Пугач В. Н., Бажин К. С., Каранина Е. В. Роль университета как института развития в достижении национальных целей и реализации задач социально-экономической политики региона: опыт ВятГУ // *Экономика и управление: проблемы, решения*. 2021. Т. 6, № 12 (120). С. 84–98. DOI [10.36871/ek.up.p.r.2021.12.06.011](#). EDN [TCSNPL](#).
13. Дроздова Ю. А. Имидж региона в стратегии развития территории : Монография. Волгоград : Волгоградский институт управления, 2021. 396 с. EDN [NTWYGX](#).
14. Балынская Н. Р. Политико-медийный процесс в Российской Федерации: современное состояние // *Экономика и политика*. 2015. № 1 (4). С. 5–7. EDN [TJILHF](#).
15. Балынская Н. Р. Роль средств массовой информации в создании имиджа территории: муниципальный уровень управления (пример Магнитогорска) // *Экономика и политика*. 2014. № 1 (2). С. 14–15. EDN [RZMFGT](#).
16. Соловьева Т. Н., Беляев С. А., Шалямов И. В., Перькова Е. Ю. Российский рынок труда: состояние и перспективы развития // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2023. № 5-1. С. 141–147. DOI [10.17513/vaael.2819](#). EDN [DWPXNX](#).

17. Кривицкая Н. А., **Иванова Н. А.** Профессиональная подготовка безработных в системе мер государственной политики // **Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета**. 2012. № 1 (40). С. 75–78. EDN **PIXSWT**.

18. **Ибрагимова О. В., Зленко А. А.** Анализ рынка дополнительного профессионального образования Г. Магнитогорска и Челябинской области // **Экономика и политика**. 2016. № 2 (8). С. 21–27. EDN **XEUGMJ**.

19. **Ибрагимова О. В.** Стратегические направления развития института дополнительного профессионального образования и кадрового инжиниринга МГТУ «Горизонт» // **Вопросы управления**. 2015. № 4 (35). С. 189–199. EDN **VODDVR**.

20. **Огаркова И. В.,** Саргаева Е. С. Анализ факторов, влияющих на имидж региона // **Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса**. 2020. Т. 6, № 2. С. 41–51. DOI **10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-4**. EDN **XANSTR**.

21. Коренькова О. В. Непрерывное образование взрослых как ключевой фактор социально-экономического развития общества // **Духовная сфера общества**. 2012. № 9. С. 197–200. EDN **TIIDGZ**.

22. **Коршунов И. А.,** Сафонова М. Ю., **Ширкова Н. Н.** Государственная поддержка непрерывного образования в вузах в рамках федерального проекта «Новые возможности для каждого» // **Университетское управление: практика и анализ**. 2020. Т. 24, № 3. С. 90–104. DOI **10.15826/umpra.2020.03.028**. EDN **DBSWMM**.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Ибрагимова Ольга Васильевна – кандидат педагогических наук; Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова — *доцент кафедры менеджмента и государственного управления* (455022, Россия, Магнитогорск, пр. Ленина, 38); **ipolga@mail.ru**. AuthorID РИНЦ: **692837**.

Бальнская Наталья Ринатовна – доктор политических наук, профессор; Южно-уральский государственный институт искусств им. П.И. Чайковского — *проректор* (454091, Россия, Челябинск, ул. Плеханова, 41); **balynskaya@list.ru**. AuthorID РИНЦ: **526977**.

Статья поступила 20.08.2023; рецензия получена 27.09.2023; принята к публикации 12.12.2023.

THE INFLUENCE OF THE LIFELONG ADULT EDUCATION ON THE TERRITORY IMAGE FORMATION

O. V. Ibragimova^a, N. R. Balynskaya^b

^a Nosov Magnitogorsk State Technical University
(Magnitogorsk, Russia)

^b South Ural State Institute of Arts named after P.I. Tchaikovsky
(Chelyabinsk, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. This work explores the specifics of forming the image of the region in the context of the labor market transformation and the role of the additional professional education centers in this process, taking into account the needs of the real sector of the economy. The article analyzes the points of view of various authors on the problems of territory's image forming, and also illustrates how lifelong adult education influences the factors that form the image of the region using the example of the Chelyabinsk region.

Materials and methods. The authors of the article use general scientific research methods, such as analysis, synthesis, generalization and others. The information base of the article was made up of official statistical data, official documents, and media publications. A secondary analysis of the research on the issue under consideration was carried out.

Results. A comparative analysis of data obtained during the study of the labor market of the Magnitogorsk urban district and educational programs of additional education offered by educational organizations

was carried out. The specific features of advanced training and professional retraining of unemployed citizens were considered and analyzed. In addition, the authors developed recommendations for educational organizations implementing advanced training programs, professional retraining and educational programs of higher and secondary vocational education to meet the existing needs in the labor market of Magnitogorsk.

Discussion. The research is illustrated with the experience of "Horizon", the Institute of Additional Professional Education and Personnel Engineering of Nosov Magnitogorsk State Technical University in the context of the implementation of projects focused on adult education at the level of the region and the state as a whole. A relationship has been identified between the coverage of the population of the region of the Russian Federation by programs of higher and additional professional education and the volume of gross product in the region per capita. The work revealed that, while fulfilling the functions of intellectual potential reproduction, lifelong adult education affects the competitiveness of the industrial region economy, which is one of the socio-economic factors shaping the new image of the region. This result is determined by several factors: timely vocational guidance, retraining in the context of current professions and specialties, the opportunity to obtain new qualifications, as well as increasing the level competencies necessary to perform the job functions.

KEYWORDS: lifelong adult education, additional professional education, advanced training, professional retraining, image of the territory, human capital, federal projects, labor market.

FOR CITATION: Ibragimova, O. V., & Balynskaya, N. R. (2023). The influence of the lifelong adult education on the territory image formation. *Management Issues*, 17(6), 70–83. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-70-83>.

REFERENCES

1. KUZMINOV, YA. I., FRUMIN, I. D., & ABANKINA, I. V. (Eds.). (2019). *How to make education the engine of socio-economic development?*. National Research University "Higher School of Economics". <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1995-0>.
2. KORSHUNOV, I. A., GAPONOVA, O. S., & PESHKOVA, V. M. (2019). *Live and Learn: Lifelong Education in Russia*. National Research University "Higher School of Economics". <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1779-6>.
3. KORSHUNOV, I. A., GAPONOVA, O. S., & GAPONOVA, N. S. (2019). Adult training and education in the context of economic development of regions. *Economy of Regions*, 15(1), 107–120. <https://doi.org/10.17059/2019-1-9>.
4. KORSHUNOV, I. A., & GAPONOVA, O. S. (2017). Lifelong learning in the context of economic development and government effectiveness. *Educational Studies. Moscow*, (4), 36–59. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2017-4-36-59>.
5. SHUKLINA, E. A., & SHIROKOVA, E. A. (2021). Management of educational practices of the "third age" employees in organization: research approaches and strategies. *Management Issues*, (3), 121–134. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2021-3-121-134>.
6. CHERNYKH, E. A., TONKIKH, N. V., & KLEIMENOV, M. V. (2022). Willingness of society and employers to train employees of pre-retirement age. *Management Issues*, (4), 61–73. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2022-4-61-73>.
7. KLIMOVA, E. N. (2014). Formation of a positive image as an argument for the commercial attractiveness of the territory. *Economy and Society*, (4-3), 455–461. <https://elibrary.ru/tpeswl>.
8. MINULLINA, T. I. (2012). Model of formation and development of the territory's image. *Scientific works of the Center for Advanced Economic Research*, (5), 135–140. <https://elibrary.ru/rmymxlx>.
9. SUKHANOV, V. I. (2012). A systematic approach to the problem of forming the image of a territory. *Power*, (6), 103–106. <https://elibrary.ru/oytfst>.
10. UDACHIN, N. O. (2015). Ensuring the investment attractiveness of the region by forming the image of the territory. *Scientific Perspective*, (1), 36–37. <https://elibrary.ru/thbrjv>.
11. LARKINA, N. G. (2022). Technologies of territory image formation. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, (53), 155–158. <https://elibrary.ru/qegspk>.
12. PUGACH, V. N., BAZHIN, K. S., & KARANINA, E. V. (2021). The role of the university as a development institution in achieving national goals and implementing the tasks of the socio-economic policy of the region: The experience of Vyatka State University. *Economics and Management: Problems, Solu-*

tions, 6(12), 84–98. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2021.12.06.011>.

13. DROZDOVA, YU. A. (2021). *The image of the region in the territory development strategy*. Volgograd Institute of Management. <https://elibrary.ru/ntwygx>.

14. BALYNSKAYA, N. R. (2015). Media-political process in the Russian Federation: Current status. *Economics and Politics*, (1), 5–7. <https://elibrary.ru/tjllhf>.

15. BALYNSKAYA, N. R. (2014). Creating image area: the role of the media (example Magnitogorsk). *Economics and Politics*, (1), 14–15. <https://elibrary.ru/rzmfgt>.

16. SOLOVYOVA, T. N., BELYAEV, S. A., SHALIMOV, I. V., & PERKOVA, E. YU. (2023). The Russian labor market: The state and prospects of development. *Journal of Altai Academy of Economics and Law*, (5-1), 141–147. <https://doi.org/10.17513/vaael.2819>.

17. KRIVITSKAYA, N. A., & IVANOVA, N. A. (2012). Professional training of the unemployed in the system of state policy measures. *Bulletin of Saratov State Socio-Economic University*, (1), 75–78. <https://elibrary.ru/pixcwt>.

18. IBRAGIMOVA, O. V., & ZLENKO, A. L. (2016).

Market assay for additional professional education of Magnitogorsk and Chelyabinsk region. *Economics and Politics*, (2), 21–27. <https://elibrary.ru/xeugmj>.

19. IBRAGIMOVA, O. V. (2015). Strategic development directions of the institute of supplementary vocational education and personnel engineering mgmtu “Gorizont”. *Management Issues*, (4), 189–199. <https://elibrary.ru/voddvr>.

20. OGARKOVA, I. V., & SARGAEVA, E. S. (2020). Analysis of factors influencing the image of the region. *Research Result. Business and Service Technologies*, 6(2), 41–51. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-4>.

21. KORENKOVA, O. V. (2012). Continuous education of adults as a key factor in the socio-economic development of society. *The Spiritual Sphere of Society*, (9), 197–200. <https://elibrary.ru/tiidgz>.

22. KORSHUNOV, I. A., SAFONOVA, M. YU., & SHIRKOVA, N. N. (2020). Governmental support of lifelong learning at universities under the federal project “New Opportunities for Everyone”. *Journal University Management: Practice and Analysis*, 24(3), 90–104. <https://doi.org/10.15826/umpa.2020.03.028>.

AUTHORS' INFORMATION:

Olga V. Ibragimova – Ph.D. of Pedagogic Sciences; Nosov Magnitogorsk State Technical University — associate professor of the Department of Management and Public Administration (38, Lenin Av., Magnitogorsk, 455022, Russia); ipolga@mail.ru. RSCI AuthorID: 692837.

Natalya R. Balynskaya – Advanced Doctor in Political Sciences, Full Professor; South Ural State Institute of Arts named after P.I. Tchaikovsky — vice-rector (41, Plekhanov St., Chelyabinsk, 454091, Russia); balynskaya@list.ru. RSCI AuthorID: 526977.

The article was submitted 08/20/2023; reviewed 09/27/2023; accepted for publication 12/12/2023.

ВКЛЮЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНОВ КАК ФАКТОР ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА

В. А. Шилова^а, К. Э. Гусейнова^а

^а Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук
(Москва, Россия)

АННОТАЦИЯ:

Введение. В статье рассматривается включенность населения в реализацию национальных проектов как один из факторов, детерминирующих социальное территориальное неравенство в регионах России. Каждый субъект анализируется в качестве отдельного социального пространства, акторами (участниками) которого выступают органы власти и население. Рассмотрены подходы как отечественных, так и зарубежных авторов к пониманию сущности социального пространства, его возможностей и ограничений.

Методология и методы. Материалы, представленные в статье, были получены в результате вторичной концептуализации данных массового опроса, проведенного в 2019-2021 гг. в 12 регионах РФ по гранту РНФ «Академический проект: управляемость процессов социального группирования в регионах с разным уровнем социокультурной модернизации и поддержка населением стратегии развития РФ до 2024 года». В качестве основы методологии исследования была взята типология регионов по уровню их социокультурной модернизации, разработанной в Китайской академии наук и адаптированной ЦИСИ ИФ РАН. В статье предложено рассмотрение оценки включенности населения в национальные проекты (как фактора регионального неравенства): 1) в разрезе социально-демографических характеристик респондентов; 2) обеспокоенности недостатками системы управления и 3) удовлетворенности жизнью в регионе.

Результаты и выводы. Исследование проводилось в 3 этапа. На первом были установлены социально-демографические характеристики социальных групп, выражающих желание либо нежелание принять участие в разработке стратегических программ. Обнаружена связь между готовностью к участию и 1) возрастом, 2) образованием, 3) характером трудовой деятельности, 4) уровнем социокультурного развития региона, в котором проживает респондент. На втором этапе была произведена группировка недостатков системы управления на основе данных массового опроса. Выявив признаки, вызывающие наименьшее и наибольшее беспокойство у населения, авторы перешли к анализу средних оценок для четырех выделенных групп, выразивших полное/частичное согласие или несогласие принять участие в национальных проектах. В результате была установлена связь между беспокойством жителей относительно недостатков системы управления и готовностью к участию в нацпроектах. При этом наибольшая сензитивность наблюдается в оценках проблем, связанных с коррупцией в органах власти. На третьем этапе были подтверждены данные о существовании связи между обеспокоенностью населения, вызванной наличием коррупционных проблем, и низкой удовлетворенностью от проживания в том или ином регионе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальное неравенство, социальное пространство, включенность, субъектность, регионы, человеческий капитал, национальные проекты.

© В. А. Шилова, К. Э. Гусейнова, 2023

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Шилова В. А., Гусейнова К. Э. Включенность населения в социальное пространство управления регионов как фактор территориального неравенства // Вопросы управления. 2023. Т. 17, № 6. С. 84-98. EDN XWRNRQ. DOI 10.22394/2304-3369-2023-6-84-98.

■ ВВЕДЕНИЕ

Социальное неравенство регионов – дискурс, который не перестает быть актуальным в научной среде. В отечественной социологической науке существует множество исследований, объясняющих наличие социального неравенства территорий. Подтверждением этого выступают особенности самих регионов – географические, климатические, исторические, социокультурные, экономические и проч. Тема социального неравенства также достаточно болезненно воспринимается в общественном сознании, поскольку затрагивает значительную часть населения страны и ее регионов.

Потенциалом для развития региона может выступать множество факторов, обуславливающих наличие либо отсутствие разного вида капиталов. Эти же факторы детерминируют социальное неравенство территорий. Так, например, в своей статье Шилова В. А. [1, с. 100–104] подробно описывает 5 групп факторов, относящихся к показателям: 1) нерукотворной среды (географические, климатические условия), 2) рукотворной среды (различные предприятия и объекты инфраструктуры), 3) социальных систем, 4) состава населения (антропологические характеристики), 5) информационной среды с учетом культурных особенностей.

Однако помимо социально-экономических параметров для более полного анализа социального неравенства территорий необходимо также обратить внимание на социокультурные параметры [2], одним из факторов которых является человеческий капитал.

Еще в начале XXI века различные социальные ученые пришли к выводу о том, что изучение существующих социальных неравенств невозможно без выявления реальных социальных групп, обладающих различными благами (капиталами)¹. К числу последних можно отнести человеческий капитал, экономические, социальные и политические ресурсы, а также ряд благ, связанных с культурой и престижем [3, с. 13]. Обладание подобными ресурсами наделяет акторов (участников) возможностями формировать

и изменять социальное пространство. В данной статье мы будем рассматривать регионы как отдельные социальные пространства, в которых население и органы власти представляются активными акторами.

Известный классик социологии П. А. Сорокин рассматривал социальное пространство как физическую категорию. При этом он отмечал, что положение индивидов и групп, входящих в пространство, отражает поле их социального взаимодействия [4] и должно интерпретироваться посредством таких понятий, как социальная стратификация, социальная мобильность, и др. Находясь в постоянном взаимодействии друг с другом, социальные группы также являются частью более широких общностей, которые, по мнению автора, представляют собой их социальное пространство².

И. Гофман рассматривает социальное пространство как «социальное образование», устанавливая, тем самым, границы его существования [5]. Организация, управление и границы такого пространства зависят от взаимного восприятия его участников [6], препятствием для которого может стать дисфункциональность органов власти, усиливающая имеющееся социальное неравенство. Согласно теории И. Гофмана, будучи одним из акторов социального пространства, властные структуры направляют свою деятельность на создание благоприятного впечатления, соответствующего социальным нормам и стандартам. Для поддержания собственных позиций они создают публичный внешний образ, который не всегда однозначно воспринимается населением. Энтони Гидденс сделал важное замечание, касающееся данной проблемы. Самопрезентация органов власти в социальном пространстве регионов используется как инструмент «рефлексивно используемый влиятельными и не очень индивидами для обеспечения и поддержания психологической дистанции между их собственными взглядами на социальные

¹ Grusky D. B. (ed.) *Social stratification: class, race and gender in sociological perspective*. Boulder, CO: Westview Press, 2001.

² Пространство и время социальных изменений : Курс лекций в цикле социологических дисциплин для студентов, магистров, аспирантов и преподавателей специальностей 350100, 530500, 521100, 230500, 061100, 020600 / В. Н. Ярская, Л. С. Яковлев, В. В. Печенкин, О. Н. Ежов. Саратов : Издательство «Научная книга», 2004. 280 с. EDN TBBTUF.

процессы и теми трактовками, которые встречаются в официальных нормах» [7]. Из чего можем предположить, что попытки органов власти удержать свои позиции могут привести к еще большей социальной дистанции.

Помимо традиционных деятельностных субъект-объектных отношений, отвечающих за достижение конкретных результатов, основу системы социального управления, в отличие от властного, иерархического типа, составляют субъект-субъектные, т.е. системные отношения между всеми участниками. При первом типе отношений конечный результат достигается путем воздействия на объект сверху-вниз, в то время как второй тип отношений носит системный характер, оказывая внешнее воздействие на социальное пространство посредством проектирования и регулирования социальных связей [8, с. 135; 10], с помощью чего удастся сохранить целостность и уникальность пространства.

Именно такие искусственно созданные формы коммуникации регулируют общественные явления и процессы, не деформируя при этом социальную реальность [9]. Субъект-субъектный тип управления характеризует тип выстроенных между властью и обществом отношений. Деятельность различных социальных групп, обладающих рядом социокультурных признаков и включенных в то или иное проблемное поле, может оказывать определенное воздействие на результат работы органов власти.

Необходимость решения конкретного вопроса вынуждает участников социального пространства объединяться друг с другом, проявляя тем самым свою субъектность [10]. При этом у участников могут наблюдаться схожие ценности, интересы, отношения, выступающие неким драйвером в решении возникающих проблем и стратегическом планировании будущего. Таким образом, происходит явление, которое А.В. Тихонов называл «социальным телом проблемы» [9].

П. А. Сорокин также обращал внимание на неоднородность и многомерность социального пространства. Вследствие чего индивиды, обладающие схожими или одинаковыми социальными статусами, имеют более тесные связи друг с другом. При этом объем и качество имеющихся у акторов капиталов будет определять дистанцию между ними. Такой аспект он называл статическим.

Социальный эффект от принятия тех или иных управленческих решений проявляется в

реакции различных общностей и групп во внешней среде. Прозрачность в принятии таких решений, а также качественная обратная связь между властью и населением будет способствовать росту готовности жителей принять участие в жизни региона. Данное утверждение подтверждается множеством примеров, когда люди, недовольные результатом решения тех или иных проблем, выходят на митинги, собирают подписи, пытаются любым способом повлиять на результат. В качестве примера можно привести забастовки рабочих, фельдшеров и проч., жалующихся на задержки с выплатой заработных плат или низкую оплату труда, митинги жителей против вырубки лесов, строительства мусоросжигательных заводов и полигонов, акции в поддержку политических заключенных и проч. На этом основании можно сделать предположение о том, что включенность населения является следствием проявления субъектности. Соответственно, чем выше недовольство властью и ниже удовлетворенность жизнью, тем выше вероятность получения ответной реакции от населения.

Так, включенность населения может проявляться в готовности принять участие в реализации национальных проектов, поскольку они обладают большим социальным эффектом. Для более подробного анализа такой готовности необходимо узнать, какие чувства испытывает человек, проживая на той или иной территории, а также какие недостатки системы управления беспокоят его больше всего.

■ МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирическую базу исследования составили данные массового опроса, проведенного в 2019–2021 гг. Центром социологии управления и социальных технологий Института социологии ФНИСЦ РАН в рамках реализации проекта РНФ «Академический проект: управляемость процессов социального группообразования в регионах с разным уровнем социокультурной модернизации и поддержка населением стратегии развития РФ до 2024 года».

Опрос с использованием самозаполняемой анкеты проводился в 12 регионах Российской Федерации, а именно: в трех республиках и девяти областях. Исследование проводилось в два этапа, объем финальной выборки составил 6000 анкет (по 500 в каждом регионе) [11].

Регионы были выбраны неслучайно, каждый из них имеет определенный уровень социокультурной модернизации: низкий (Республика Калмыкия, Смоленская область, Брянская область), ниже среднего (Вологодская область, Амурская область, Белгородская область), средний (Омская область, Республика Башкортостан и Республика Саха (Якутия) и высокий (Московская область, Нижегородская область, Свердловская область). Данная градация является адаптированной типологией социокультурного развития по версии ЦИСИ ИФ РАН [12].

В книге под названием «Социальная структура провинциального общества» авторами утверждается мысль о том, что каждое сообщество имеет физическую репрезентацию и представляет собой совокупность человеческой активности, которая раскрывается через такие понятия, как «обитание», «бытование», «хозяйствование»³. Таким образом, авторы формируют структуру провинциальных российских сообществ, утверждая при этом, что экономическая стратификация (в нашем случае – социоэкономический подход) значительно уступает социокультурному подходу в оценке качества социальных отношений внутри социального пространства, которое также определяется территориальной структурой.

Взяв за основу трехкомпонентную модель социальной структуры, описанной выше, мы попытались отобрать три соответствующих параметра для оценки включенности населения в реализацию мероприятий в рамках национальных проектов: 1) готовность принять участие в разработке программ по улучшению работы системы управления, 2) обеспокоенность недостатками системы управления, 3) удовлетворенность жизнью в регионе. Перечисленные параметры, по мнению авторов, способны напрямую или косвенно детерминировать социальное неравенство регионов [13]. Стратегическое развитие страны невозможно без учета потенциала, жизненных стратегий, шансов и рисков различных социальных групп, проживающих на данной территории. Соответствующие ресурсы «во многом определяют и «коридор возможностей» для различных сценариев будущего страны, влияя на готовность и возможности

разных социальных групп поддержать тот или иной вектор развития, включаясь в инициативы, предлагаемые государством» [14, с. 12].

Готовность населения брать на себя ответственность, осознавать потребности, выражать позиции, рационализировать свои действия – все это говорит об увеличении значимости индивидуальных интересов [15] в современном обществе. Включенность населения указывает на его активную роль в социальном пространстве, в отношениях с властью и друг с другом. Субъектность подобного рода может оказывать влияние на «коридор возможностей» в стратегии развития региона. Особенно, если деятельность органов власти и управления, направленная на нивелирование наиболее острых социальных проблем, не справляется с поставленной задачей, по мнению активных социальных групп. Малоэффективные управленческие решения, осуществляемые в некоторых регионах России, могут способствовать более глубокому социальному расслоению с одной стороны и более высокой степени готовности населения проявить свою социальную роль. При этом реакция, полученная от населения, во многом будет зависеть от уровня удовлетворенности проживанием на данной территории и существующих проблем в системе управления, препятствующих развитию социальной справедливости в обществе [16].

■ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Готовность принять участие в реализации программ по улучшению работы системы управления. Для оценки первого параметра мы обратились к результатам массового опроса, согласно которым на вопрос «Согласитесь ли Вы принять участие в реализации программы улучшения работы отечественной системы управления?» более половины респондентов – 50,6% – ответили отказом, согласились 11,8%.

Для более детального анализа было решено определить социально-демографические характеристики социальных групп, выражающих желание и нежелание принять участие в реализации стратегических программ. Перед авторами стоял вопрос, с чем может быть связано нежелание респондентов участвовать в национальных проектах. На рисунках 1-4 представлены сравнительные данные готовности участия в зависимости от пола, возраста, образования и трудовой при-

³ Плюсин Ю. М. Социальная структура провинциального общества. Москва : Common Place ; Фонд социальных исследований «Хамовники», 2022. 448 с.

надлежасти. Наше предположение о наличии связи между данными показателями частично подтвердилось (для проверки данных, представленных на рис. 1–4, использовался критерий хи-квадрат при уровне значимости $p < 0,05$).

Согласно рисунку 1, не наблюдается значимой тенденции – мужчины и женщины, с учетом статистической погрешности, примерно в равной степени проявляют готовность принимать активное, менее активное, неактивное или не принимать участие в реализации национальных проектов.

При анализе готовности респондентов к социальному участию в разрезе возрастных групп наблюдается определенная закономерность, согласно которой мы можем сделать вывод о том, что возраст связан с готовностью населения принимать участие в реализации национальных проектов (рис. 2). Люди среднего возраста в незначительной степени чаще выражают согласие (как полное, так и частичное) принять участие в реализации стратегических региональных программ. Аналогичная тенденция просматривается в готовности участвовать среди респондентов возрастной группы от 18 до 29 лет. В возрастной группе от 50 лет и старше, наоборот,

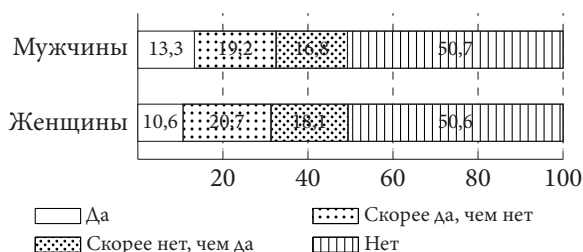


Рис. 1. Готовность участия в нацпроектах в зависимости от пола, в %

Fig. 1. Willingness to participate in national projects, depending on gender, in %

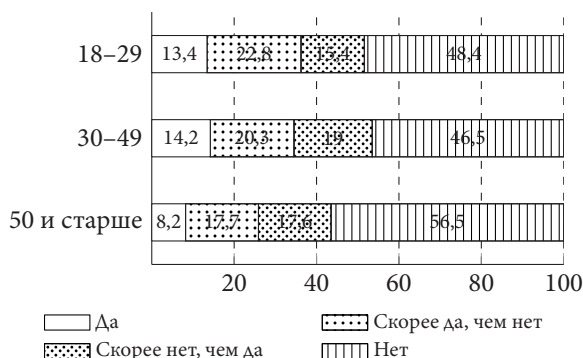


Рис. 2. Готовность участия в нацпроектах в зависимости от возраста, в %

Fig. 2. Willingness to participate in national projects, depending on age, in %

количество респондентов, готовых участвовать в программах реализации национальных проектов, снижается до 8,2%, а количество отказывающихся от участия возрастает до 56,5%.

Анализ готовности участвовать в нацпроектах в разрезе групп образования показал, что наибольшую готовность принять полное или частичное участие в реализации программ выражают люди с более высоким уровнем образования – магистратура, специалитет и бакалавриат (рис. 3). В меньшей степени демонстрируют свою готовность респонденты со средним общим и средним профессиональным образованием. Самой малочисленной группой, относительно полного или частичного участия, оказались респонденты с самым низким уровнем образования (основное общее и ниже), они же составили наибольшую долю отказавшихся.

В результате анализа стало очевидно, что образование является одним из ключевых факторов, определяющих готовность населения принять участие в национальных проектах. Просматривается устойчивая тенденция повышения уровня готовности респондентов участвовать в реализации национальных проектов с повышением уровня его образования.

Проанализировав готовность респондентов к участию в зависимости от их трудовой деятельности, мы пришли к заключению, что наибольшую готовность принять полное или частичное участие чаще выражают сотрудники силовых

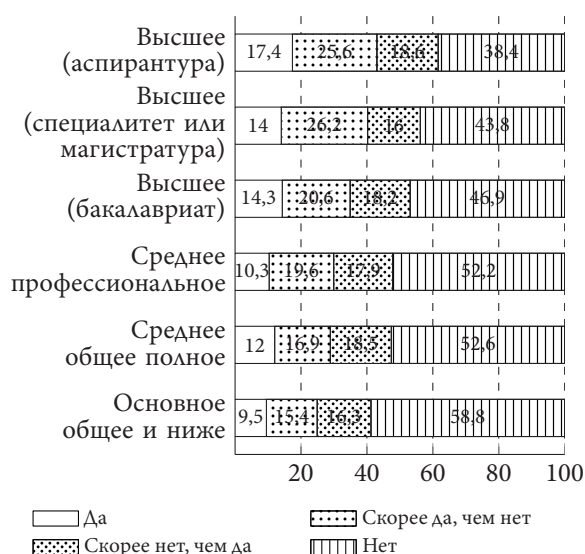


Рис. 3. Готовность участия в нацпроектах в зависимости от уровня образования респондента, в %

Fig. 3. Willingness to participate in national projects, depending on the respondent's level of education, in %

структур (военнослужащие, полиция, ФСБ и т.д.) – 26,0% и 19,5%, соответственно, от числа ответивших, за ними следует группа государственных и муниципальных служащих – 20,6% и 25,9%, значительная доля бизнесменов и предпринимателей – 17,0% и 21,5% – также готова к участию в реализации национальных проектов. Самой многочисленной группой не готовых участвовать в реализации национальных проектов оказались респонденты рабочих специальностей – 57,1%. Далее, на втором и третьем месте, следуют специалисты коммерческого сектора – 44,3% и бюджетной сферы – 43,0%. Таким образом, мы можем наблюдать связь между готовностью респондентов участвовать или не участвовать в реализации национальных проектов и характером их трудовой деятельности.

При этом анализ готовности респондентов к участию в реализации программ в региональном разрезе (рис. 5) показал, что и женщины, и мужчины любой возрастной группы, выражающие полное согласие принять участие в разработке стратегических программ, чаще являются жителями Московской области, Белгородской области и Республики Башкирия, в то время как отказавшиеся респонденты – жителями Омской и Вологодской областей. Респонденты развитых регионов (с более высоким уровнем социокультурной модернизации и современными технологиями налаживания обратной связи с населением) чаще выражают свою готовность принять участие в ре-



Рис. 4. Готовность участия в нацпроектах в зависимости от характера трудовой деятельности, в %
Fig. 4. Willingness to participate in national projects, depending on the nature of the work activity, in %

ализации национальных проектов. Таким образом, прослеживается связь готовности респондентов принимать участие в реализации национальных проектов с регионом их проживания.

По мнению В. И. Демьяненко, подобная картина событий не способствует формированию субъектности, поскольку «само успешное региональное развитие может выступить причиной того, что заинтересованные стороны начинают взаимодействовать» [17, с. 128].

Опираясь на полученные результаты, мы можем сделать вывод, что пол респондента не играет принципиального значения, а возраст, образование и характер трудовой деятельности связаны со степенью проявленной готовности или неготовности принять участие в реализации национальных проектов. Чаще других готовность демонстрируют респонденты в возрасте от 30 до 49 лет с высшим образованием, работающие в силовых структурах или служащие в государственных или муниципальных органах власти.



Рис. 5. Готовность участия в нацпроектах в зависимости от региона проживания респондента, в %
Fig. 5. Willingness to participate in national projects, depending on the respondent's region of residence, in %

Таблица 1 — Группировка недостатков системы управления на основе классификационных оснований
Table 1 — Grouping of management system deficiencies based on classification grounds

	Классификационное основание	Недостатки системы управления
1	Коррупция	Случаи использования ресурсов региона в групповых и личных интересах Изобретение схем, позволяющих чиновнику получать дополнительный доход (ренту)
2	Обман (манипуляция)	Несоответствие действий руководителей их публичным выступлениям Ориентация руководства не на прорывные проекты, а на имитацию активности
3	Клановость (кумовство)	Подбор руководящих кадров не по деловым качествам, а по личной преданности Склонность к превращению органов власти в «междусобойчик»
4	Формализм	Ориентация не на проблемы, а на отчетность
5	Непрозрачность (закрытость)	Всяческое уклонение администрации от контроля со стороны населения Отсутствие понятных населению стратегических целей и конкретных задач
6	Низкий профессионализм	Неполное соответствие компетенций руководителей решению «прорывного» типа задач
7	Излишняя бюрократия, консерватизм	Наличие лишних управленческих звеньев Удручающий консерватизм, уклонение от принятия новаторских решений
8	Неприемлемый управленческий стиль	Неприятие руководством каких-либо конструктивных инициатив снизу Силовое администрирование в ущерб творческой самоорганизации коллективов Увлечение органов власти западным опытом менеджмента

2. Обеспокоенность недостатками системы управления. На втором этапе исследования проверялась гипотеза о наличии связи между готовностью принять участие в нацпроектах и обеспокоенностью отдельными недостатками системы управления в регионе.

Принимая во внимание ряд классификационных оснований, мы осуществили группировку недостатков системы управления с учетом социокультурных особенностей. В таблице 1 сгруппированы недостатки управления по ключевым признакам: коррупция; обман (манипуляция); клановость (кумовство); формализм; непрозрачность (закрытость); низкий профессионализм; излишняя бюрократия, консерватизм; неприемлемый управленческий стиль.

Мы предположили, что у респондентов, которые не готовы принимать участие в национальных проектах, с одной стороны, будет наблюдаться более высокий уровень обеспокоенности проблемами системы управления, а с другой – отдельные управленческие проблемы будут вызывать большее беспокойство, чем у респондентов, готовых к сотрудничеству с органами власти.

В массовом опросе респондентам было предложено оценить отдельные недостатки по пятибалльной шкале, где «5» означает очень высокий уровень обеспокоенности, а «1», наоборот, очень низкий. Распределение полученных данных можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 — Средние оценки обеспокоенности жителей недостатками системы управления, пятибалльная шкала

Table 2 — Average estimates of residents' concern about the deficiencies in the management system, five-point scale

Недостатки системы управления	Оценка
Несоответствие действий руководителей их публичным выступлениям	3,68
Изобретение схем, позволяющих чиновнику получать дополнительный доход (ренту)	3,66
Случаи использования ресурсов региона в групповых и личных интересах	3,65
Ориентация руководства не на прорывные проекты, а на имитацию активности	3,64
Подбор руководящих кадров не по деловым качествам, а по личной преданности	3,64
Ориентация не на проблемы, а на отчетность	3,63
Склонность к превращению органов власти в «междусобойчик»	3,55
Всяческое уклонение администрации от контроля со стороны населения	3,51
Отсутствие понятных населению стратегических целей и конкретных задач	3,42
Неполное соответствие компетенций руководителей решению «прорывного» типа задач	3,41
Наличие лишних управленческих звеньев	3,40
Неприятие руководством каких-либо конструктивных инициатив снизу	3,36
Удручающий консерватизм, уклонение от принятия новаторских решений	3,35
Силовое администрирование в ущерб творческой самоорганизации коллективов	3,30
Увлечение органов власти западным опытом менеджмента	3,15

На региональном уровне обеспокоенность населения недостатками системы управления, препятствующими реализации национальных проектов, является одним из факторов, детерминирующим социальное территориальное неравенство.

Из таблицы 2 следует, что наименьшее беспокойство у жителей вызывает проблема приверженности органов власти западным тенденциям в управлении (3,1 – средний балл).

Среднюю обеспокоенность вызывают проблемы, связанные с силовым администрированием, консерватизмом, неприятием конструктивных инициатив снизу, наличием избыточных управленческих звеньев. Респонденты недовольны отсутствием понятных для них целей и задач, низкой компетентностью руководителей, предотвращением контроля со стороны населения и превращением работы органов власти в «междусбойчик» (от 3,3 до 3,5 балла).

Наибольшую обеспокоенность жители проявляют в отношении нечестного поведения чиновников. Это ориентация не на решение проблем, а на отчетность и имитацию активности, подбор сотрудников на основании кумовства, использование служебных ресурсов в личных целях, получение дополнительных источников дохода и, что самое главное, несоответствие действий руководителей их публичным заявлениям (от 3,6 до 3,7 балла).

Полученные результаты подтверждают гипотезу о том, современное население России имеет высокий запрос на социальную справедливость [16, с. 7] со стороны органов власти и управления. И, как следствие, ожидает от них более активного участия в жизни регионов [18, с. 51].

На следующем этапе исследования были получены средние оценки обеспокоенности недостатками системы управления для четырех групп респондентов, выразивших полное/частичное согласие или несогласие принять участие в национальных проектах.

Обращаясь к данным табл. 2, мы можем сделать вывод о том, что проблема «увлечения органов власти западным менеджментом» вызывает наименьшее беспокойство у тех, кто, скорее, не согласен или полностью согласен принять участие в разработке стратегических программ⁴.

Получение дополнительного дохода – проблема, наличие которой отметили практически все респонденты, независимо от степени согласия принять участие в программах. В то время как самый значительный, по мнению жителей, недостаток, заключающийся в несоответствии заявлений и действий органов власти, характерен для людей, желающих принять участие в разработке программ.

⁴ Была проведена проверка статистической значимости средних значений. Средние статистически значимо различаются (ANOVA), критерий Тамхейна, $p < 0,05$.

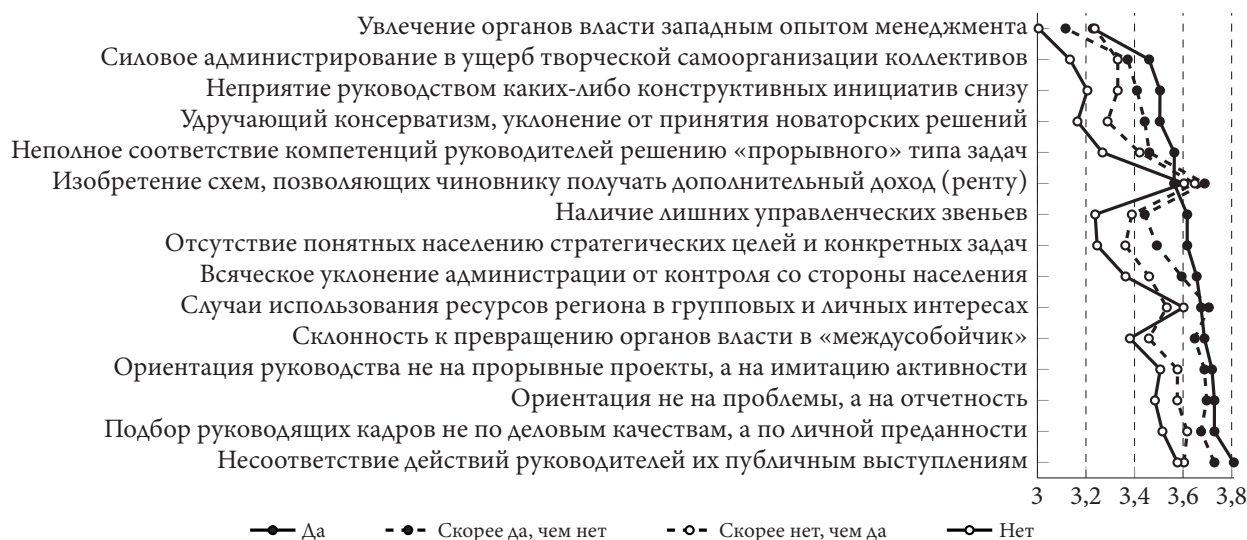


Рис. 6. Средние оценки жителей обеспокоенностью недостатками системы управления в условиях согласия (полного/частичного) и несогласия (полного/частичного) принять участие в разработке программы по улучшению работы системы управления, четырехбалльная шкала

Fig. 6. Average estimates of resident' concern about the deficiencies of the management system in terms of consent (full/partial) and disagreement (full / partial) to participate in the development of a program to improve the management system, four-point scale

Из данных рисунка 6 следует, что, чем выше обеспокоенность жителей недостатками системы управления, тем выше их готовность принять непосредственное участие в разработке управленческих решений. Таким образом, наше предположение о том, что респонденты, отказывающиеся принимать участие в реализации национальных проектов, будут проявлять большую обеспокоенность проблемами управления, не подтвердилось.

Главный вывод, который мы можем сделать, оперируя данными таблицы 2, заключается в том, что респонденты, демонстрирующие готовность участвовать в реализации национальных проектов, не выделяют и не акцентируют среди недостатков системы управления коррупционную составляющую, оценивая их наравне с недостатками обмана (манипуляции), клановости (кумовства), формализма, непрозрачности (закрытости), низкого профессионализма, излишней бюрократии, консерватизма, неприемлемости управленческого стиля. Респонденты, которые, скорее, согласны или не согласны принять участие в разработке стратегических программ, а также те, кто высказался против участия – в большей степени обеспокоены проблемами, связанными именно с коррупцией в органах власти. На графике отчетливо видны два всплеска на против соответствующих позиций: 1) случаи использования ресурсов региона в групповых и личных интересах и 2) изобретение схем, позволяющих чиновнику получать дополнительный доход (ренту), которые объединены нами в одну категорию «коррупция» в таблице 1. Таким образом, для той части населения, которая не готова принять участие в национальных проектах, коррупционная составляющая является своеобразным триггером, отчасти объясняющим их выбор.

Наше предположение, что отдельные управленческие проблемы будут вызывать большее беспокойство у респондентов, не готовых к сотрудничеству с органами власти, подтвердилось, и такой проблемой стала коррупционная составляющая.

Результаты наблюдения отчасти подтверждают слова И. О. Шкаратана о социальной ситуации в стране в целом: «Для современных политических верхов России социальная политика нужна постольку, поскольку граждане, которым она адресована, не должны мешать реали-

зации собственных планов и интересов политических и экономических верхов страны» [3, с. 21].

Полученные данные заставили нас обратить внимание на то, какого рода недостатки системы управления больше всего беспокоят тех, кто не согласился принять участие в разработке стратегических программ в своем регионе. В таблице 3 представлены данные, указывающие на характер распределения ответов о волнующих недостатках управления данную группу респондентов.

В подтверждение полученных ранее данных мы видим (табл. 3), что наибольшую обеспокоенность у группы «не готовых принять участие» вызывают проблемы системы управления, связанные с коррупцией; обманом, манипуляцией (несоответствие действий руководителей их публичным выступлениям и ориентация руководства не на прорывные проекты, а на имитацию активности); клановостью (кумовством) (под-

Таблица 3 — Обеспокоенность жителей недостатками системы управления, средние оценки, пятибалльная шкала

Table 3 — Residents' concern about the deficiencies in the management system, average rating, five-point scale

Недостатки системы управления	Оценка
Случаи использования ресурсов региона в групповых и личных интересах	3,64
Изобретение схем, позволяющих чиновнику получать дополнительный доход (ренту)	3,64
Несоответствие действий руководителей их публичным выступлениям	3,61
Подбор руководящих кадров не по деловым качествам, а по личной преданности	3,55
Ориентация руководства не на прорывные проекты, а на имитацию активности	3,54
Ориентация не на проблемы, а на отчетность	3,52
Склонность к превращению органов власти в «междусобойчик»	3,42
Всяческое уклонение администрации от контроля со стороны населения	3,40
Неполное соответствие компетенций руководителей решению «прорывного» типа задач	3,31
Отсутствие понятных населению стратегических целей и конкретных задач	3,29
Наличие лишних управленческих звеньев	3,28
Неприятие руководством каких-либо конструктивных инициатив снизу	3,25
Удручающий консерватизм, уклонение от принятия новаторских решений	3,21
Силовое администрирование в ущерб творческой самоорганизации коллективов	3,18
Увлечение органов власти западным опытом менеджмента	3,05

бор руководящих кадров не по деловым качествам, а по личной преданности и склонность к превращению органов власти в «междусобойчик»); формализмом (ориентация не на проблемы, а на отчетность). В меньшей степени вызывают беспокойность недостатки, связанные с управленческим стилем, бюрократией, консерватизмом и низким уровнем профессионализма.

3. Удовлетворенность жизнью в регионе.

На третьем этапе перед нами стояла задача проверить наличие связи между готовностью респондентов включаться в деятельность органов власти в процессе реализации национальных проектов с отношением к региону (социальным самочувствием) участников опроса.

В анкете массового опроса респондентам предлагалось оценить, какие чувства они испытывают по отношению к своему региону («Какие чувства Вы испытываете по отношению к региону, в котором проживаете?»). Взяв за основу распределения ответов на данный вопрос, было выделено две группы респондентов: не испытывающих удовлетворения от проживания в своем регионе, данная группа составила 30,8%; и довольных жизнью в регионе – 69,2%.

Высокая обеспокоенность коррупционной составляющей и низкая удовлетворенность от проживания в том или ином регионе связана с тем, что основные усилия органов власти направлены не на решение ряда актуальных социальных проблем, а на удержание собственной власти [19]. Чтобы проверить это предположение, мы снова обратились к данным массового опроса. В отличие от довольных жизнью, респонденты, не испытывающие удовлетворения от проживания в своем регионе, чаще разделяют мнение о том, что сохранение властных ресурсов является первостепенной задачей аппарата управления.

В результате наши данные подтвердили предположение о том, что низкая включенность населения в социальное пространство регионов зависит от ряда проблем, наиболее значимая из которых – коррупция в органах власти. Для того, чтобы оценить данный показатель в разрезе регионов, мы объединили соответствующие варианты ответов: использование государственных ресурсов в собственных целях и изобретение схем дополнительного дохода (табл. 4).

Таким образом, коррупция является фактором, детерминирующим социальное неравенство

Таблица 4 — Обеспокоенность жителей регионов наличием коррупционной составляющей в системе управления, средние оценки, пятибалльная шкала

Table 4 — Residents' concern about the presence of a corruption component in the management system, average rating, five-point scale

Регион	Оценка
Вологодская область	2,9549
Московская область	3,2872
Белгородская область	3,4989
Амурская область	3,5804
Брянская область	3,6345
Смоленская область	3,6378
Республика Саха (Якутия)	3,6534
Нижегородская область	3,7348
Республика Калмыкия	3,8411
Республика Башкортостан	3,8686
Свердловская область	3,9158
Омская область	4,1871

в регионах с высоким, средним и низким уровнем социокультурного развития. По нашим данным, наибольшее беспокойство испытывают жители Омской области. Чуть в меньшей степени данный показатель тревожит респондентов Свердловской области, Республик Башкортостан и Калмыкия.

В целом в 9 из 12 регионов наблюдается высокая обеспокоенность проблемами коррупции в органах власти. Реакция населения в регионах с уровнем развития «ниже среднего» (Вологодская область, Белгородская область) находится на среднем уровне.

Для того, чтобы выяснить, правомерно ли сравнивать между собой регионы по степени социального неравенства, был использован однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA), критерий Таймхейна ($p < 0,05$). Анализ проводился для каждого коррупционного фактора в отдельности.

Так, например, оценивая обеспокоенность населения работой системы управления, в частности: использование ресурсов региона в групповых и личных интересах, мы можем сравнивать Московскую область со всеми регионами, за исключением Вологодской и Брянской областей. Схожая картина наблюдается, когда мы сравниваем средние значения обеспокоенности населения изобретением властными структурами схем дополнительного дохода – Московская область статистически различается со всеми ре-

гионами, кроме Вологодской и Амурской областей. В целом во всех группах сравнения обнаружена связь с высоко развитыми регионами – Московской либо Нижегородской областью.

При этом регионы с самым низким уровнем развития (Брянская область, Смоленская область, Республика Калмыкия) чаще всего оказывались сопоставимы с регионами высокого уровня социокультурной модернизации.

■ ОБСУЖДЕНИЕ

Эффективная реализация управленческих решений напрямую зависит от включенности в процесс не только органов управления, но и населения, от соучастия или противодействия которого зависит достигнутый результат. Наше исследование подтвердило, что такая готовность к сотрудничеству с органами власти при реализации национальных проектов (включенность в решение проблем) напрямую связана как с социально-демографическими характеристиками респондентов, такими как возраст, образование, трудовая деятельность, регион проживания, так и с тем, как оцениваются недостатки системы управления. В частности, нами была выявлена устойчивая связь между обеспокоенностью коррупционной составляющей органов управления и готовностью к сотрудничеству в рамках реализации национальных проектов.

Результаты исследования позволяют сделать следующий вывод – включенность населения в стратегическое развитие региона, действительно, может являться следствием его субъектности. Объединенные по ряду социально-демографических признаков респонденты, декларирующие отказ принимать участие в реализации национальных проектов, чаще выражают высокую обеспокоенность проблемами, связанными с коррупцией в органах власти и управления.

Таким образом, нами было предложено рассматривать включенность населения в социальное пространство регионов посредством участия в национальных проектах как один из факторов, детерминирующих социальное территориальное неравенство в регионах России.

Для того, чтобы дать оценку социального неравенства в 12 регионах Российской Федерации, был проведен анализ готовности принять участие в разработке программ по улучшению работы системы управления в разрезе: 1) социально-демографических характеристик респондентов (пол, возраст, образование, характер трудовой деятельности, регион проживания); 2) обеспокоенности недостатками системы управления; 3) удовлетворенности жизнью в регионе. Исходя из полученных нами данных, в зоне риска оказываются Омская и Свердловская области, население которых наиболее остро реагирует на коррупционную составляющую системы управления.

С помощью ряда классификационных оснований были обозначены ключевые проблемы регионального управления и выявлены те, на которые население реагирует наиболее остро – коррупция, обман (манипуляция), клановость (кумовство), непрозрачность (закрытость). И те, которые вызывают меньшую негативную реакцию – формализм, низкий профессионализм, излишняя бюрократия, консерватизм, неприемлемость управленческого стиля.

Удалось получить данные о том, какие управленческие проблемы вызывают наибольшее беспокойство у тех, кто выступает против участия в мероприятиях, посвященных реализации национальных проектов.

Основной вывод, к которому мы пришли, заключается в том, что высокая обеспокоенность проблемами коррупции и низкая удовлетворенность проживанием в том или ином регионе являются, с одной стороны, причинами того, что деятельность властных структур в большей степени направлена на сохранение собственных позиций, а не на решение актуальных проблем, с другой стороны, они способствуют снижению уровня готовности населения включаться в управленческие программы, направленные на реализацию национальных проектов.

Таким образом, коррупция в органах власти является ключевым фактором, детерминирующим социальные неравенства в регионах с высоким, средним и низким уровнем развития. ●

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шилова В. А. Ключевые подходы к выявлению и применению критериев оценки территориальных и социально-территориальных неравенств

в региональном разрезе // Социологическая наука и социальная практика. 2022. Т. 10, № 4 (40). С. 96–112. DOI 10.19181/snsp.2022.10.4.9285. EDN TUPBBS.

2. **Демьяненко В. И.** Управление социально-экономическими и социокультурными параметрами региональных неравенств в антропосоциетальной концепции // *Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки*. 2022. Т. 15, № 6. С. 142–160. DOI 10.17213/2075-2067-2022-6-142-160. EDN NJTTHV.

3. **Шкаратан О. И.** Социально-экономическое неравенство в современном мире и становление новых форм социального расслоения в России // *Мир России. Социология. Этнология*. 2018. Т. 27, № 2. С. 6–35. DOI 10.17323/1811-038X-2018-27-2-6-35. EDN YWFIQX.

4. **Гусейнова К. Э.** Социальное пространство территорий как фактор регионального неравенства // *Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки*. 2022. Т. 15, № 6. С. 121–133. DOI 10.17213/2075-2067-2022-6-121-133. EDN PCRRXD.

5. **Вахштайн В.** Драматургическая теория Ирвинга Гофмана: два прочтения // *Социологическое обозрение*. 2003. Т. 3, № 4. С. 104–118. EDN TRSDLB.

6. **Гофман И.** Представление себя другим в повседневной жизни : Монография. Москва : Российская государственная библиотека, 2007. EDN QONBER.

7. **Гидденс Э.** Устроение общества. Очерк теории структуризации. Москва : Академический Проект, 2005. 528 с. EDN TNIRKP.

8. **Мерзяков А. А., Богданов В. С.** Об исследовании социолого-управленческих аспектов регулирования социальных неравенств в регионах России // *Вестник Института социологии*. 2022. Т. 13, № 4. С. 130–143. DOI 10.19181/vis.2022.13.4.853. EDN ATAAJY.

9. **Тихонов А. В.** Социология управления : Монография. Канон+ : Москва, 2007. 472 с. EDN TVIOWP.

10. **Мерзяков А. А.** Концептуальные основания исследования субъектности населения // *Научный результат. Социология и управление*. 2021. Т. 7, № 4. С. 33–47. DOI 10.18413/2408-9338-2021-7-4-0-3. EDN AFSHKS.

11. **Тихонов А. В., Богданов В. С., Гречаная А. А., Гусейнова К. Э., Мерзяков А. А., Почестнев А. А., Просянюк Д. В., Савельев И. А., Смирнова А. С., Щербина В. В.** Реформирование властно-управленческой вертикали в условиях реализации на-

циональных проектов и активизации процессов спонтанного группообразования : Монография. Москва : Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2021. 455 с. EDN YNARHI.

12. **Лапин Н. И., Беляева А. А., Бойко И. И., Касавина Н. А., Когай Е. А., Пасовец Ю. М., Ильин В. А., Шабунова А. А., Ласточкина М. А., Дулина Н. В., Каргаполова Е. В., Тарасов В. Т., Харитонов В. Г., Давыденко В. А., Ромашкина Г. Ф., Печеркина И. Ф., Половинко В. С., Немировский В. Г., Немировская А. В.** Атлас модернизации России и ее регионов: социоэкономические и социокультурные тенденции и проблемы : Монография. Москва : Издательство «Весь Мир», 2016. 360 с. EDN YRJCSX.

13. **Регулирование межрегионального неравенства: от диагностики к моделированию : Монография / под ред. А. А. Мерзлякова.** Москва : Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2023. 272 с. DOI 10.19181/monogr.978-5-89697-423-9.2023.

14. **Тихонова Н. Е., Мареева С. В., Аникин В. А.** Общество неравных возможностей: социальная структура современной России : Коллективная монография. Москва : Издательство «Весь Мир», 2022. 422 с. DOI 10.55604/9785777708731. EDN XJGBFE.

15. **Седова Н. Н., Петухов В. В., Мареева С. В.** Готово ли российское общество к модернизации? : Монография. Москва : Издательство «Весь Мир», 2010. 343 с. EDN PVCEAH.

16. **Корчагина И. И., Прокофьева А. М.** Субъективное восприятие социального неравенства – мнение населения о социальной справедливости // *Демографическое обозрение*. 2022. Т. 9, № 4. С. 4–21. DOI 10.17323/demreview.v9i4.16742. EDN DOVOJS.

17. **Демьяненко В. И.** Оценка субъектности участников взаимодействия по сокращению неравенства в российских регионах // *Научный результат. Социология и управление*. 2023. Т. 9, № 3. С. 123–137. DOI 10.18413/2408-9338-2023-9-3-0-9. EDN WFYRNA.

18. **Лежнина Ю. П.** Представления россиян о необходимой социальной политике: между серединой 2000-х и коронакризисом 2020 года // *Социологические исследования*. 2021. № 4. С. 50–60. DOI 10.31857/S013216250014715-9. EDN UWIZGD.

19. **Богданов В. С.** Социальное неравенство как политико-управленческая проблема развития регионов России. Часть 2 // **Социологическая наука и социальная практика**. 2023. Т. 11, № 3 (43). С. 55–67. DOI [10.19181/snsp.2023.11.3.3](https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.3.3). EDN [LPXZJG](https://www.edn.ru/10.19181/snsp.2023.11.3.3).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Шилова Валентина Александровна – кандидат социологических наук; Институт социологии, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук — *ведущий научный сотрудник; заведующий лабораторией исследования проблем инфосоциальных технологий* (117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, 24/35 корп. 5); vshilova@yandex.ru. AuthorID РИНЦ: **76397**, ORCID: **0000-0002-8899-2707**.

Гусейнова Ксения Эльдаровна – Институт социологии, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук — *научный сотрудник* (117218, Россия, Москва, ул. Кржижановского, 24/35 корп. 5); likseidar@mail.ru. AuthorID РИНЦ: **897865**, ORCID: **0000-0002-7957-7317**.

Статья поступила 15.10.2023; рецензия получена 20.11.2023; принята к публикации 27.11.2023.

POPULATION INVOLVEMENT IN THE SOCIAL SPACE OF REGIONAL GOVERNANCE AS A FACTOR OF TERRITORIAL INEQUALITY

V. A. Shilova, K. E. Guseynova^a

^a Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences
(Moscow, Russia)

ABSTRACT:

Introduction. The article examines the population involvement in the national projects implementation as a factor determining social territorial inequality in the Russian regions. Each RF subject is analyzed as a separate social space, where the actors (participants) are the authorities and the population. The approaches of both domestic and foreign authors to understanding the essence of social space, its capabilities and limitations are considered.

Methodology and methods. The materials presented in the article were obtained as a result of the secondary conceptualization of the data of a mass survey conducted in 2019-21 in 12 regions of the Russian Federation under the RSF grant "Academic Project: Manageability of Social Grouping Processes in Regions with Different Levels of Socio-Cultural Modernization and Population Support for the Development Strategy of the Russian Federation until 2024". As the basis of the research methodology, a typology of regions was applied, in terms of their sociocultural modernization, developed at the Chinese Academy of Sciences and adapted by the CSSC RAS. The article considers the assessment of the the population involvement in national projects (as a factor of regional inequality): 1) in the context of the socio-demographic characteristics of respondents; 2) concerns about the shortcomings of the control system and 3) satisfaction with life in the region.

Results and conclusions. The study was conducted in 3 stages. At the first stage, socio-demographic characteristics were identified of social groups expressing a desire or unwillingness to take part in the strategic programs development. The relationship was revealed between readiness to participate and 1) age, 2) education, 3) the nature of work, 4) the level of socio-cultural development of the region where the respondent lives. At the second stage, the shortcomings of the control system were grouped based on mass polling data. Identifying the signs of the least and most concern in the population, the authors proceeded

to analyze the average estimates for the four identified groups, expressing full/partial agreement or disagreement to participate in national projects. As a result, a connection was established between the concern of residents regarding the shortcomings of the management system and the readiness to participate in national projects. At the same time, the greatest sensitivity is observed in assessing problems related to corruption in government bodies. At the third stage, data were confirmed on the existence of a link between the population concern caused by the corruption problems and low satisfaction from living in a particular region.

KEYWORDS: social inequality, social space, involvement, subject identity, regions, human capital, national projects.

FOR CITATION: Shilova, V. A., & Guseynova, K. E. (2023). Population involvement in the social space of regional governance as a factor of territorial inequality. *Management Issues*, 17(6), 84–98. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-6-84-98>.

REFERENCES

1. SHILOVA, V. A. (2022). Key approaches to identifying and applying criteria for assessing territorial and socio-territorial inequalities in the regional context. *Sociologicheskaja Nauka i Social'naja Praktika*, 10(4), 96–112. <https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.4.9285>.
2. DEMYANENKO, V. I. (2022). Management of socioeconomic and socio-cultural parameters of regional inequalities in the anthroposocietal concept. *Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences*, 15(6), 142–160. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2022-6-142-160>.
3. SHKARATAN, O. I. (2018). Socio-economic inequality in the modern world and the emergence of new forms of social stratification in Russia. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*, 27(2), 6–35. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2018-27-2-6-35>.
4. GUSEINOVA, K. E. (2022). Social space of territories as a factor of regional inequality. *Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences*, 15(6), 121–133. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2022-6-121-133>.
5. VAKHSHTAIN, V. (2003). Goffman's dramaturgical theory: Structuralist interpretation. *Russian Sociological Review*, 3(4), 104–118. <https://elibrary.ru/trsd1b>.
6. GOFFMAN, I. (2007). *Presenting yourself to others in everyday life*. Russian State Library. <https://elibrary.ru/qohber>.
7. GIDDENS, E. (2005). *The structure of society. Outline of the Theory of Structuration*. Academic Project. <https://elibrary.ru/tnirkp>.
8. MERZLYAKOV, A. A., & BOGDANOV, V. S. (2022). On the study of sociological and managerial aspects of the regulation of social inequalities in the regions of Russia. *Bulletin of the Institute of Sociology*, 13(4), 130–143. <https://doi.org/10.19181/vis.2022.13.4.853>.
9. TIKHONOV, A. V. (2007). *Sociology of Management*. Moscow. <https://elibrary.ru/tviowp>.
10. MERZLYAKOV, A. A. (2021). Conceptual foundations for the study of the population subjectivity. *Research Result. Sociology and Management*, 7(4), 33–47. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2021-7-4-0-3>.
11. TIKHONOV, A. V., BOGDANOV, V. S., GRECHANAYA, A. A., GUSEINOVA, K. E., MERZLYAKOV, A. A., POCHESNEV, A. A., PROSYANYUK, D. V., SAVELYEV, I. A., SMIRNOVA, A. S., & SHCHERBINA, V. V. (2021). *Reforming the power and management vertical in the context of the implementation of national projects and the intensification of spontaneous group formation processes*. Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences. <https://elibrary.ru/ynarhi>.
12. LAPIN, N. I., BELYAEVA, L. A., BOYKO, I. I., KASAVINA, N. A., KOGAI, E. A., PASOVETS, YU. M., ILYIN, V. A., SHABUNOVA, A. A., LASTOCHKINA, M. A., DULINA, N. V., KARGAPOLOVA, E. V., TARASOV, V. T., KHARITONOVA, V. G., DAVYDENKO, V. A., ROMASHKINA, G. F., PECHERKINA, I. F., POLOVINKO, V. S., NEMIROVSKY, V. G., & NEMIROVSKAYA, A. V. (2016). *Atlas of modernization of Russia and its regions: Socioeconomic and sociocultural trends and problems*. Publishing house "The Whole World". <https://elibrary.ru/yrjcjx>.
13. MERZLYAKOV, A. A. (Ed.). (2023). *Regulation of interregional inequality: From diagnostics to modeling*. Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences. <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-423-9.2023>.
14. TIKHONOVA, N. E., MAREEVA, S. V., & ANIKIN, V. A. (2022). *Society of unequal opportunities: Social struc-*

ture of modern Russia. Publishing house "The Whole World". <https://doi.org/10.55604/9785777708731>.

15. SEDOVA, N. N., PETUKHOV, V. V., & MAREEVA, S. V. (2010). *Is Russian society ready for modernization?*. Publishing house "The Whole World". <https://elibrary.ru/pvceah>.

16. KORCHAGINA, I. I., & PROKOFIEVA, L. M. (2022). Subjective perception of social inequality – the population opinion about social justice. *Demographic Review*, 9(4), 4–21. <https://doi.org/10.17323/demreviewv9i4.16742>.

17. DEMYANENKO, V. I. (2023). Assessing the subjectivity of participants in interaction to reduce in-

equality in Russian regions. *Research Result. Sociology and Management*, 9(3), 123–137. <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2023-9-3-0-9>.

18. LEZHNIINA, YU. P. (2021). Russians' views on the necessary social policy: Between mid 2000-ies and the corona crisis of 2020. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, (4), 50–60. <https://doi.org/10.31857/S013216250014715-9>.

19. BOGDANOV, V. S. (2023). Social inequality as a political and managerial issue in the development of Russian regions. Part 2. *Sociologicheskaja Nauka i Social'naja Praktika*, 11(3), 55–67. <https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.3.3>.

AUTHORS' INFORMATION:

Valentina A. Shilova – Ph.D. of Sociological Sciences; Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences — *leading researcher; head of the Laboratory for Research of Infosocial Technologies Problems* (24/35, build. 5, Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia); vshilova@yandex.ru. RSCI AuthorID: 76397, ORCID: 0000-0002-8899-2707.

Kseniya E. Guseynova – Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences — *researcher* (24/35, build. 5, Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia); likseidar@mail.ru. RSCI AuthorID: 897865, ORCID: 0000-0002-7957-7317.

The article was submitted 10/15/2023; reviewed 11/20/2023; accepted for publication 11/27/2023.

Информация для авторов

Статьи направляются на электронную почту редакции management-ui@ranepa.ru. Представляемая статья должна соответствовать структуре IMRAD и включать разделы:

- введение;
- материалы и методы;
- результаты;
- обсуждение.

В случае необходимости допустимо включать раздел «Обзор литературы».

Объем статьи должен составлять 30–40 тыс. знаков с пробелами. Тексты рукописей с заимствованием более 15 % и (или) уровнем оригинальности текста менее 70 % не могут быть опубликованы в журнале. Допускается не более 10 % самоцитирования.

Иллюстративные материалы (рисунки, чертежи, графики, диаграммы, схемы) выполняются с помощью графических электронных редакторов. Должны иметь последовательную нумерацию и не превышать формата А4. Страница должна иметь книжную ориентацию.

Цифровые данные оформляются в таблицу. Таблицы не должны быть громоздкими (не более формата А4, книжная ориентация). Каждая таблица должна иметь порядковый номер и название (на русском и английском языке).

Ссылки оформляются в квадратных скобках по тексту статьи, с указанием номера источника по списку и страниц, на которые ссылается автор (например: [9, с. 36], [18, с. 4]). Список источников должен содержать не менее 20 единиц, из которых не менее 10 должны быть датированы не менее чем 3 годами ранее момента публикации и из которых не менее 3 источников должны индексироваться международными базами цитирования (Web of Science или Scopus).

Библиографический список формируется в конце статьи по мере упоминания источников в тексте (не по алфавиту и не по иерархии источников) и может включать в себя следующие типы источников: монография, статья в рецензируемом научном журнале, диссертация или автореферат к ней, статья в сборнике материалов (трудов) научно-практической конференции. Иные источники должны оформляться в виде постраничных сносок либо, по мере возможности, упоминаться непосредственно в тексте.

Обязательным требованием является наличие кодов DOI или EDN в каждом русскоязычном источнике. Для англоязычных источников обязательно наличие только кода DOI. Код EDN можно обнаружить на странице описания публикации в научной электронной библиотеке eLibrary. При отсутствии этих кодов источник следует указывать в виде постраничной сноски.

Помимо текста статьи автором представляются **на русском и английском языках:**

а) аннотация.

Порядок изложения информации должен соответствовать структуре статьи и включать разделы: введение; материалы и методы; результаты; обсуждение.

Объем аннотации должен составлять 2–2,5 тыс. знаков. Её текст не должен повторять название и текст статьи. Авторская аннотация призвана выполнять функцию независимого от статьи источника информации.

б) ключевые слова и словосочетания.

В качестве ключевых слов могут использоваться как одиночные слова, так и словосочетания в единственном числе и именительном падеже. Рекомендуемое количество ключевых слов – 6–9, количество слов внутри ключевой фразы – не более трех.

в) пристатейный библиографический список.

г) сведения об авторах:

- ФИО (полностью);
- AuthorID РИНЦ; ORCID, ScopusID, ResearcherID;
- место работы (учебы) и его почтовый адрес;
- ученая степень, ученое звание;
- адрес электронной почты.

д) тематические рубрики: ГРНТИ (<http://grnti.ru/>) и коды ВАК (1–2 кода).

Ответственность за достоверность указанных сведений несет автор статьи.

Не принимаются статьи, направленные в редакцию без выполнения требований настоящих условий публикации.

Научное издание

Журнал выходит 6 раз в год

Учредитель:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»**
119571, Россия, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Тропарево-Никулино,
пр-кт Вернадского, д. 82, стр. 1

Издатель:

Уральский институт управления – филиал РАНХиГС
620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

Адрес редакции:

620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

Адрес эл. почты: management-ui@ranepa.ru
<https://journal-management.com/>

Компьютерная вёрстка: Д. И. Трушков
Корректурa: А. В. Ким
Перевод: Э. Э. Недоросткова

При перепечатывании ссылки на «Вопросы управления» обязательна

Журнал зарегистрирован как средство массовой информации
в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77-85748 от 25.08.2023

Дата выхода в свет: 29.12.2023. Формат 60×84/8.
Гарнитура Minion. Усл. печ. л. 11,67. Уч.-изд. л. 10,62. Тираж 999.
Цена свободная

Отпечатано в ООО Издательство и Типография «Альфа Принт».
Адрес: 620049, г. Екатеринбург, пер. Автоматики, 2ж. Заказ № 17836

