

ISSN 2073-6304

# ВЕСТНИК РГГУ

*Серия*  
«Экономика.  
Управление. Право»

Научный журнал

# RSUH/RGGU BULLETIN

“Economics.  
Management. Law”  
*Series*

Academic Journal

Основан в 1996 г.  
Founded in 1996

1  
2019

VESTNIK RGGU. Seriya «Ekonomika. Upravlenie. Pravo»

RSUH/RGGU BULLETIN. “Economics. Management. Law” Series  
Academic Journal

There are 4 issues of the printed version of the journal a year.

**Founder and Publisher**

Russian State University for the Humanities (RSUH)

**RSUH/RGGU BULLETIN.** “Economics. Management. Law” Series is included: in the Russian Science Citation Index; in the List of leading scientific journals and other editions for publishing PhD research findings.

Peer-reviewed publications fall within the following research area:

**08.00.00 Economy:**

08.00.01 Economic theory

08.00.05 Economics and management of national economy

08.00.10 Finance, money circulation and credit

08.00.14 World economy

**12.00.00 Jurisprudence:**

12.00.03 Civil law, Business law, Family law

12.00.04 Financial law, Tax law, Budget law

International private law

12.00.10 International law, European law

*Objectives and scope*

The purpose of the journal is the dissemination and popularization of modern economic and legal knowledge, the publication of the results of relevant scientific research in the field of management, economics and law.

The main task of the journal is to become an effective means of communication between university and academic science, education and the professional community on a wide range of the most important socio-economic and legal problems of the development of regions, the country and the world.

The journal is registered by Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media. Certificate on registration: PI No. FS77-61880 of 25.05.2015.

Changes were made to the record of media registration in connection with the name change, renaming of the founder, clarification of the subject – reg. No FS77-73407 of 03.08.2018

*Editorial staff office:* bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125993  
tel: +7 (499) 973-40-96  
e-mail: ynic2010@mail.ru

ВЕСТНИК РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»

Научный журнал

Выходит 4 номера печатной версии журнала в год.

**Учредитель и издатель**

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)

**ВЕСТНИК РГГУ.** Серия «Экономика. Управление. Право» включен: в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ); в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки:

**08.00.00 Экономика:**

08.00.01 Экономическая теория

08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством

08.00.10 Финансы, денежное обращение и кредит

08.00.14 Мировая экономика

**12.00.00 Юриспруденция:**

12.00.03 Гражданское право, Предпринимательское право, Семейное право

12.00.04 Финансовое право, Налоговое право, Бюджетное право,  
Международное частное право

12.00.10 Международное право, Европейское право

*Цели и область*

Цель журнала – распространение и популяризация современных экономических и юридических знаний, публикация результатов актуальных научных исследований в области управления, экономики и права.

Главная задача журнала – стать эффективным средством коммуникации между университетской и академической наукой, образованием и профессиональным сообществом по широкому кругу важнейших социально-экономических и правовых проблем развития регионов, страны и мира.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-61880 от 25.05.2015 г. В запись о регистрации СМИ внесены изменения в связи с изменением названия, переименованием учредителя, уточнением тематики – регистрационный номер ПИ № ФС77-73407 от 03.08.2018 г.

*Адрес редакции:* 125993, Россия, Москва, Миусская пл., 6

Тел: +7 (499) 973-40-96

электронный адрес: unpc2010@mail.ru

## **Founder and Publisher**

Russian State University for the Humanities (RSUH)

## **Editor-in-chief**

*N.I. Arkhipova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

## **Editorial Board**

*N.I. Ovchinnikova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation (*deputy chief editor*)

*V.A. Umnov*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation (*deputy chief editor*)

*S.V. Timofeev*, Dr. of Sci. (Law), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation (*deputy chief editor*)

*Joachim Foltys*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Opole University of Technology, Opole, Poland

*Veliko I. Zhekov*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Institute of Stimulation of Economics, Varna, Bulgaria

*L.I. Glukhareva*, Dr. of Sci. (Law), professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation

*M.N. Ilyushina*, Dr. of Sci. (Law), professor, Russian State University of Jurisprudence, Moscow, Russian Federation

*O.A. Rouzakova*, Dr. of Sci. (Law), professor, Committee apparatus of State Duma of the Russian Federation for state building and legislature, Moscow, Russian Federation

*I.I. Rodionov*, Dr. of Sci. (Economics), professor, National Research University “Higher School of Economics”, Moscow, Russian Federation

*K.V. Ekimova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, State University of Management, Moscow, Russian Federation

*T.M. Alieva*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Russian State University for the Humanities (RSUH), Moscow, Russian Federation (*executive secretary of the series*)

## **Executive editors**

*I.M. Pomortseva*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor (RSUH)

*T. M. Alieva*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor (RSUH)  
(*executive secretary of the series*)

## **Учредитель и издатель**

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)

## **Главный редактор**

*Н.И. Архипова*, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

## **Редакционная коллегия**

*Н.В. Овчинникова*, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация (*заместитель главного редактора*)

*В.А. Уминов*, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация (*заместитель главного редактора*)

*С.В. Тимофеев*, доктор юридических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация (*заместитель главного редактора*)

*Фолтыс Иоахим Петр*, доктор экономических наук, профессор, Опольский политехнический институт, Ополе, Польша

*Жеков Велико Иванов*, доктор экономических наук, профессор, Институт стимулирования экономики, Варна, Болгария

*Л.И. Глухарева*, доктор юридических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва, Российская Федерация

*М.Н. Илюшина*, доктор юридических наук, профессор, Российский государственный университет юстиции, Москва, Российская Федерация

*О.А. Рузакова*, доктор юридических наук, профессор, Комитет Государственной Думы РФ по государственному строительству и законодательству, Москва, Российская Федерация

*И.И. Родионов*, доктор экономических наук, профессор, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Российская Федерация

*К.В. Екимова*, доктор экономических наук, профессор, Государственный университет управления, Москва, Российская Федерация

*Т.М. Алиева*, кандидат экономических наук, доцент, Москва, Российская Федерация (*ответственный секретарь серии*)

## **Ответственные за выпуск**

*И.М. Поморцева*, кандидат экономических наук, доцент (РГГУ)

*Т.М. Алиева*, кандидат экономических наук, доцент (РГГУ)  
(*ответственный секретарь серии*)

## СОДЕРЖАНИЕ

### Управление

---

- Архипова Н.И., Гуриева М.Т.*  
Предпосылки к развитию гуманистического маркетинга  
в современных условиях ..... 8
- Абаев А.Л., Маслевич Т.П., Минаева Н.Л.*  
Исследование особенностей должностного лидерства  
в командной работе: портрет современного  
руководителя проекта ..... 19
- Корчагова Л.А.*  
Анализ продвижения вузов в социальных сетях ..... 31
- Сагинова О.В., Кондратьева А.А.,  
Искандарян Р.А., Шипунова Т.С.*  
Показатели конкурентоспособности  
в программах развития вузов ..... 44
- Шитова Ю.Ю., Шитов Ю.А., Кокорев М.С.*  
Сравнительный анализ вузов Подмосковья  
на основе анализа активности студентов  
в социальных сетях ..... 56
- Ременцова Н.А.*  
Взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг ..... 66

### Экономика

---

- Коробова О.С., Михина Т.В., Умнов В.А.*  
Вопросы государственного управления охраной труда  
в промышленных регионах ..... 75
- Королева Г.А., Титов А.В.*  
Вовлечение в хозяйственный оборот  
объектов культурного наследия: опыт и проблемы ..... 93

### Право

---

- Рузакова О.А.*  
Законодательство об интеллектуальных правах в РФ,  
странах Евросоюза и Евразийского экономического союза:  
сравнительный анализ ..... 111
- Расеева Х.А.*  
Институт реабилитации в уголовном процессе:  
проблемы применения ..... 122

## CONTENTS

### Management

---

- Nadezhda I. Arkhipova, Madina T. Gurieva*  
The preconditions for the development ..... 8  
of humanistic marketing in the nowadays context.
- Alan L. Abaev, Tatiana P. Maslevich, Natalia L. Minaeva*  
Studying the features of the leadership of an official  
in the teamwork. Portrait of the modern project leader ..... 19
- Larisa A. Korchagova*  
Promotion analysis of the universities on social networks ..... 31
- Olga V. Saginova, Alla A. Kondratieva,  
Roman A. Iskandaryan, Tatiana S. Shipunova*  
Competitiveness indicators in the university  
development programs ..... 44
- Yulia Yu. Shitova, Yuri A. Shitov, Maxim S. Kokorev*  
Comparative analysis of universities in the Moscow region  
on the basis of an analysis of student activity in social networks ..... 56
- Nadezhda A. Rementsova*  
Interrelation of labour market and higher education market ..... 66

### Economics

---

- Olga S. Korobova, Tatiana V. Mikhina, Vitaliy A. Umnov*  
Issues of the state managing the labor protection  
in industrial regions ..... 75
- Galina A. Koroleva, Alexey V. Titov*  
Bringing of the cultural heritage objects  
into the economic turnover. An experience and issues ..... 93

### Law

---

- Olga A. Ruzakova*  
Legislation on intellectual rights in the Russian Federation,  
EU Countries and the Eurasian Economic Union.  
A comparative analysis ..... 111
- Khedi A. Rasaeva*  
Institute of rehabilitation in criminal proceedings.  
Issues of application ..... 122

УДК 339.13

DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-8-18

## Предпосылки к развитию гуманистического маркетинга в современных условиях

Надежда И. Архипова

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, 2506539@mail.ru*

Мадина Т. Гуриева

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, gurieva.m@rggu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются предпосылки перехода маркетинга к новой концепции – гуманистическому маркетингу.

Развитие маркетинга, проникновение его во все большее количество сфер жизни приводит ко все более полному удовлетворению потребностей человека. В то же самое время, парадоксальным образом, оно влечет за собой значительное количество негативных последствий как для общества в целом, так и для отдельной личности. Ряд современных авторов указывают на дегуманизирующее воздействие маркетинга сразу на нескольких уровнях – человека, сообществ, социума, ресурсов. Этому способствуют как усиливающиеся процессы глобализации, так и достижения научно-технического прогресса, позволяющие использовать, например, инструменты цифрового маркетинга для сбора и анализа информации о потребителе для дальнейшего воздействия на него.

Поскольку положительное воздействие концепции маркетинга на экономику также неоспоримо, возникает явная необходимость перехода как производителей, так и потребителей к новой концепции – гуманистического маркетинга.

*Ключевые слова:* маркетинг, гуманистический маркетинг, социально-этический маркетинг, благополучие, коммунитарный маркетинг

*Для цитирования:* Архипова Н.И., Гуриева М.Т. Предпосылки к развитию гуманистического маркетинга в современных условиях // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 8–18. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-8-18



## The preconditions for the development of humanistic marketing in the nowadays context

Nadezhda I. Arkhipova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
2506539@mail.ru*

Madina T. Gurieva

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
gurieva.m@rggu.ru*

*Abstract.* The article analyzes the existing preconditions for transition to a new marketing concept – humanistic marketing.

The development of the marketing and its penetration into more and more spheres of life leads to constant increase in the level of meeting the needs of a person. At the same time, it quite paradoxically results in a substantial number of negative consequences for the society as a whole and for a person. Some authors point out the dehumanizing influence of marketing at several levels – the human person, communities, society and resources.

That is facilitated by both the increasing processes of globalization and the achievements in scientific and technological progress, which make it possible to use, for example, the instruments of digital marketing to collect and analyze consumer data for consequent influencing his choice.

As the positive impact of marketing concept upon an economy is also incontestable, there appears a clear need for both the producers and consumers to move to a new concept of humanistic marketing.

*Keywords:* marketing, humanistic marketing, social and ethical marketing, well-being, communitarian marketing

*For citation:* Arkhipova NI., Gurieva MT. The preconditions for the development of humanistic marketing in the nowadays context. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:8-18. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-8-18

### *Введение*

По мере активного экономического роста как индустриально-развитых, так и развивающихся стран человечество сталкивается с новыми вызовами, в том числе с парадоксальной ситуацией, когда созданием высокоэффективной экономики, удовлетворением любых запросов потребителей в товарах, услугах и социальных благах оно продвигается все дальше в сторону истощения ресурсов, дегуманизации и повышения риска того, что будущие поколения окажутся

в каких-то сферах в гораздо более тяжелых условиях, чем ныне живущие. Тогда возникает вопрос о той роли, которую традиционный маркетинг играет в генерировании отрицательных последствий (при этом будучи, наоборот, нацеленным на удовлетворение потребностей и повышение качества жизни), и о том, как должен измениться маркетинговый подход для соответствия требованиям времени.

### *«Традиционный» маркетинг и место человека в нем*

Ряд ученых ставят под сомнение основополагающие постулаты неоклассической экономической теории (и «традиционной» концепции маркетинга):

- стремление индивидуумов к реализации своих интересов в конечном итоге обеспечивает благополучие для всех;
- благополучие общества может быть приравнено к экономическому благополучию;
- благополучие недостижимо без постоянного экономического роста;
- экологические и социальные проблемы являются неизбежным злом, своего рода платой за рост благополучия общества.

В этой системе человек предстает рациональным субъектом, максимизирующим материальную выгоду, ставящим свои интересы однозначно выше интересов группы или всего общества. Homo economicus вступает в отношения с другими только на основе обмена и только для реализации своих интересов. Потребители стремятся к взаимовыгодному обмену – маркетинг помогает им в этом, обеспечивая не только удовлетворение повседневных потребностей, но и потребностей более высокого порядка, участвуя в построении идентичности, способствуя самовыражению. Казалось бы, такая деятельность должна способствовать исключительно росту общего благополучия, тем не менее эмпирические данные явно говорят скорее о сокращении ресурсов и благополучия.

Исходя из этих постулатов, маркетинг является профессиональной деятельностью, направленной на то, чтобы преобразовывать желания и потребности в предложение товаров (и услуг). Поскольку именно потребитель в такой системе убежден в том, что любое его желание может и должно быть удовлетворено и что только таким способом он может достигнуть состояния счастья, то и маркетинг ни в коей мере не является причиной деструктивных и нездоровых решений потребителя – хотя и генерирует прибыль на их основе. Любые негативные последствия и экстерналии также могут считаться в этой системе вторичными и второстепенными, потому что глав-

ная цель такой системы – максимальное удовлетворение потребностей, что она и делает со все возрастающей эффективностью [1].

Возможно, этот подход и имел право на существование, принимаемая во внимание временной контекст и соотношение масштабов экономической деятельности человека с неисчислимыми, как казалось еще в начале XX в., ресурсами природы. Однако, очевидно, что к настоящему времени деструктивные последствия жизнедеятельности человека достигли таких масштабов, а конечность целого ряда природных ресурсов стала настолько очевидной, что прежняя концепция перестает быть оправданной. Маркетологи также осознают это, косвенным свидетельством чего является появление и развитие, например, концепции социально-этического маркетинга. Однако этого уже недостаточно. Теперь правильно говорить не о том, что удовлетворение потребностей (т. е. в прежней концепции – счастье) индивидуума ведет к росту общего благополучия, а о том, что индивидуум сегодня осознает или должен осознавать, что его счастье и благополучие не могут существовать отдельно от общего благополучия. Сущностные интересы конкретного человека тесно связаны с другими людьми, природной средой и устойчивым благополучием всего человечества.

В таких условиях представляется логичным и оправданным появление «коммунитарного» маркетинга (communitarian marketing), основным устремлением которого будет стимулирование и поощрение потребителей к формированию и улучшению социальных связей, заботе об окружающей среде и природе человека. Именно это, а не немедленное удовлетворение сиюминутных желаний и накопление материальных благ станет основой истинного благополучия сообщества и, следовательно, индивида [1].

В чем же заключается потенциальный «дегуманизирующий» эффект «традиционного» маркетинга? Прежде всего, на поверхности лежит тот факт, что человек как таковой в «традиционном» маркетинге практически не упоминается. Можно обсуждать, в какой степени влияет на восприятие явления, предмета или субъекта конкретное слово или термин, которые используются для его обозначения. Однако полностью сбрасывать это со счетов нельзя. Возьмем одно из общепринятых определений маркетинга, принадлежащее Американской ассоциации маркетинга (АМА – American Marketing Association):

Маркетинг – это деятельность, набор институтов и процессов, направленных на создание, продвижение и реализацию путем обмена предложениями, представляющих ценность для потребителей, клиентов, партнеров и общества в целом (одобрено Советом директоров АМА в 2013 г.)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> The AMA Definitions of Marketing [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/> (дата обращения 01 марта 2019).

Это вполне адекватное современное определение, включающее в себя и интересы общества, но даже оно полностью исключает упоминание о человеке (или людях). Деятельность осуществляется людьми, институты состоят из людей, процессы организованы ими же, предложения, представляющие ценность, создаются, продвигаются и обмениваются людьми, пользоваться ими в результате тоже будут люди, но об этом ничего не сказано.

Маркетинг традиционно фокусируется на «покупателе», «потребителе», «клиенте», изучает «потребительское поведение», процесс принятия покупателем решения о покупке, но не особенно интересуется человеком, который «прячется» за этими терминами. Можно ли считать, что это ни на что не влияющее случайное упущение? По мнению Б. Вулискрофта (B. Wooliscroft) [2], определяя таким образом сферу своих интересов, маркетологи невольно, но очень отчетливо проявляют свою исключительную заинтересованность только в тех, кто покупает и потребляет. Им неинтересны те, кто не покупает и не потребляет, как неинтересны и покупатели, и потребители за пределами своих «потребительских функций». Как повлияют на их жизнь принятые решения о покупке, станут ли они счастливее, благополучнее – эти и другие вопросы остаются вне сферы интересов «традиционного» маркетинга. И это ведет к возникновению представлений о том, что главная функция человека – быть потребителем, а потребление – основное содержание жизни человека и источник счастья и благополучия. Проблемам так называемого общества потребления и его разрушительному воздействию на духовную сферу человека посвящен целый ряд работ отечественных и зарубежных авторов. Так, например, Т.Н. Парамонова и И.А. Рамазанов указывают, что «современное общество, называемое “обществом потребления”, ограничивает его [человека] духовное, т. е. гуманистическое развитие» [3].

При этом маркетинговые исследования, направленные на изучение другой «стороны» – производителей товаров и услуг, – также не упоминают о людях. Здесь в качестве субъекта выступают «компании», «фирмы», «производители», описываемые в терминах субъектов рационального принятия решений. Между тем и эта сторона состоит из людей, которые также способны ошибаться, предоставлять недостоверные сведения, принимать необоснованные решения с не до конца просчитанными последствиями, оказывающими зачастую негативное влияние на развитие общества. Таким образом, получается, что маркетинг обходит вниманием именно человеческую, гуманистическую составляющую.

## *Дегуманизирующее воздействие на различные аспекты жизни человека и общества*

Из этого вытекают те аспекты маркетинговой деятельности, которые в настоящее время рассматриваются рядом ученых как «дегуманизирующие маркетинговые практики» [4]. Эти практики могут быть условно сгруппированы по признаку уровня негативно-го воздействия.

### *1. Воздействие на уровне потребителя*

Закономерно, что наибольшее количество проблем дегуманизирующих практик сосредоточено именно на уровне человека. При том, что традиционный и социально-этический маркетинг постулируют максимальную заинтересованность в исследовании и удовлетворении потребностей клиента, критики традиционного маркетинга выражают озабоченность теми способами, которыми это реализуется. Так, вызывает вопросы этичность процедур сбора и обработки информации, в особенности в связи с теми возможностями, которые дает использование инструментов цифрового маркетинга. С одной стороны, сбор и анализ информации позволяет наиболее полно изучить потребности клиента и подготовить персонализированное предложение, а с другой – потребители в большинстве своем не получают адекватной информации о количестве и характере информации, доступной маркетологам, а также о безопасности процессов сбора, передачи и хранения информации и о потенциальном использовании результатов ее анализа с помощью, например, больших данных (Big Data) и подключенных устройств интернета вещей [5, 6]. Данная ситуация создает явный информационный дисбаланс между потребителем и теми, кто собирает информацию о нем. В настоящее время предпринимаются активные меры по ужесточению регулирования процессов сбора, обработки и хранения информации, однако все они направлены преимущественно на обеспечение безопасности, в то время как чувства человека, о котором где-то собирается и хранится огромное количество разнообразной информации, как обычно, не попадают в фокус интереса.

Другая проблема на уровне потребителя – это использование манипуляций, искажение информации, преувеличение предлагаемой ценности товаров и услуг при том, что некоторые реально значимые для потребителя характеристики, такие как, например, надежность и долговечность, постоянно и целенаправленно ухудшаются. То есть, с одной стороны, маркетинг постоянно работает над увеличением воспринимаемой ценности товарного предложения, а с другой – сокращается планируемый срок эксплуатации изделий, ускоряются процессы физического и морального устарев-

вания (причем далеко не всегда в связи с новыми достижениями НТП), например, новое программное обеспечение выпускается заводом несовместимым с прежними версиями оборудования, или используются более дешевые и недолговечные материалы и т. д.

Более того, все это доносится до потребителя зачастую навязчиво, в виде практически вездесущей рекламы, вызывающей у многих раздражение и отторжение. По сути дела, как указывает Ф. Котлер (Ph. Kotler) с соавторами [7], создается впечатление, что все эти усилия направлены на потребителей не как на людей, а как на пассивные мишени маркетинговых кампаний.

### *2. Воздействие на уровне сообществ*

Негативная реакция людей на навязчивое воздействие явной и скрытой рекламы и снижение восприимчивости к ней парадоксальным образом ведут к превращению рекламы в еще более вездесущее явление, проникающее во все новые сферы жизни. Современные направления интернет-маркетинга, в том числе вирусные кампании, SMM и др., проникают в интернет-сообщества, форумы и группы по интересам, социальные сети. Это воспринимается многими как вторжение в изначально свободное от рекламы пространство, эксплуатация форм общения, принятых в нем. Компании активно собирают в таких сообществах информацию о ценностях, интересах и желаниях людей, подхватывают креативные тренды – и все это для немедленной коммерциализации и более эффективного воздействия на людей с целью, например, увеличения лояльности к бренду.

### *3. Воздействие на уровне общества в целом*

Постоянное создание и поддержание высокого уровня спроса стимулируют развитие уже упоминавшегося общества потребления. Действительно, потребители, привыкшие рассчитывать на немедленное удовлетворение всех своих потребностей, верящие, что рост потребления ведет к возрастанию количества счастья, готовые тратить больше денег, чем было бы разумно, под воздействием манипулятивных слоганов («Ведь вы этого достойны!») и зачастую втягивающиеся в долги, – все это может свидетельствовать о дегуманизации общества. Ряд авторов также говорит о сильнейшем негативном воздействии глобализации, приводящей к унификации вкусов и интересов, лишаящей человеческое общество разнообразия и самобытности. «Расширение глобальных рынков, где основными игроками являются крупные транснациональные компании с высокопроизводительными технологиями и роботами, сопровождается сужением возможностей человека для самореализации и духовного развития» [3].

#### *4. Воздействие на уровне ресурсов*

Наиболее ярко негативное воздействие традиционного маркетингового подхода видно на примере проблемы эксплуатации ресурсов, природных и человеческих. Действительно, многие авторы именно маркетинг винят в том, что чрезмерное потребление ведет к производству все большего количества товаров и истощению природных ресурсов, что стремление к максимизации прибыли заставляет компании искать и находить новые возможности для экономии, например на использовании дешевого труда в развивающихся странах. Новые транспортные и логистические технологии позволяют организовывать экономически эффективное производство сырья, полуфабрикатов и готовой продукции во множестве различных стран, в том числе таких, где до сих пор процветают неэтичные практики в отношении природных ресурсов и, главное, эксплуатация дешевого детского и женского труда. Следует отметить, что довольно значительное количество потребителей, понимая это, начинает «отворачиваться» от товаров таких фирм и делать выбор в пользу производителей, заинтересованных в устойчивом развитии и сохранении ресурсов общества. Ярким примером может служить движение по отказу от продукции компаний *fast fashion* – транснациональных компаний, продающих модную одежду среднего и низкого качества по низким ценам за счет рассредоточения своих производственных подразделений в развивающихся странах и минимизации издержек.

Таким образом, человека начинает серьезно волновать ситуация, при которой производители товаров максимизируют прибыль за счет создания и удовлетворения потребностей покупателей, а обществу при этом достаются отрицательные экстерналии – долгосрочные последствия сверхпотребления в виде истощения природных ресурсов, загрязнения окружающей среды отходами производства и выбросами, связанными с транспортировкой, производством, распределением и потреблением.

#### *Заключение*

По сути дела, можно предположить, что маркетингу не удалось добиться того, чтобы потребности реализовывались исключительно через акты обмена, которые являлись бы не только взаимовыгодными для участвующих сторон, но и хотя бы не убыточными для человеческого общества в целом. Подчеркнем, что речь идет именно о том, что не все акты обмена, инициируемые маркетинговым воздействием, таковы. Несомненно, развитие социально-этического маркетинга, *cause* маркетинга и т. п. самым положитель-

ным образом повлияло на осознание многими компаниями своей новой роли в современном мире. Уже недостаточно просто соблюдать требования законодательства конкретной страны (хотя и это важно) и этично относиться непосредственно к своему потребителю. Потребитель все чаще хочет убедиться в том, что выгода, которую он получит от обмена (приобретения и потребления товара, услуги), не оборачивается убытком для какой-то другой стороны – человеческой природы, социума, будущих поколений, наконец.

Тем не менее было бы наивным полагать, что рынок отрегулирует все сам: как только потребитель задаст высокие моральные стандарты, маркетологи сразу же отреагируют. В конце концов, «спрос рождает предложение». К сожалению, в этом случае ситуация не совсем такова. Потребитель – это человек, который не обладает полной информацией о деятельности компаний, о последствиях тех или иных событий для общества и природы, наконец, он может не обладать достаточными материальными ресурсами, чтобы всегда делать «правильный» выбор и не утешать себя тем, что лично его выбор не окажет никакого существенного негативного влияния. Корпорации же, как правило, обладают определенными преимуществами с точки зрения доступа к информации, соответственно было бы логично, чтобы именно они начали по-новому выстраивать свою деятельность. И в этом смысле уже давно назрела необходимость движения в сторону нового, гуманистического маркетинга, который ответит на указанные выше вызовы. Такие концепции активно обсуждаются уже не первый год. Вспомним определение Ф. Котлера:

Гуманистический маркетинг – это управленческая философия, основной целью которой является получение прибыли за счет увеличения благополучия потребителей в долгосрочной перспективе. Она предполагает, что потребитель активен и умен; стремится к удовлетворению как актуальных потребностей, так и глубоких интересов; она благосклонна к компаниям, которые создают товары, услуги и коммуникации, обогащающие жизнь потребителя новыми возможностями [8].

Т.Н. Парамонова и И.А. Рамазанов предлагают концепцию социально-гуманистического маркетинга:

Концепция социально-гуманистического маркетинга предполагает организацию деятельности, ориентированной не только на удовлетворение потребностей, формирование благосклонного отношения социального окружения и получения прибыли, но и на бескорыстное формирование справедливой социально-экономической, безопасной природной и стабильной политической среды обитания и духовного развития человека на основе гуманистических ценностей [3].



Таким образом, можно с уверенностью сказать, что время гуманитарного маркетинга пришло.

### *Литература*

---

1. *Kadirov D., Varey R.* Wisdom as Excellence in Commitment to the Humanistic Marketing Practice Paradigm // *Humanistic Marketing* / Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 192–203.
2. *Wooliscroft B.* Rehumanizing Marketing (and Consumer Behavior) // *Humanistic Marketing* / Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 53–58.
3. *Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А.* Концепция социально-гуманистического маркетинга как необходимое условие функционирования компаний в эпоху глобальных рынков // *Практический маркетинг*. 2017. № 06. С. 3–10.
4. *Stoeckl V.E., Luedicke M.K.* Where Marketing Causes Trouble // *Humanistic Marketing* / Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 19–28.
5. *Arkhipova N.I., Gurieva M.T.* Internet of Things in Digital Marketing and Data Security Concerns // *Proceedings of the 3rd International Conference on Judicial, Administrative and Humanitarian Problems of State Structures and Economic Subjects (JАНP 2018)*. P. 262–265.
6. *Архипова Н.И., Гуриева М.Т.* Современные тенденции развития цифрового маркетинга // *Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право»*. 2018. № 1 (11). С. 9–21.
7. *Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван И.* Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Пер. с англ. А. Заякина. М.: Эксмо, 2011. 240 с.
8. *Kotler Ph.* Humanistic Marketing: Beyond the Marketing Concept // *Philosophical and Radical Thought in Marketing*. N. Y.: Lexington Books, 1987. P. 269–283.

### *References*

---

1. Kadirov D., Varey R. Wisdom as Excellence in Commitment to the Humanistic Marketing Practice Paradigm. *Humanistic Marketing*. Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 192-203.
2. Wooliscroft B. Rehumanizing Marketing (and Consumer Behavior). *Humanistic Marketing*. Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 53-58.
3. Paramonova TN., Ramazanov IA. The concept of socio-humanistic marketing as a pre-requisite of companies' functioning in the epoch of global markets. *Practical marketing*. 2017;6:3-10. (In Russ.)
4. Stoeckl VE., Luedicke MK. Where Marketing Causes Trouble. *Humanistic Marketing*. Ed. by R. Varey and M. Pirson. Palgrave Macmillan, 2014. P. 19-28.
5. Arkhipova NI., Gurieva MT. Internet of Things in Digital Marketing and Data Security Concerns. *Proceedings of the 3rd International Conference on Judicial, Administrative and Humanitarian Problems of State Structures and Economic Subjects (JАНP 2018)*. P. 262-65.

6. Arkhipova NI., Gurieva MT. Modern trends in the development of digital marketing. *RSUH / RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*. 2018;1(11): 9-21. (In Russ.)
7. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 3.0. From products to consumers and further to the human soul. Transl. from English by I. Zayakin. Moscow: Eksmo Publ.; 2011. 240 p. (In Russ.)
8. Kotler P. Humanistic Marketing: Beyond the Marketing Concept. *Philosophical and Radical Thought in Marketing*. New York: Lexington Books, 1987. P. 269-83.

### *Информация об авторах*

*Надежда И. Архипова*, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; 2506539@mail.ru

*Мадина Т. Гуриева*, кандидат экономических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; gurieva.m@rggu.ru

### *Information about the authors*

*Nadezhda I. Arkhipova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; 2506539@mail.ru

*Madina T. Gurieva*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; gurieva.m@rggu.ru

Исследование  
особенностей должностного лидерства  
в командной работе:  
портрет современного руководителя проекта

Алан Л. Абаев

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, abaeva1@rggu.ru*

Татьяна П. Маслевич

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ, Москва, Россия, maslevich@ranepa.ru*

Наталья Л. Минаева

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ, Москва, Россия, minaeva-nl@ranepa.ru*

*Аннотация.* В статье представлены результаты исследования особенностей должностного лидерства в командной работе. Обоснована роль лидерства в проектной команде, описаны ключевые лидерские черты, представлен инструментарий, позволяющий оценить качества лидера. Выделены стратегии и модели преодолевающего поведения, свойственные руководителям девелоперских проектов, проведена их оценка. Осуществлен анализ результатов самооценки руководителями проектов собственных лидерских черт. Полученные результаты исследования могут быть использованы при формировании учебных групп слушателей, обучающихся по программам повышения квалификации и профессиональной переподготовки, а также при формировании проектных команд в маркетинговой, рекламной деятельности и в различных отраслях народного хозяйства.

*Ключевые слова:* должностное лидерство, лидерские черты, команда проекта, оценка лидерских качеств, эмоциональное лидерство, самооценка руководителя, управленческая деятельность, стратегии и модели преодолевающего поведения

*Для цитирования:* Абаев А.Л., Маслевич Т.П., Минаева Н.Л. Исследование особенностей должностного лидерства в командной работе: портрет современного руководителя проекта. // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 19–30. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-19-30

Studying the features of the leadership  
of an official in the teamwork.  
Portrait of the modern project leader

Alan L. Abaev

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
abaeval@rggu.ru*

Tatiana P. Maslevich

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
Moscow, Russia, maslevich@ranepa.ru*

Natalia L. Minaeva

*Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
Moscow, Russia, minaeva-nl@ranepa.ru*

*Abstract.* The article presents the results of a study of the features of the leadership of an official in the teamwork. The role of leadership in the project team is substantiated, key leadership features are described, tools facilitating an assessment of the qualities of the leader are presented. The strategies and patterns of overcoming behavior characteristic of the managers in development projects are highlighted, their assessment is made. The authors carried out an analysis of the results in self-assessment among project leaders for their own leadership features. The study findings can be used in the formation of educational groups of students studying under advanced training programs and professional retraining, as well as in the formation of project teams in the marketing and advertising as well as in various sectors of the national economy.

*Keywords:* leadership, leadership features, project team, leadership assessment, emotional leadership, manager self-assessment, management activities, strategies and models of overcoming behavior

*For citation:* Abaev AL., Maslevich TP., Minaeva NL. Studying the features of the leadership of an official in the teamwork. Portrait of the modern project leader. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1: 19-30. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-19-30

Интерес к лидерству как социально-психологическому явлению в России растет с каждым годом. В связи с проведением общероссийского конкурса «Лидеры России» особую актуальность приобретает разработка новых методов комплексной оценки лидерских компетенций управленческих кадров, к которым относят: нацеленность на результат, стратегическое мышление, умение работать

в команде, коммуникация и влияние, внедрение изменений, инновационность, социальная ответственность<sup>1</sup>. Лидер играет ключевую роль в формировании управленческой команды, поэтому изучение факторов, влияющих на эффективность взаимодействия лидера и членов команды, является одним из приоритетных направлений современного проектного менеджмента [1].

Несмотря на возросший в последние годы интерес общества к лидерству, единая концепция данного явления в российской и западной науке до сих пор не выработана. Одним из наиболее динамично развивающихся вопросов современной психологии лидерства является формирование и развитие лидерских качеств или лидерства в группе. Данная проблематика успешно исследуется А.С. Чернышевым [2, 3] и его учениками С.В. Сарычевым, С.Г. Елизаровым, Ю.Л. Лобковым и другими [4–7].

Вместе с тем в социальных науках появляются новые подходы к толкованию феномена лидерства, которое приобретает все новые формы. В связи с развитием в России методов проектного менеджмента появился термин «должностное лидерство».

Должностное лидерство является, на наш взгляд, интегративным понятием, в котором выражается взаимосвязь личностных характеристик руководителей и их управленческих компетенций, позволяющих более полно реализовывать лидерский потенциал в профессиональной деятельности. Мы рассматриваем данное понятие как совокупность формального и неформального лидерства: формальное лидерство, или руководство, регламентировано внутренними нормативными актами и документами (должностными инструкциями, положениями и другими документами); неформальное же

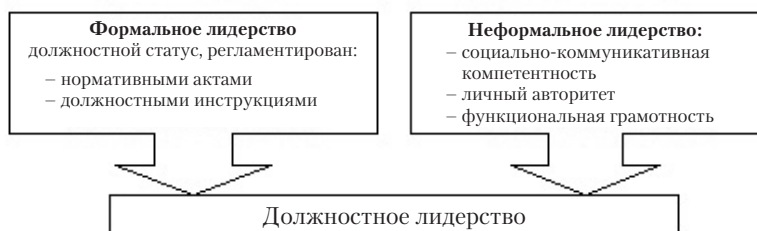


Рис. 1. Схематичное представление двойственности социально-психологических компонентов должностного лидерства (составлено авторами)

<sup>1</sup> [Электронный ресурс] URL: <https://лидерыроссии.рф/#project> (дата обращения 25 нояб. 2018).

лидерство формируется под влиянием личностных особенностей человека и зависит от его социально-коммуникативной компетентности, групповой поддержки и личностного авторитета [8].

Иными словами, должностное лидерство – это неформальное влияние лица, наделенного должностными полномочиями, на членов команды, с целью управления и координации их действий для наиболее эффективного достижения целей. Должностное лидерство – компонент эффективного руководства. Оно не существует вне управления, не заменяет администрирование, а дополняет его.

Существенное влияние на формирование должностного лидерства оказывает высокий уровень эмоционального интеллекта руководителя. Концепция эмоционального лидерства, основанного на эмоциональном интеллекте, широко освещена в трудах Д. Гоулмана [9].

Гоулман выделяет четыре составляющие эмоционального интеллекта:

- 1) самовосприятие (способность прислушиваться к своим внутренним чувствам, осознавать свои сильные и слабые стороны, пределы своих возможностей);
- 2) управление собой (способность контролировать свои негативные эмоции, сохранять спокойствие и рассудительность даже во время кризисов и сильных стрессов);
- 3) социальная восприимчивость (понимание невысказанных чувств других людей, своего рода эмпатия);
- 4) управление отношениями (способность оказывать влияние на людей: от умения выбрать верный тон при обращении к конкретному слушателю до способности привлечь на свою сторону заинтересованных лиц и добиться массовой поддержки своей инициативы) [9].

По мнению автора, высокие результаты в этих категориях гарантируют лидерам достижение максимально комфортных и гармоничных отношений с окружающими, уважение и доверие со стороны подчиненных, что ведет к неизменному успеху в управлении и руководстве.

Концепцию эмоционального лидерства Д. Гоулмана дополняет Е.Г. Молл [10], которая считает, что для формирования лидерского поведения руководителю необходимо наличие таких личностных качеств, как:

– *предвидение, проницательность*. Следует отметить, что это не просто предвидение, а «предвидение славы», т. е. лидер должен знать место организации в будущем. Но и этого недостаточно, такое видение должна разделять вся организация;

– *целостность, последовательность*. Будучи непоследовательным, лидер не может ожидать, что люди пойдут за ним. У лидера

должны быть ценности, и он должен последовательно делать то, что считает правильным;

– *доверие*. Существенны две стороны этой характеристики. Лидер, с одной стороны, – человек, заслуживающий доверия, с другой – он доверяет людям, с которыми работает;

– *творческие способности*. Лидер должен видеть мир состоящим из огромного количества благоприятных возможностей. Он открыт для познания различных путей достижения целей;

– *твердость*. Он должен уметь пойти на непопулярные, но необходимые решения. Эксперты утверждают, что лидер должен ясно осознавать, чего он хочет. У него должны быть высокие стандарты, и он не должен изменять своим принципам;

– *коммуникативность*. Хороший лидер постоянно и эффективно общается с людьми. По мнению одного из экспертов, иногда лидер вынужден сообщать своим людям все, что знает, и то, чего он не знает;

– *склонность к риску*. Лидер должен подталкивать людей ко все новым и новым задачам, поощрять стремление к инновациям. Организация прекращает продвижение к процветанию, как только в ней перестают осуществляться изменения.

На основании вышеизложенного в 2018 г. в Институте отраслевого менеджмента Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ было проведено исследование среди слушателей программ MBA «Управление недвижимостью» и SMM «Управление девелоперским проектом», являющихся руководителями проектных групп (команд) в сфере недвижимости. Целью исследования стало выявление степени выраженности у руководителей проектных команд лидерских черт, способствующих формированию у них должностного лидерства.

Выборку исследования составили руководители проектов, реализуемых в сфере недвижимости, проходящие обучение по программам повышения квалификации и профессиональной переподготовки в РАНХиГС – всего 96 человек: 84 (87,5%) мужчины и 12 (12,5%) женщины. Преобладание в выборке мужчин обусловлено спецификой профессиональной деятельности респондентов, связанной с девелопментом и недвижимостью, где преимущественно работают мужчины.

Для проведения исследования был составлен диагностический комплекс, который позволил адекватно исследовать выделенные компоненты должностного лидерства. В данный комплекс вошли классические диагностические методики, выбор которых был обусловлен особенностями предмета исследования и определялся следующими критериями:

- 1) включением в исследование параметров, отражающих степень выраженности базовых составляющих лидерского поведения;
- 2) известностью и поэтому высокой степенью разработанности методик – тест Р. Кетелла (16PF), методика «Стратегии и модели преодолевающего поведения», методика «Экспертная оценка психологических характеристик личности руководителя по Ю.Л. Платонову»;
- 3) возможностью выявления личностных характеристик руководителя, влияющих на проявление должностного лидерства в командной работе. Результаты исследования показали, что отличительной чертой современных управленцев, руководящих девелоперскими проектами и возглавляющих команды специалистов, является выраженность таких личностных качеств, как сила сверх-Я, высокий уровень интеллекта и самооценки, эмоциональная зрелость (см. рис. 2).

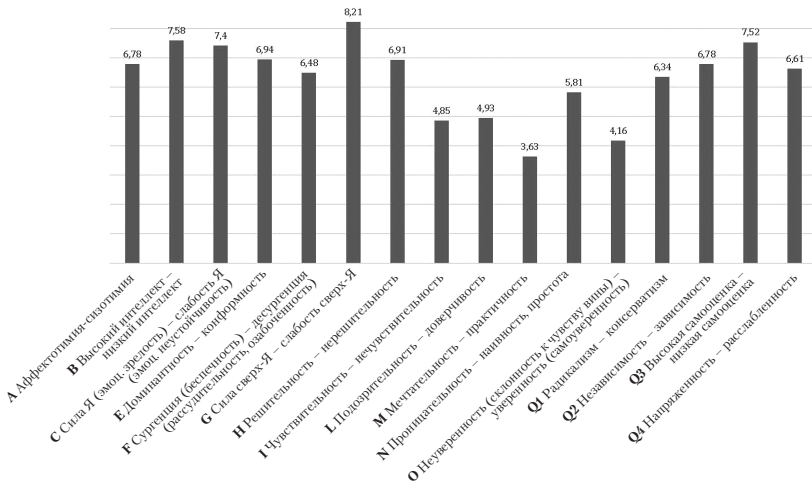


Рис. 2. Выраженность личностных особенностей руководителей (составлено авторами)

Высокий уровень выраженности такого показателя, как «Сила сверх-Я» (8,21), говорит о высоком уровне самоконтроля руководителя и является одним из ключевых факторов, обеспечивающих эффективность управленческой деятельности.

Ярко выраженными показателями в усредненном профиле руководителя проекта являются также такие факторы, как решительность и независимость от группы. На наш взгляд, выражен-



ность этих качеств способствует высокой эффективности управленческой деятельности, а также формирует лидерское поведение руководителей.

Лидерский потенциал исследуемых руководителей оказался статистически значимо связан с силой Я ( $r=0,448$  при  $p \leq 0,01$ ), доминантностью ( $r=0,788$  при  $p \leq 0,01$ ), решительностью ( $r=0,843$  при  $p \leq 0,01$ ), радикализмом ( $r=0,802$  при  $p \leq 0,01$ ), независимостью ( $r=0,794$  при  $p \leq 0,01$ ), самооценкой ( $r=0,723$  при  $p \leq 0,01$ ).

Деятельность руководителя проекта связана с высоким уровнем психоэмоционального напряжения, вызванного ежедневными стрессами. Для большинства руководителей проектов преодолевающее поведение является основным видом поведения на работе – ведь им приходится не только решать задачи, стоящие перед командой проекта, но и взаимодействовать с вышестоящим руководством, а также заказчиками, причем чаще всего это происходит в ситуации «цейтнота» – острой нехватки времени. К типам преодолевающего поведения относят: поведение, направленное на разрешение проблемы и являющееся основой зрелого адаптивного поведения; регрессию; отрицание; разного рода аффективные реакции и т. п.

По видам преодолевающего поведения руководителей проектных команд в нашем исследовании получены следующие результаты (см. рис. 3).

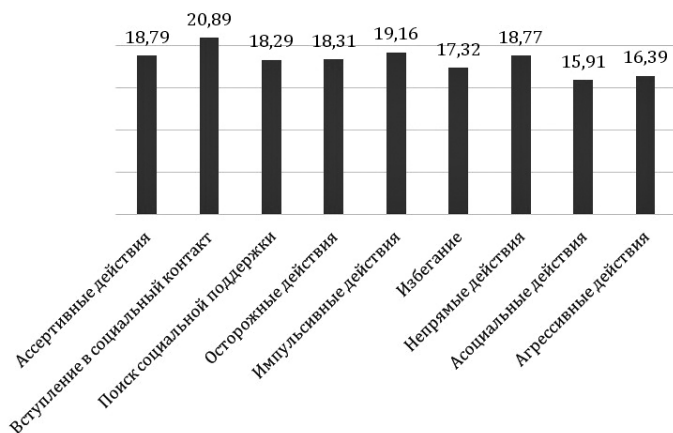


Рис. 3. Стратегии и модели преодолевающего поведения  
(составлено авторами)

Как видно из представленной выше таблицы, в стрессовой ситуации у руководителей наиболее выражена стратегия вступления в социальный контакт. Как правило, такая модель поведения является конструктивной, так как управленец не замыкается на себе

и не пытается решить проблему в одиночку, а действует сообща со своими коллегами или вышестоящим руководством.

В качестве модели преодолевающего поведения руководители проектов, принявшие участие в данном исследовании, демонстрируют также импульсивные действия, что может негативно повлиять на результаты работы команды. Это может быть связано с высокой напряженностью управленческой деятельности, психоэмоциональным напряжением, о чем уже говорилось выше.

В результате проведения самооценки психологических характеристик личности руководителя по пятибалльной шкале (5-макс, 1-мин) были получены следующие средние данные (см. рис. 4).

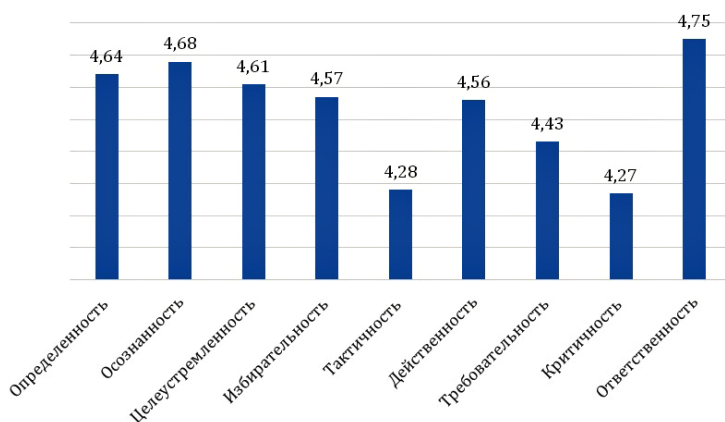


Рис. 4. Самооценка психологических характеристик личности руководителя (составлено авторами)

Выше всего руководители оценили наличие у себя такого качества, как ответственность, а лидерский потенциал руководителей оказался статистически значимо связан с ответственностью ( $r=0,479$  при  $p \leq 0,01$ ).

Далее по убывающей оценены такие качества, как осознанность, определенность, целеустремленность, избирательность, действенность, требовательность, тактичность.

Ниже всего руководителями оценена критичность, что говорит о вероятном наличии у руководителей проектных команд определенных трудностей в объективной оценке результатов деятельности их подчиненных и необходимости регламентации процедуры оценки персонала.

Также невысоко оценена тактичность, что, вероятно, затрудняет формирование у руководителей эффективного лидерского пове-

дения: ведь умение найти общий язык с подчиненными, в корректной форме объяснить все ошибки и недочеты в работе является одной из ключевых компетенций должностного лидера.

Таким образом, интерпретируя полученные результаты, можно сделать вывод о том, что главной отличительной чертой современных руководителей проектов, работающих в сфере девелопмента, является выраженность таких лидерских качеств, как высокий уровень ответственности, осознанности, целеустремленности, действительности. Следует отметить, что такие качества, как общительность, доброжелательность, тактичность, положительно влияющие на формирование должностного лидерства, современные руководители проектов явно недооценивают. Возможно, поэтому среди них так редко встречаются настоящие лидеры.

Анализ полученных в ходе исследования данных позволяет сделать следующие основные выводы:

1) при формировании проектных команд, а также при назначении руководителя проекта не учитываются психологические особенности претендентов – команды формируются в основном на основании наличия у претендентов опыта работы в данной сфере;

2) руководитель проекта не всегда обладает лидерскими чертами и является должностным лидером. Происходит это по причине формального назначения руководителя проекта, на основании приказа или иных распорядительных документов, без учета его психологических особенностей и потенциала к выполнению функций лидера команды (проекта);

3) следствием перечисленных подходов к формированию команд проектов и назначения руководителем проекта лица, не обладающего необходимым лидерским потенциалом, является невысокая эффективность проектных команд, текучесть персонала, срыв сроков реализации проекта и пр.

Мы считаем, что работа по формированию проектных команд должна вестись как минимум по двум направлениям.

Во-первых, при подборе кандидатов в команду проекта необходимо использовать современный обширный психодиагностический инструментарий, позволяющий адекватно исследовать не только компоненты должностного лидерства руководителя проекта, но и командные роли будущих членов команды. Примером такого инструментария служит тест Р.М. Белбина «Командные роли» [11], позволяющий, как это показано в работе А.Р. Урубкова, Н.Б. Сафронова, О.В. Папельнюк [12], оценить предполагаемые командные роли претендентов на включение в команду и на основании этого сформировать сбалансированную команду, эффективность которой будет выше команды, сформированной без учета командных ролей.

Во-вторых, при отборе претендентов на вакансию «руководитель проекта» необходимо применение таких современных методов оценки, как ассесмент-центр, что позволит оценить не только (и не столько) профессиональный опыт соискателя, но и умение работать в команде, ставить задачи перед подчиненными, решать конфликтные ситуации и т. п. Мы считаем, что на должность «руководитель проекта» должны претендовать соискатели, имеющие высокий уровень лидерского потенциала, т. е. являющиеся по сути должностными лидерами.

Перечисленные меры позволят сформировать максимально эффективные проектные команды, решающие любые задачи не только в сфере девелопмента и недвижимости, но и в других отраслях народного хозяйства.

### *Литература*

---

1. *Kosareva E., Safronova N.* Continuing Education for Managers as the Basis of Innovation Economy (Experience of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration) // Serbian Journal of Management. 2016. Vol. 11. №1. P. 65–72.
2. *Чернышев А.С., Беспалов Д.В., Аль-Гаффи С.* Роль лидерства в функционировании группы как субъекта совместной деятельности / Под общ. ред. А.С. Чернышева. Курск, 2012. 201 с.
3. *Чернышев А.С., Сарычев С.В.* Социально-психологическая модель учебной группы как субъекта жизнедеятельности [Электронный ресурс] / А.С. Чернышев, С.В. Сарычев // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2015. № 2 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskaya-model-uchebnoy-gruppy-kak-subekta-zhiznedeyatelnosti> (дата обращения 15 мая 2018).
4. *Сарычев С.В., Мирошниченко С.В.* Исследование феномена актуализации многоуровневого группового субъекта в различных социальных условиях // Актуальные проблемы исследования массового сознания: Материалы 2-й Международ. научно-практич. конф. Пенза, 16 апреля 2015 г. / Отв. ред. В.В. Константинов. Пенза: ПГУ, 2015. С. 615–632.
5. *Сарычев С.В., Чернышев А.С., Елизаров С.Г., Лобков Ю.Л., Беспалов Д.В., Матвеева А.В.* Социально-психологические условия становления успешных лидеров-организаторов / Под общ. ред. А.С. Чернышева. Курск: КГУ, 2016. 216 с.
6. *Сарычев С.В., Чернышев А.С.* Социально-психологические факторы устойчивости группового субъекта в экстремальных условиях // Выгорание и профессионализация: Сб. науч. тр. / Под ред. В.В. Лукьянова, А.Б. Леоновой, А.А. Обознова, А.С. Чернышева, Н.Е. Водопьяновой. Курск: КГУ, 2013. С. 350–366.
7. *Сарычев С.В., Маслова С.Г.* Социально-психологическое исследование групповой подготовленности как детерминанты результативности совместной деятельности студенческих групп [Электронный ресурс] // Социально-психо-

- логическая адаптация мигрантов в современном мире: Материалы III Международ. науч.-практ. конф. / Отв. ред. В.В. Константинов. Пенза: ПГУ, 2016. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26117214> (дата обращения 15 мая 2018).
8. Минаева Н.Л. Социально-психологические особенности должностного лидерства в коммерческих организациях: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Курск, 2008.
  9. Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство. М.: Альпина паблишер, 2018.
  10. Молл Е.Г. Управление карьерой менеджера. СПб.: Питер, 2012.
  11. Белбин Р.М. Команды менеджеров. М.: ГИППО, 2003.
  12. Урубков А.Р., Сафронова Н.Б., Пательнюк О.В. Методика формирования команд при внедрении проектного управления на предприятиях текстильной промышленности // Технология текстильной промышленности. Известия высших учебных заведений. 2018. № 2 (374). С. 40–44.

## References

---

1. Kosareva E., Safronova N. Continuing Education for Managers as the Basis of Innovation Economy (Experience of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration). *Serbian Journal of Management*. 2016;11(1):65-72.
2. Chernyshev AS., Bepalov DV., Al'-Gafri S. The role of leadership in the functioning of the group as a subject of life activity. Ed. by AS. Chernyshev. Kursk, 2012. 201 p. (In Russ.)
3. Chernyshev AS., Sarychev SV. Socio-psychological model of educational group as a subject of life activity [Internet]. *Uchenye zapiski*. Electronic scientific journal of Kursk State University. 2015;2(34). URL: [cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskaya-model-uchebnoy-gruppy-kak-subekta-zhiznedeyatelnosti](http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskaya-model-uchebnoy-gruppy-kak-subekta-zhiznedeyatelnosti) (data obrashcheniya 15 May 2018). (In Russ.)
4. Sarychev S.V., Miroshnichenko S.V. Research of the phenomenon of actualization of the multilevel group subject in various social conditions. *Current issues of mass consciousness research*. Proceedings of the 2nd International scientific-practical conf. Penza, April 16, 2015). Ed. by VV. Konstantinov. Penza: Penzenskii gosudarstvennyi universitet Publ.; 2015. P. 615-32. (In Russ.)
5. Sarychev SV., Chernyshev AS., Elizarov SG., Lobkov YuL., Bepalov DV., Matveeva AV. Socio-psychological conditions for the formation of successful leaders-organizers. Ed. by AS. Chernyshev. Kursk: KGU Publ.; 2016. 216. (In Russ.)
6. Sarychev SV., Chernyshev AS. Social and psychological factors of stability of the group subject in extreme conditions. *Vygoraniye i professionalizatsiya*. Sbornik nauchnykh trudov. Ed. by VV. Luk'yanova, AB. Leonova, AA. Oboznov, AS. Chernyshev, NYe. Vodop'yanova. Kursk: KGU Publ.; 2013. P. 350-66. (In Russ.)

7. Sarychev SV., Maslova SG. Socio-psychological study of the group preparedness as a determinant of the joint activities effectiveness for student groups [Internet]. *Socio-psychological adaptation of migrants in the modern world*. Proceedings of the 3d International Scientific-practical Conference. Ed. by VV. Konstantinov. Penza: PGU Publ.; 2016. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26117214> (data obrashcheniya 15 May 2018). (In Russ.)
8. Minayeva NL. Socio-psychological features of the leadership of an official in commercial organizations. Avtoreferat dis. ... kand. psikhol. nauk. Kursk: KGU Publ.; 2008. (In Russ.)
9. Golman D., Wojacis R., Macci A. Emotional leadership. Moscow: Alpina Publ.; 2018. (In Russ.)
10. Moll EG. Directing the career of a manager. Saint Petersburg: Piter Publ.; 2012. (In Russ.)
11. Belbin RM. Teams of managers. Moscow: HIPPO Publ.; 2003. (In Russ.)
12. Urubkov AR., Safronova NB., Papel'nyuk OV. Methods of team building in the implementation of project management in the textile industry. *Tekhnologiya tekstil'noi promyshlennosti. Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii*. 2018;2(374): 40-44. (In Russ.)

### *Информация об авторах*

*Алан Л. Абаев*, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; [abaeval@rggu.ru](mailto:abaeval@rggu.ru)

*Татьяна П. Маслевич*, кандидат экономических наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; 119571, Москва, проспект Вернадского, 82, стр. 1; [maslevich@ranepa.ru](mailto:maslevich@ranepa.ru)

*Наталия Л. Минаева*, кандидат психологических наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Россия; 119571, Москва, проспект Вернадского, 82, стр. 1; [minaeva-nl@ranepa.ru](mailto:minaeva-nl@ranepa.ru)

### *Information about the authors*

*Alan L. Abaev*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; [abaeval@rggu.ru](mailto:abaeval@rggu.ru)

*Tatiana P. Maslevich*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 82, Vernadskii Av., Moscow, Russia, 119571; [maslevich@ranepa.ru](mailto:maslevich@ranepa.ru)

*Natalia L. Minaeva*, Cand. of Sci. (Psychology), associate professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 82, Vernadskii Av., Moscow, Russia, 119571; [minaeva-nl@ranepa.ru](mailto:minaeva-nl@ranepa.ru)

УДК 378:004.7

DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-31-43

## Анализ продвижения вузов в социальных сетях

Лариса А. Корчагова

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, lakor@rggu.ru*

*Аннотация.* В настоящее время все большую популярность и значение приобретает продвижение вузов и предоставляемых ими услуг через социальные сети. В данной статье рассматривается, как продвигают себя в социальных сетях отечественные и зарубежные вузы, на примере Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) и Йельского университета США. Проведенный анализ показал, что современным вузам необходимо активнее взаимодействовать с аудиторией в социальных сетях, изучая ее вкусы и предпочтения, определяя наиболее действенные подходы к построению коммуникационной политики вуза.

*Ключевые слова:* социальные медиа, социальные сети, продвижение вуза, образовательные услуги, целевая аудитория

*Для цитирования:* Корчагова Л.А. Анализ продвижения вузов в социальных сетях // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 31–43. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-31-43

## Promotion analysis of the universities on social networks

Larisa A. Korchagova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, lakor@rggu.ru*

*Abstract.* Currently, the promotion of universities and their services through social networks is becoming increasingly popular and significant. The article discusses how Russian and foreign universities promote themselves on social networks, using the examples of the Russian State University for the Humanities (RSUH) and Yale University in the USA. The analysis showed that modern universities need to more actively interact with the audience on social networks, studying its tastes and preferences, determining the most effective approaches to building a communication policy of the university.

*Keywords:* social media, social networks, university promotion, educational services, target audience

*For citation:* Korchagova LA. Promotion analysis of the universities on social networks. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:31-43. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-31-43

### *Введение*

Современный рынок образовательных услуг стал крайне широк и разнообразен, поэтому современным вузам требуется не только создать конкурентоспособные образовательные услуги, определить подходящую им цену и сделать их привлекательными для целевых клиентов, но и задуматься о совершенствовании своих маркетинговых коммуникаций с целью привлечения аудитории, быть компетентными в той коммуникационной среде, в которой функционирует их учебное заведение, с целью продвижения своих предложений.

Продвижение как процесс является неотъемлемой частью деятельности современных вузов. На рынке образовательных услуг наблюдается стремительный рост, и в связи с этим, каждому вузу необходимо уделять большое внимание созданию позитивного общественного мнения как в данный момент, так и на длительную перспективу. В настоящее время неотъемлемой частью деятельности современных высших образовательных учреждений является разработка собственных программ продвижения с использованием разнообразных средств маркетинговых коммуникаций. Грамотно используя коммуникационные инструменты с применением современных технологий, учебное заведение может добиться не только



привлечения к себе большего количества потенциальных абитуриентов, но и расширить границы своей деятельности, что позволит ему выгодно отличаться от своих конкурентов.

В настоящее время современными зарубежными и отечественными вузами для продвижения своих образовательных услуг и самого учебного заведения используются традиционные средства маркетинговых коммуникаций, такие как реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, директ-мейл, участие в выставках, проведение Дней открытых дверей и др. Однако сегодня продвижение образовательных услуг через интернет-каналы становится одним из приоритетных направлений работы маркетинговой деятельности в вузе. И среди уже существующего разнообразия средств и методов продвижения в Интернете все большую популярность приобретает продвижение через социальные медиа (SMM). SMM (англ. Social Media Marketing) в дословном переводе означает «Маркетинг в социальных медиа». В общем контексте SMM представляет собой процесс привлечения внимания через социальные платформы.

### *Понятие и основные характеристики социальных медиа*

В настоящее время нет точного определения понятия социальных медиа. Разные исследователи и практики SMM и даже разные компании, представляющие услуги SMM, по-разному определяют это понятие. «Социальные медиа – это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой» [1 с. 56], – пишет А. Горшков. Л. Вебер утверждает, что под социальными медиа стоит понимать онлайн-среду, объединяющую людей по интересам [2 с. 14]. Понятие социальных медиа выводят в своих публикациях немецкие исследователи А. Каплани и М. Ханлейн. Согласно их характеристикам, социальные медиа – это группа интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе Web2.0, которые позволяют участникам социальных сетей создавать содержание (контент) и обмениваться им (User-generated content) [3 с. 61]. Социальные медиа – это интернет-площадки, где тем или иным образом общаются люди. Это и социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники), и микроблоги (Twitter), и видео/фото хостинги (YouTube, Яндекс.Фотки).

Анализируя данные определения, можно отметить, что характерной отличительной чертой социальных медиа является то, что в создании контента принимают участие сами пользователи. Они

общаются друг с другом, высказывают свое мнение, делятся опытом, размещают разнообразную информацию (текстовую, фото, видео), поддерживают коммуникацию.

Проведенный анализ позволяет выделить ключевые признаки социальных медиа:

- интернет-площадка, основанная на базе Web2.0;
- большое количество пользователей, которые взаимодействуют друг с другом;
- контент создается, изменяется и передается всеми пользователями;
- контент общедоступен, содержит долю творческого труда и создан не с коммерческой целью.

На основе выделенных признаков можно предложить следующее определение: социальные медиа – это интернет-площадки, созданные на базе Web2.0, контент которых общедоступен, создается и передается самими пользователями в процессе их общения и взаимодействия.

В любом типе социального взаимодействия у людей возникает желание контролировать впечатления других людей от них. Люди создают себе определенный имидж, пытаются представить себя определенным образом, в том числе и в социальных медиа. Как правило, такое представление делается через самораскрытие, т. е., сознательное или бессознательное открытие личной информации.

Социальные медиа разнообразны и многочисленны, но для российской действительности можно выделить следующие типы социальных медиа: социальные сети, блоги и микроблоги, фото- и видеохостинги, тематические площадки, wiki-платформы, форумы и мобильные приложения. Чтобы выбрать площадки для рекламной кампании необходимо проанализировать целевую аудиторию бренда и площадки, статистику трафика на сайт, деятельность конкурентов, соответствие специфики площадки цели.

В настоящее время социальные сети в среде потенциальных и существующих потребителей образовательных услуг становятся одним из самых популярных средств коммуникаций. Социальные сети – это площадки для предельно различного общения. В отличие от блогов социальная сеть построена на более простых формах коммуникаций через личную переписку, фото, аудио, видео, для блогов же характерны в большей степени групповые возможности, которые имеют определенное сходство с социальными сетями. Для социальных сетей свойственно применение возрастных, географических, социальных признаков, а также градация по интересам и другим признакам.

### *Социальные сети как канал продвижения высших учебных заведений*

Социальные сети – наиболее распространенный вид социальных медиа и наиболее растущий канал на рынке образовательных услуг. Самая популярная социальная сеть, по данным SimilarWeb по российским пользователям, – Yandex, ее посещают 2 633 млрд пользователей в месяц. На втором месте VK – 1 655 млрд ежемесячных посетителей. Далее идут YouTube (1 466 млрд) и Mail.ru (1 309 млрд)<sup>1</sup>. И гораздо меньшее количество у «Одноклассников», «Мой мир» и Facebook.

Высшим учебным заведениям представляется целесообразным для своего продвижения выбирать, особенно на региональном рынке, наиболее популярные социальные сети в соответствии с целевой аудиторией, на которую вузы направляют свое воздействие.

М. Губайдулина предлагает следующий алгоритм отбора площадок<sup>2</sup>:

1) необходимо проанализировать свою целевую аудиторию, ее основные характерные черты, интересы, особенности и другие косвенные признаки, по которым ее возможно отыскать;

2) необходимо сравнить эти характеристики с общими данными, которые известны о социальных медиа. Например, ВКонтакте имеется собственная страница, где публикуется статистика аудитории. Аналогичные данные можно также найти и по другим социальным сетям;

3) необходимо определить свою цель. Исходя из цели, выбираем первичный пул площадок. Цель, например, может быть направлена на налаживание обратной связи со своей аудиторией, тогда следует выбирать тематические порталы и группы;

4) проверка по статистике. Предлагается выяснить, откуда естественным путем заходят на сайт, следует проанализировать качество трафика. Если предпочтение отдается двум сетям и из одной на сайт уже поступают люди, следует выбирать ее, так как там уже знают о вас и интересуются вами;

5) анализ конкурентов. Необходимо выяснить, в каких сетях наиболее активны ваши конкуренты. Имеются ли у них в наличии активные группы, каково число их участников, что они пишут?

---

<sup>1</sup> [Электронный ресурс] URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения 27 фев. 2019).

<sup>2</sup> Губайдулина М. 5 шагов к выгодному SMM [Электронный ресурс]. URL: <https://www.likeni.ru/cases/5-shagov-k-vygodnomu-smm/> (дата обращения 27 фев. 2019).

Если в определенной социальной сети наблюдается наибольшая активность, то и вы должны направить свои усилия в данную социальную сеть.

Рассмотрим, как продвигают себя в социальных сетях отечественные и зарубежные вузы на примере ведущего гуманитарного вуза России – Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) и частного исследовательского университета США – Йельский университет (Yale University).

Российский государственный гуманитарный университет в настоящее время активно использует имеющееся разнообразие средств и каналов продвижения. РГГУ традиционно представляет себя на таких выставках, как «Образование и карьера», «Навигатор поступления», «Магистратура и дополнительное образование», «Навигатор карьеры», на форуме «Московский международный салон образования».

Регулярно проводятся Дни открытых дверей, традиционно считающиеся в РГГУ одним из важнейших средств продвижения вуза и его образовательных программ. Университетом также издаются разнообразные рекламно-информационные издания, в том числе информационные буклеты по различным направлениям подготовки, которые позволяют абитуриентам получить информацию об интересующих их профилях обучения. Также используется распространение сувенирной продукции, к примеру блокнотов и ручек, которые получают посетители Дней открытых дверей, а также участники конференций, проводимых различными кафедрами университета.

РГГУ также активно применяет продвижение своих образовательных услуг через интернет-каналы.

Официальный сайт РГГУ обладает удобным и ярким интерфейсом, на нем постоянно обновляются новости, а также размещена легкодоступная информация об образовательных программах, порядке поступления, проводимых мероприятиях. Функциональность сайта очень важна на сегодняшний день, так как для многих абитуриентов он может сыграть ключевую роль в выборе вуза [4 с. 88].

Также РГГУ активно использует социальные сети для налаживания связи с аудиторией. У него имеются страницы в таких социальных сетях, как Facebook, ВКонтакте, Instagram.

Во всех социальных сетях публикуется примерно одинаковый контент, но подходы к продвижению бренда университета и его образовательных услуг являются разными, поэтому эффективность коммуникационных действий оказывается абсолютно не схожей даже для одного объекта рекламирования. Это связано

с тем, что контингент, функции и возможности социальных сетей отличаются друг от друга. В связи с этим рассмотрим каждую сеть в отдельности, попытаемся определить характерные особенности и выявить, какие социальные сети являются наиболее эффективными площадками в коммуникационной деятельности вуза.

Приводимые данные представлены по состоянию на февраль 2019 г.

*Facebook.* Страница ведется достаточно активно – контент обновляется в среднем два раза в неделю, но не всегда регулярно. На странице публикуются анонсы всевозможных мероприятий (семинаров, конференций, выставок), а также важные объявления для студентов (например, о выдаче стипендиальных карт). Число подписчиков составляет около 820 человек, совсем мало для такого крупного вуза, и их активность оставляет желать лучшего – люди редко оставляют комментарии и отметки «нравится». Это связано с особенностями использования данной социальной сети российскими студентами. Большую часть времени данная аудитория проводит в ВКонтakte и Instagram, Facebook в России ориентирован на более старшую аудиторию и в большей степени привлекает иностранных пользователей. Статистика по данной социальной сети представлена на рис.1.



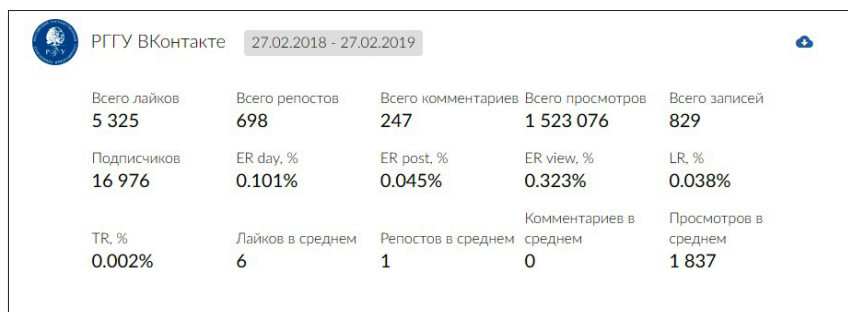
*Рис. 1.* Статистика контента по странице РГГУ в социальной сети Facebook  
(составлена при помощи программы: <https://popsters.ru/>)

По представленным данным видно, что коэффициент вовлеченности составляет 0,478% (норма 3–5%), но может снизиться при росте подписчиков.

*ВКонтakte.* Число подписчиков на странице РГГУ в данной социальной сети составляет 16 976 человек. При том, что большая часть контента, опубликованного на страницах университета

в Facebook и ВКонтакте, совпадает. Однако вторая социальная сеть является гораздо более популярной у пользователей. Сообщество обновляется чаще, практически каждый день. Так же, как и в Facebook, на странице РГГУ ВКонтакте публикуется информация о мероприятиях, курсах и тренингах, важные новости. Но при этом осуществляется много репостов из других сообществ, связанных с РГГУ напрямую (Волонтерский клуб, Издательский центр, Центр иностранных языков РГГУ и др.) или же косвенно (например, Музей современной истории России).

Несмотря на безусловно лучшие показатели по данной социальной сети по сравнению с ситуацией в Facebook, к сожалению, не все так хорошо, как могло бы быть: посты группы имеют низкое количество просмотров (более 1 тыс.) и малое количество «лайков», репостов и комментариев. По сравнению с просмотрами активность недостаточна. Статистика по данной социальной сети представлена на рис. 2.



РГГУ ВКонтакте		27.02.2018 - 27.02.2019		
Всего лайков	Всего репостов	Всего комментариев	Всего просмотров	Всего записей
5 325	698	247	1 523 076	829
Подписчиков	ER day, %	ER post, %	ER view, %	LR, %
16 976	0.101%	0.045%	0.323%	0.038%
TR, %	Лайков в среднем	Репостов в среднем	Комментариев в среднем	Просмотров в среднем
0.002%	6	1	0	1 837

Рис. 2. Статистика контента по странице РГГУ в социальной сети ВКонтакте  
(составлена при помощи программы: <https://popsters.ru/>)

Из представленных данных видно, что коэффициент вовлеченности составляет 0,101%, что считается неблагоприятным результатом (норма 3–5%).

*Instagram.* Несмотря на не очень большое количество подписчиков (3 042), Instagram является перспективным направлением для университета. Здесь публикуется визуально привлекательный контент, представляющий собой всевозможные фотографии вуза и его окрестностей, студентов и преподавательского состава, проводимых мероприятий. Статистика по данной социальной сети представлена на рис. 3.

РГУ ВКонтакте		27.02.2018 - 27.02.2019		
Всего лайков	Всего репостов	Всего комментариев	Всего просмотров	Всего записей
5 325	698	247	1 523 076	829
Подписчиков	ER day, %	ER post, %	ER view, %	LR, %
16 976	0.101%	0.045%	0.323%	0.038%
TR, %	Лайков в среднем	Репостов в среднем	Комментариев в среднем	Просмотров в среднем
0.002%	6	1	0	1 837

Рис. 3. Статистика контента по странице РГУ в социальной сети Instagram  
(составлена при помощи программы: <https://popsters.ru/>)

В Instagram коэффициент вовлеченности составляет 6,92% (норма для Instagram 5–10%), что является хорошим показателем. Поэтому для общения со студентами стоит положиться на данную социальную сеть и проявлять в ней наибольшую активность.

Положительным и перспективным направлением в продвижении РГУ и его образовательных услуг является то, что в настоящее время отдельные структурные подразделения вуза также организуют свои группы в социальных сетях и напрямую ведут свою коммуникационную деятельность со своей целевой аудиторией. Так, например, кафедрой маркетинга и рекламы РГУ создана своя группа в социальной сети ВКонтакте.

По состоянию на февраль 2019 г. число подписчиков данной группы составляет 743 человека, что для одной кафедры является неплохим показателем. Подписчиками данной группы становятся не только абитуриенты, но и преподаватели кафедры, студенты, обучающиеся по направлениям подготовки данной кафедры, ее выпускники, работодатели. Таким образом, имеется возможность не просто размещать информацию о предоставляемых образовательных услугах, о событиях, проводимых кафедрой, но и напрямую вести диалог с заинтересованными лицами. Такой опыт является весьма интересным и должен повысить интерес как к самой кафедре и предлагаемым ею образовательным программам, так и в целом к РГУ, структурным подразделением которого является кафедра маркетинга и рекламы.

Теперь рассмотрим деятельность Йельского университета в США по продвижению бренда вуза и его образовательных услуг в социальных сетях.



Йельский университет (Yale University) – один из известных частных исследовательских университетов США. Учебное заведение было основано в октябре 1701 г., именно тогда в Нью-Хейвене была создана коллегияльная школа, позже ставшая одним из самых престижных университетов мира. 9 октября каждого года студенты и сотрудники отмечают день рождения своего университета<sup>3</sup>. Этот университет входит в так называемую «Лигу плюща» – сообщество восьми наиболее престижных частных американских университетов. Йельский университет вместе с Гарвардским и Принстонским университетами составляет так называемую «Большую тройку».

В состав университета входят 12 подразделений: Йельский колледж, четырехлетнее образование в котором завершается получением степени бакалавра; аспирантура по различным специальностям, включающим точные, естественные и гуманитарные науки, а также 10 профессиональных факультетов, готовящих специалистов в области юриспруденции, медицины, бизнеса, охраны окружающей среды, а также теологов, архитекторов, музыкантов, художников и актеров. Более 2000 курсов предлагается ежегодно 65 кафедрами. Многие начальные и вводные курсы ведутся заслуженными учеными и профессорами университета. В Йельском университете обучаются более 11 тыс. студентов, среди которых – 2 тыс. иностранцев. Профессорско-преподавательский состав университета насчитывает 4100 преподавателей<sup>4</sup>.

Для продвижения самого вуза и предоставляемых им услуг Йельский университет, помимо стандартной для высших учебных заведений печатной рекламы, занимается производством видеорекламы. Например, очень популярным является рекламный видеоролик, где студент старшего курса рассказывает абитуриентам о преимуществах заведения, а затем внезапно начинает петь куплеты и ходить из одного кампуса в другой.

Для продвижения в социальных сетях Йельский университет использует несколько каналов на Youtube. Основной канал Yale University (105 тыс. подписчиков) наполнен видеозаписями лекций, проводимых как работающими в Йеле профессорами, так и известными в научной и медийной среде людьми, посещавшими университет. Канал YaleCampus, насчитывающий 20 тыс. подписчиков, посвящен студенческой жизни и ведется очень активно. На нем размещаются небольшие образовательные видео, циклы

---

<sup>3</sup> Йельский университет: факультеты и специальности, стоимость обучения, интересные факты [Электронный ресурс]. URL: <https://usamagazine.ru/yale-university/> (дата обращения 27 фев. 2019).

<sup>4</sup> Йельский университет. Yale University [Электронный ресурс]. URL: <https://www.usa-info.com.ua/yale/study/yale> (дата обращения 27 фев. 2019).



интервью с персоналом и студентами университета, в которых они рассказывают, почему они выбрали Йель, а также различные зарисовки из студенческой жизни. Канал YaleCourses насчитывает 584 тыс. подписчиков, посвящен лекциям, размещаемым на онлайн-ресурсах самообразования. Также существуют отдельные каналы для различных подразделений университета (Yale School of Medicine, Yale School of Management, Yale University Art Gallery и т. д.)

Очень популярной социальной сетью в США является Twitter, число подписчиков на странице Йельского университета составляет 384 тыс. человек. Там можно найти интересные исторические факты, информацию о спортивных состязаниях, проводимых в университете, и множество научных статей, написанных профессорами данного университета. Тот же самый контент публикуется и в социальной сети Facebook.

Таким образом, представляя себя в социальных сетях, Йельский университет задействует их с большей эффективностью, чем РГГУ, получая гораздо большее количество подписчиков, «лайков» и просмотров. Работа в социальных сетях ведется более систематизированно, не забывают как о регулярности публикаций, наполнении контента, так и об их разнообразии, равномерно распределяя их по существующим каналам.

### *Заключение*

Проведенный анализ по продвижению вузов в социальных сетях показал, что в настоящее время социальные сети являются весьма действенным и перспективным инструментом коммуникации, который необходимо задействовать в интеграции с традиционными средствами коммуникационной деятельности вузов. При этом важным условием эффективного продвижения вуза является правильный выбор наиболее популярных социальной сети или социальных сетей в соответствии с целевой аудиторией, на которую вузы направляют свое воздействие. Современным вузам необходимо активнее взаимодействовать с аудиторией в социальных сетях, изучая ее вкусы и предпочтения, тем самым определять наиболее действенные подходы к построению коммуникационной политики вуза.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что социальные сети в настоящее время активно используются для продвижения как отечественными, так и зарубежными высшими учебными заведениями. В ходе исследования было установлено, что наиболее эффективной площадкой для продви-

жения Российского гуманитарного университета является социальная сеть Instagram. Однако не следует пренебрегать работой с другими социальными сетями, тем самым расширяя круг своего влияния на целевую аудиторию. В Йельском университете США также активно ведется использование социальных сетей для коммуникации со своей целевой аудиторией. Но Йельский университет эффективнее использует этот инструмент, чем РГГУ. В связи с этим РГГУ можно рекомендовать использовать положительный опыт работы в социальных сетях Йельского университета и продолжать изучать передовой опыт работы с социальными сетями как отечественных, так и зарубежных вузов для повышения своей эффективности в данном направлении деятельности.

### *Литература*

---

1. Горшков А. Продвижение в социальных медиа // Арсенал предпринимателя. 2011. № 6. С. 55–60.
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. 320 с.
3. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53 (1). P. 59–68.
4. Корчагова Л.А., Алахвердова К.А. Сравнительный анализ методов продвижения образовательных услуг в ведущих вузах Москвы // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2015. №1. С. 82–93.

### *References*

---

1. Gorshkov A. Promotion in social media. *Arsenal predprinimatel'ya*. 2011;6:55-60. (In Russ.)
2. Weber L. Effective marketing on the Internet. Social networks, blogs, Twitter and other online promotion tools. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber Publ.; 2010. 320 p. (In Russ.)
3. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010;53(1):59-68.
4. Korchagova LA., Alakhverdova KA. Comparative analysis of methods for promotion of educational services at the leading Moscow Universities. *RSUH / RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*. 2015;1:82-93. (In Russ.)

*Информация об авторе*

*Лариса А. Корчагова*, кандидат экономических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Москва, Россия, Миусская пл., 6; lakor@rggu.ru

*Information about the author*

*Larisa A. Korchagova*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; lakor@rggu.ru

## Показатели конкурентоспособности в программах развития вузов

Ольга В. Сагинова

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
Москва, Россия, saginova.ov@rea.ru*

Алла А. Кондратьева

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
Москва, Россия, kondratieva.aa@rea.ru*

Роман А. Искандарян

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
Москва, Россия, iskandaryan.roman@gmail.com*

Татьяна С. Шипунова

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,  
Москва, Россия, tnsnp@mail.ru*

*Аннотация.* Большинство систем высшего образования устанавливают цели для улучшения конкурентных позиций национальных вузов как способ повышения конкурентоспособности страны. Цель статьи – проанализировать программы развития российских вузов на предмет наличия в них показателей конкурентоспособности. В исследовании применяется метод контент-анализа программ развития и стратегий 81-го российского вуза по всем группам и категориям и дальнейшее сравнение результатов с шестью основными показателями конкурентоспособности (образовательная деятельность, трудоустройство выпускников, НИР и НИОКР, кадровый состав, дифференцирующие характеристики, стратегическое видение будущего развития вуза) для определения разницы и предоставления рекомендаций по стратегическому планированию. В результате выявлено, что большинство вузов, не относящихся к категориям федеральных, национальных исследовательских и опорных университетов, не обращают должного внимания на свое позиционирование, выявление целевой аудитории и стратегическое видение будущего развития вуза. Были выделены основные недостатки в применении показателей конкурентоспособности, сформулированы рекомендации, которые помогут вузам проанализировать успехи, достигнутые в прошлом и будущем планировании.

*Ключевые слова:* показатели конкурентоспособности, позиционирование вузов, программа развития, контент-анализ, стратегическое планирование

*Для цитирования:* Сагинова О.В., Кондратьева А.А., Искандарян Р.А., Шипунова Т.С. Показатели конкурентоспособности в программах развития вузов // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 44–55. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-44-55

## Competitiveness indicators in the university development programs

Olga V. Saginova

*Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
saginova.ov@rea.ru*

Alla A. Kondratieva

*Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
kondratieva.aa@rea.ru*

Roman A. Iskandaryan

*Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
iskandaryan.roman@gmail.com*

Tatiana S. Shipunova

*Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
tnshp@mail.ru*

*Abstract.* Most higher education systems set goals for improving competitive positions of national universities as a means to enhance country's competitiveness. The purpose of the article is to analyze development programs of Russian universities for the availability of competitiveness indicators in them. The content analysis method was used for studying the development programs and strategies of 81 Russian universities by all groups and categories, and further comparison of results with 6 key competitiveness indicators (educational activities, graduates' employment, research and development, research and innovations, staffing, differentiating characteristics, strategic vision of the university future development) for identification of differences and providing recommendations on strategic planning. As a result, it was revealed that most universities that belonging to the categories of federal, national research and core universities do not pay enough attention to their positioning, target audience identification and strategic vision of the university future development. The main shortcomings in the application of competitiveness indicators were identified and the recommendations that would help universities to analyze past success and to set up the future planning were formulated.

*Keywords:* competitiveness indicators, university positioning, development program, content analysis, strategic planning

*For citation:* Saginova OV., Kondrat'eva AA., Iskandaryan RA., Shipunova TS. Competitiveness indicators in the university development programs. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:44-55. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-44-55

## *Введение*

На современные системы высшего образования во всех странах оказывают влияние одинаковые факторы, однако отличительными особенностями каждой системы являются организационные, экономические и финансовые механизмы [1, 2]. Каждая страна нуждается в конкурентоспособной системе высшего образования, желает, чтобы вузы участвовали в экономическом развитии страны, соответствуя международным стандартам качества, привлекая иностранных студентов [3].

Понятие конкурентоспособности, как экономическая категория, используется для описания всех видов и сфер деятельности [4, 5]. Многие страны и регионы ставят цель обеспечения конкурентоспособности высшего образования как системы и ее институтов. Сама же концепция конкурентоспособности вузов и ее показателей зачастую оставляет недопонимание, либо представляется в общем виде, т. е. не является действенным инструментом, обеспечивающим конкурентоспособность вузов, и не дает необходимой информации для принятия решений заинтересованными лицами. Целью данной статьи является анализ показателей, указанных в программах развития вузов разных групп, с учетом специфичности целей, их детального характера, влияющего на достижение лучшего конкурентного положения вуза. В статье изложены результаты обзора научной литературы, описание методов исследования, представление и обсуждение результатов контент-анализа программ развития вузов, а также рекомендации по улучшению стратегического планирования в российских вузах.

## *Обзор литературы*

Конкурентоспособность представляет собой набор свойств, признаков некоторого объекта, определяющий его способность удовлетворять определенную потребность индивида, группы или общества в целом наилучшим образом. М. Портер среди основных факторов, формирующих конкурентное преимущество, выделяет ресурсы (человеческие, материальные и финансовые ресурсы, инфраструктуру и нематериальный капитал) и факторы спроса (его структуру, объем, уровень интернационализации, особенности и предпочтения целевой аудитории). В ходе анализа научной литературы было выявлено несколько подходов к определению конкурентоспособности образовательных организаций высшего образования, например: набор существующих способностей организации или тех, которые можно развить в будущем; набор признаков обра-

зовательного продукта (услуги) [6]; способности выпускников вступать в конкурентную борьбу на рынке труда [7].

Образовательные организации, осознавая важность показателей конкурентоспособности, стремятся создавать и развивать особые свойства, гарантирующие устойчивый спрос на свои услуги среди целевых потребителей [8]. В процессе анализа научной литературы выявлены следующие составляющие конкурентоспособности вузов<sup>1</sup> [6, 9, 10]:

- качество ресурсов образовательных организаций, включая квалификацию сотрудников, качество абитуриентов и уровень их подготовки, качество инфраструктуры и материально-технической базы вуза, качество системы менеджмента, доступность и уровень нематериальных активов (сила бренда, имидж вуза);
- качество образовательных, научных и информационных продуктов вуза (пр., продвинутые технологии и методы обучения, современные образовательные программы), уровень научных исследований и продуктов, качество выпускников и их профессиональный успех, достижения профессорско-преподавательского состава вуза;
- удовлетворение потребностей и ожиданий целевой аудитории посредством точного позиционирования организации и ее продуктов, знание потребностей целевой аудитории и наблюдение за их изменениями, дифференциация характеристик, относящихся к целевой аудитории и обществу;
- стратегическое направление развития, понимание организацией своих целей, миссии, видения.

Для улучшения своего положения образовательные организации используют конкурентные стратегии, что подразумевает особые модели поведения в сфере развития, создания, предоставления своих образовательных продуктов и услуг, периодически пересматриваемых с учетом изменений ситуации на рынке, требований государства и аккредитационных агентств, предпочтений и потребностей целевой аудитории, тем самым обеспечивая устойчивость своих конкурентных преимуществ [11]. В качестве средств используют стратегии, дорожные карты, участие в обследовании деятельности, оценочных мероприятиях, международных и национальных рейтингах [10], одним словом,

---

<sup>1</sup> *Соколов М.М.* Что измерил рейтинг Минобрнауки? Статистический анализ [Электронный ресурс]. URL: [http://polit.ru/article/2013/05/24/rossiyskie\\_reitingu/](http://polit.ru/article/2013/05/24/rossiyskie_reitingu/) (дата обращения 01 фев. 2018).

мероприятиях, помогающим организациям анализировать ситуацию на рынке, изучать своих конкурентов, прояснять требования и ожидания целевой аудитории и решать, какими способами и с помощью каких признаков удерживать, развивать или изменять свою конкурентную позицию [12].

Проблема повышения конкурентоспособности российской системы образования возникла в период реформ 1990-х гг. в связи с необходимостью интеграции российского, европейского и мирового образовательного пространства, трансформации России в индустриальную страну с хорошо функционирующими демократическими институтами и рыночной экономикой [2, 3, 13].

Требования государственной политики претворяются в жизнь Министерством образования и науки РФ (далее – МОН) в форме организационных инициатив, проявившихся в формировании трех групп ведущих вузов в стране. Были сформированы 10 федеральных университетов для развития конкурентоспособного человеческого капитала в федеральных округах, 29 национальных исследовательских университетов для обеспечения высокого уровня научных исследований в определенных областях и 33 опорных университета с целью выпуска высококвалифицированных кадров для развития регионов. Отбор вузов в данные группы проводился на конкурсной основе, проходили слияния нескольких вузов в один для формирования стратегий и дорожных карт с учетом требований МОН. Многие вузы поставили цели войти в международные рейтинги и постоянно улучшать свои позиции, что повлияло на включение показателей рейтингов в программы развития. Российские вузы без особых категорий, как правило, устанавливают показатели результативности, используемые МОН при проведении мониторинга эффективности. Некоторые вузы ставят показатели без должного анализа приоритетов в определенной предметной области или отрасли, без учета позиционирования вуза, его статуса, таким образом, что окружение начинает воспринимать официальный статус вуза более влиятельным с точки зрения «организационной карьеры» вуза, нежели в плане его индивидуальной стратегии [9].

С точки зрения стратегического развития вузов, показатели конкурентоспособности должны отражать конкурентные преимущества вуза либо быть сформированы в соответствии со стратегией. Конкурентные преимущества вуза могут базироваться на уникальных ресурсах, потребностях целевой аудитории или на предоставлении новых образовательных, научных или информационных продуктов организации [1]. Основными компонентами стратегии являются развитие и целевая деятельность. В первом случае – создание конкурентного преимущества, во втором – его использование. Следовательно, показатели конкурентоспо-



способности должны включать не только производительность или эффективность организации, но и показатели позиционирования организации для создания конкурентных преимуществ [14]. На основе анализа научной литературы была сформулирована гипотеза исследования, состоящая в том, что стратегии или программы развития вузов должны включать как показатели производительности, так и признаки стратегического позиционирования для того, чтобы повысить конкурентоспособность вуза.

### *Методология исследования*

Чтобы определить показатели конкурентоспособности, используемые вузами, было проведено исследование, включающее сравнение показателей, используемых МОН для контроля эффективности вузов, показателей в международных рейтингах и системах аккредитации и использование результирующего списка из шести областей (четыре показателя эффективности и два, отражающие стратегическое позиционирование вузов и создание конкурентных преимуществ). Контент-анализ проводился с использованием следующего подхода [15]: анализ начался с обзора литературы в качестве руководства для первоначальной кодификации данных, которые затем использовались квалифицированными экспертами при анализе информации, представленной в международных рейтингах и программах стратегического развития.

Эксперты проанализировали программы развития 81-го вуза, в том числе представленных в основных группах вузов российской системы образования – 8 федеральных университетов, 19 национальных исследовательских университетов, 18 опорных университетов и 36 «прочих» вузов. Все программы были взяты из открытых источников: сайтов вузов или путем поиска в Интернете с использованием ключевых слов. Собраны 87 документов, из которых 81 был пригоден для анализа.

Основная цель экспертов заключалась в регистрации присутствия или отсутствия показателей конкурентоспособности в программах вузов. Анализ проводился в два этапа. На первом этапе эксперты изучили программы развития и зарегистрировали наличие выбранных показателей конкурентоспособности с использованием трехуровневой системы кодирования, где 1 – отсутствие показателя, 3 – наличие показателя и 2 – частичное наличие показателя в программе развития. В ходе анализа программ на первом этапе эксперт комментировал коды в отдельном столбце листа анализа. На втором этапе другой эксперт проверял коды и при необходимости корректировал их на основе повторного рассмотрения

соответствующих разделов программы развития и комментариев, сделанных первым экспертом. После анализа программ развития все результаты были введены в базу данных, образующую основу для дальнейшего обобщения и сравнения полученных результатов.

### *Обсуждение результатов*

Сравнение результатов экспертного анализа позволило заметить некоторые тенденции и модели поведения вузов при использовании показателей конкурентоспособности. Оценки показателей представляют собой средние значения для проанализированных групп вузов, при этом индивидуальные результаты варьируются в каждой группе. Однако средние баллы для группы позволяют сравнивать результаты в разных группах и видеть влияние требований МОН.

Наиболее сбалансированные результаты продемонстрировали национальные исследовательские университеты, что, конечно, неудивительно, поскольку эта категория должна включать организации, наиболее продвинутые в научных исследованиях и разработках в соответствии с международными стандартами. Эксперты отметили высокие значения показателей «Дифференцирующие характеристики» и «Стратегическое видение», что свидетельствует о том, что университеты четко определяют свое конкурентное позиционирование и преимущества в своих стратегиях. Федеральные университеты демонстрируют почти тот же уровень производительности, что и национальные исследовательские университеты, в таких областях, как научные исследования и разработки, стратегическое видение и дифференцирующие характеристики. Для опорных университетов четыре из шести показателей конкурентоспособности имеют более низкие средние баллы (качество преподавателей, НИОКР, образовательная деятельность и стратегическое видение). Принимая во внимание, что для входа в эту группу вузы должны были отвечать определенным требованиям, установленным МОН, мы можем сделать вывод, что эти индикаторы либо не были четко определены МОН, либо не учтены вузами как не имеющие для них высокого приоритета.

В группу «прочие» вузы вошли как известные университеты из Москвы и Санкт-Петербурга, так и небольшие региональные вузы разного происхождения и формы. Некоторые из них (например, МГИМО, Финансовый университет или Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова) продемонстрировали высокие баллы по всем показателям, что означает наличие всех показателей конкурентоспособности в их стратегиях. Одна-

ко средние баллы вузов этой группы показали некоторые закономерности, которые не могут быть признаны ведущими к повышению конкурентоспособности. Большинство вузов набрали мало баллов по дифференцирующим характеристикам (2,3 балла) и стратегическому видению (2,1 балла). Комментарии экспертов показывают, что во многих стратегиях эти показатели отсутствовали, а объяснения в программах развития были неопределенными и общими, не демонстрирующими понимания вузами своих целевых потребителей и дифференцирующих характеристик, которые необходимо развивать.

Исследование подтвердило результаты обзора литературы в том, что большинство международных рейтингов, систем аккредитации и других международных и национальных систем сравнения конкурентоспособности используют аналогичные показатели. Однако показатели эффективности российских вузов, используемые МОН, не включают показатели дифференцирующих характеристик и стратегического позиционирования, которые важно формировать для усиления конкурентных преимуществ, имеющих отношение к целевым потребителям и заинтересованным сторонам. Исследование показало, что сбалансированные стратегии с надлежащими показателями конкурентоспособности, являющиеся конкретными, подробными и измеримыми, разработаны российскими вузами из групп федеральных, национальных исследовательских и опорных университетов.

Вузы из группы федеральных университетов сосредоточены на целях развития соответствующих федеральных округов, четко определяя их по направлениям и конкретным показателям в своих стратегиях и программах развития. Вузы из группы национальных исследовательских университетов, сосредоточенные на конкретных областях научных исследований, также демонстрируют эту направленность, используя соответствующие показатели конкурентоспособности. Все программы, изученные по этим двум группам, показывают, что организации определяют свои стратегические цели и политику в направлении эффективного предоставления услуг своим целевым сегментам.

Группа опорных вузов, будучи сравнительно недавно сформированной классификационной категорией в российской системе высшего образования, также уделяет внимание некоторым областям (показателям дифференцирующих характеристик и трудоустройства выпускников), но их понимание стратегического развития не совсем ясно для всех вузов группы (средний балл 1,88 в показателе стратегического видения).

Прочие вузы, не включенные в одну из трех категорий и свободные в выборе показателей в своих предметных областях, следова-

ли своим приоритетам и продемонстрировали сбалансированный подход к использованию показателей конкурентоспособности в стратегиях. Большинство «прочих» вузов либо следовали показателям эффективности МОН, либо попытались скопировать стратегии и программы некоторых ведущих вузов из групп федеральных или национальных исследовательских университетов с поправочными коэффициентами. Оба эти подхода не всегда результативны, поскольку они не позволяют вузу развивать свои конкурентные преимущества. Если вуз ограничивает горизонт развития, соблюдая пороговые показатели эффективности, выживание в среднесрочной перспективе не гарантируется, поскольку требования ежегодно повышаются, а сосредоточение внимания на текущих цифрах не простимулирует дальнейшее развитие. Копирование показателей трех групп вузов также не является эффективным, поскольку они могут зависеть от положения вуза и не иметь отношения к целевым потребителям на рынке образовательных услуг или на рынке труда.

### *Заключение*

Проведенное исследование развивает предыдущие концептуальные исследования в области конкурентоспособности высшего образования, имеющиеся в научной литературе, предоставляя доказательство использования показателей конкурентоспособности российских вузов. Выявлен разрыв между описанием показателей конкурентоспособности в научной литературе и показателями, используемыми российскими вузами и органами управления на практике. Сосредоточившись на показателях эффективности МОН, вузы упускают показатели стратегического позиционирования и дифференцирующих характеристик в большинстве программ развития. Эта ситуация не предоставляет заинтересованным лицам российских вузов значимой информации об их текущем положении и будущих областях развития, что может негативно повлиять на процесс принятия решений и конкурентоспособность вуза.

Исследование указывает на необходимость определения стратегических целей вуза и включение показателей, ведущих к развитию конкурентных преимуществ и усилению позиционирования, подходящего для целевых потребителей и заинтересованных сторон вуза. Хотя исследование ограничивалось только фиксацией наличия или отсутствия показателей конкурентоспособности в программах развития вузов, включение всех видов российских образовательных организаций высшего образования отражает текущую ситуацию и влияние руководящих указаний МОН на выбор сбалансированно-

го набора показателей стратегического развития. Оценка программ развития с использованием установленных показателей конкурентоспособности может быть полезна для университетов за пределами ведущих групп и помочь тем, кто анализирует прошлые успехи и неудачи, а также для планирования будущих усилий.

В ходе исследования была создана и осуществлена государственная регистрация базы данных в Федеральной службе по интеллектуальной собственности<sup>2</sup>. База данных предназначена для тестовой экспертной оценки программ развития вузов Российской Федерации по критериям конкурентоспособности с учетом специфических отличий образовательных организаций.

Дальнейшие меры по улучшению ситуации могут включать предоставление поддержки и консультации вузам по использованию соответствующих показателей конкурентоспособности в стратегическом планировании. Возможные области дальнейших исследований могут включать в себя углубленный анализ дифференцирующих характеристик и стратегического позиционирования российских университетов для определения показателей, которые могут быть использованы для повышения конкурентоспособности образовательных организаций.

### Литература

---

1. McClure K.R. Building the innovative and entrepreneurial university: An institutional case study of administrative academic capitalism // Journal of Higher Education. 2016. № 87(4). P. 516–543.
2. Кузьминов Я.И., Семенов Д.С., Фрумин И.Д. Структура вузовской сети: от советского к российскому «мастер-плану» // Вопросы образования. 2013. № 4. С. 8–69.
3. Sala-i-Martin X. The Economics behind the World Economic Forum's Global Competitiveness Index // Dimensions of Competitiveness / Grauwe P. (ed.). Cambridge: MIT Press, 2010. P. 1–18.
4. Moore J.F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition // Harvard Business Review. 1993. № 71(3). P. 75–83.
5. Bhaṅsar P., Chattopadhyay U. Competitiveness: Review, Reflections and Directions // Global Business Review. 2015. № 16 (4). P. 665–679.

---

<sup>2</sup> Конкурентоспособность вузов: база данных 2018620456 / Сагинова О.В., Завьялова Н.Б., Киреева Н.С., Слепенкова Е.В., Кондрачева А.А., Искандарян Р.А., Шипунова Т.С.; Правообладатель: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». № 2017621463; заявл. 08.12.2017; опубли. 19.03.2018, Бюл.№3.[http://www1.fips.ru/wps/PA\\_FipsPub/res/BULLETIN/PrEVM/2018/03/20/INDEX.HTM](http://www1.fips.ru/wps/PA_FipsPub/res/BULLETIN/PrEVM/2018/03/20/INDEX.HTM) (дата обращения 15 фев. 2018).

6. Aitbayeva G.D., Zhubanova M.K., Kulgildinova T.A., Tusupbekova G.M., Uaisova G.I. Formation of education clusters as a way to improve education // *International Journal of Environmental and Science Education*. 2016. № 11(9). P. 3053–3064.
7. Коноплянский Д.А. Особенности использования метода дорожной карты в формировании конкурентоспособности выпускника вуза // *Вестник Воронежского государственного университета*. 2016. № 1. С. 56–60.
8. Rusinko C.A. Integrating Sustainability in Management and Business Education: A Matrix Approach // *Academy of Management Learning & Education*. 2010. № 9(3). P. 507–519.
9. Соколов М.М. Миф об университетской стратегии. Экономические ниши и организационные карьеры российских вузов // *Вопросы образования*. 2017. № 2. С. 36–73.
10. Hazelkorn E. *Rankings and the Reshaping of Higher Education: the Battle for World-Class Excellence*. Second Edition. London: Palgrave Macmillan, 2015.
11. Абанкина И.В., Алескеров Ф.Т., Белоусова В.Ю., Гохберг Л.М., Зиньковский К.В., Кисельгоф С.Г., Шведун С.В. Типология и анализ научно-образовательной результативности российских вузов // *Форсайт*. 2013. № 7(3). С. 48–63.
12. Bacik R., Fedorko R., Stefko R. The analysis of significant common attributes of websites in the context of the most prestigious world universities // *Journal of Applied Economic Sciences*. 2015. № 10. P. 848–854.
13. Salmi J., Froumin I. Excellence Initiatives to Establish World-Class Universities: Evaluation of Recent Experiences // *Educational Studies*. 2013. № 1. P. 25–68.
14. Eggins H. *Drivers and Barriers to Achieving Quality in Higher Education*. Rotterdam: Sense Publishers, 2014.
15. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Beverly Hills: Sage, 1980.

## References

---

1. McClure KR. Building the innovative and entrepreneurial university: An institutional case study of administrative academic capitalism. *Journal of Higher Education*. 2016;87(4):516-43.
2. Kuzminov J., Semenov D., Froumin I. University Network Structure: From the Soviet to the Russian “Master Plan”. *Educational Studies*. 2013;4:8-69. (In Russ.)
3. Sala-i-Martin X. The Economics behind the World Economic Forum’s Global Competitiveness Index. *Dimensions of Competitiveness*. Ed. by P. Grauwe. Cambridge: MIT Press, 2010. P. 1-18.
4. Moore JF. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*. 1993;71(3):75-83.
5. Bhawsar P., Chattopadhyay U. Competitiveness: Review, Reflections and Directions. *Global Business Review*. 2015;16(4):665-79.
6. Aitbayeva GD., Zhubanova MK., Kulgildinova TA., Tusupbekova GM., Uaisova GI. Formation of education clusters as a way to improve education. *International Journal of Environmental and Science Education*. 2016;11(9):3053-64.

7. Konoplyansky DA. Features of applying the roadmap method in formation of a university graduate competitiveness. *VSU Bulletin*. 2016;1:56-60. (In Russ.)
8. Rusinko CA. Integrating Sustainability in Management and Business Education: A Mat-rix Approach. *Academy of Management Learning & Education*. 2010;9(3):507-19.
9. Sokolov MM. The Myth of University Strategy. Market Niches and Organizational Careers of Russian Universities. *Educational Studies*. 2017;2:36-73. (In Russ.)
10. Hazelkorn E. Rankings and the Reshaping of Higher Education: the Battle for World-Class Excellence. Second Edition. London: Palgrave Macmillan, 2015.
11. Abankina IV., Aleskerov FT., Belousova VJ., Gokhberg LM., Zinkovsky KV., Kiselgof SG., Shvydun SV. Typology and Analysis of Research and Educational Effectiveness of Russian Higher Education Institutions. *Foresight*. 2013;7(3):48-63. (In Russ.)
12. Bacik R., Fedorko R., Stefko R. The analysis of significant common attributes of websites in the context of the most prestigious world universities. *Journal of Applied Economic Sciences*. 2015;10:848-54.
13. Salmi J., Froumin I. Excellence Initiatives to Establish World-Class Universities: Evaluation of Recent Experiences. *Educational Studies*. 2013;1:25-68.
14. Eggins H. Drivers and Barriers to Achieving Quality in Higher Education. Rotterdam: Sense Publishers, 2014.
15. Krippendorf K. Content Analysis: An Introduction to its Methodology. Beverly Hills: Sage, 1980.

### *Информация об авторах*

*Ольга В. Сагинова*, доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия; 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36; saginova.ov@rea.ru

*Алла А. Кондратьева*, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия; 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36; kondratieva.aa@rea.ru

*Роман А. Искандарян*, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова; 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36; iskandaryan.roman@gmail.com

*Татьяна С. Шипунова*, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия; 117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36; tnsnp@mail.ru

### *Information about the authors*

*Olga V. Saginova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia; bld. 36, Stremyanny lane, Moscow, Russia, 117997; saginova.ov@rea.ru

*Alla A. Kondratieva*, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia; bld. 36, Stremyanny lane, Moscow, Russia, 117997; kondratieva.aa@rea.ru

*Roman A. Iskandaryan*, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia; bld. 36, Stremyanny lane, Moscow, Russia, 117997; iskandaryan.roman@gmail.com

*Tatiana S. Shipunova*, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia; bld. 36, Stremyanny lane, Moscow, Russia, 117997; tnsnp@mail.ru

УДК 378:004.7

DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-56-65

## Сравнительный анализ вузов Подмосквья на основе анализа активности студентов в социальных сетях

Юлия Ю. Шитова

*Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия,  
shitova.yu@rggu.ru*

Юрий А. Шитов

*Объединенный институт ядерных исследований, Дубна, Россия,  
shitov@jinr.ru*

Максим С. Кокорев

*Университет Дубна, Дубна, Россия,  
kokms.11@gmail.com*

*Аннотация.* Настоящая работа посвящена анализу активности студентов шести различных вузов Подмосквья в социальной сети ВКонтакте. На основании рассматриваемых данных, извлеченных при помощи специально написанного для этого программного обеспечения, проведен сравнительный анализ работы вузов по ряду направлений. Исследованы структура и временная динамика ряда показателей: демографии обучающихся; географии приезда студентов. В заключение раскрыты перспективы развития методики.

*Ключевые слова:* социально-экономическая деятельность вуза, BigData, социальные сети, онлайн-данные, сравнительный анализ, демография студентов, география студентов

*Для цитирования:* Шитова Ю.Ю., Шитов Ю.А., Кокорев М.С. Сравнительный анализ вузов Подмосквья на основе анализа активности студентов в социальных сетях // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 56–65. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-56-65



Comparative analysis of universities  
in the Moscow region  
on the basis of an analysis of student activity  
in social networks

Yulia Yu. Shitova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
shitova.yu@rggu.ru*

Yuri A. Shitov

*Joint Institute for Nuclear Research, Dubna, Moscow, Russia,  
shitov@jinr.ru*

Maxim S. Kokorev

*University of Dubna, Dubna, Moscow, Russia,  
kokms.11@gmail.com*

*Abstract.* The present work is devoted to the analysis of the activity of students from six different universities in the Moscow region using data of the social network VKontakte. A comparative analysis of the work of universities in a number of areas was carried out using the unique data, extracted with the help of specially written to that end software. The structure and dynamics of a number of indicators are studied: the demographics and geography of the students. In conclusion, the prospects for the development of the methodology are discussed.

*Keywords:* social and economic activity of the University, Big Data, social networks, online data, comparative analysis, student demographics, student geography

*For citation:* Shitova YuYu., Shitov YuA., Kokorev MS. Comparative analysis of universities in the Moscow region on the basis of an analysis of student activity in social networks. *RSUH / RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:56-65. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-56-65

## *Введение*

В эпоху глобальной онлайн-революции в Интернет уходит все большая часть общественных отношений всех типов и уровней, от личных до государственных. Нормой стал тот факт, что важнейшие государственные новости политики высшего уровня анонсируют через социальные медиа (американский президент Д. Трамп предпочитает это делать через Твиттер). Все большее количество человек в мире пользуется онлайн-новыми социальными сетями, где люди проводят все больше и больше времени, генерируя Большие

Данные (BigData). Эта информация является ключевой ценностью и ресурсом современного бизнеса ведущих инновационных технологических компаний с миллиардными оборотами (Гугл, Амазон, Фейсбук, Яндекс и др.). Анализ Биг Дата позволяет узнать все о поведении и желаниях людей, а использование информации в интересах общества и бизнеса революционно изменяет жизнь человечества.

Настоящее исследование продолжает цикл работ, посвященных анализу деятельности вуза на основании данных о студентах, извлекаемых из социальных медиа. Сначала была разработана, отложена и реализована оригинальная авторская методика сбора и анализа информации на примере одного вуза – Университета «Дубна» [1], затем был проведен сравнительный анализ двух вузов: подмосковного (Университет «Дубна») и столичного (РГГУ) [2]. В указанных работах читатель найдет обзор современного состояния дел по данному направлению науки. В настоящей работе из социальной сети ВКонтакте (VK)<sup>1</sup>, при помощи той же методики были извлечены и проанализированы данные чуть менее 35 тыс. студентов и выпускников пяти вузов Московской области – государственных и негосударственных университетов, близких по направлению обучения:

- Государственный университет «Дубна» (Дубна);
- Государственный гуманитарно-технологический университет (Орехово-Зуево);
- Московский областной институт управления (Балашиха);
- Технологический университет (Королев);
- Государственный социально-гуманитарный университет (Коломна).

В работе проведен сравнительный анализ данных вузов, результаты которого представлены далее.

### *Методика сбора данных*

Детали методики сбора данных представлены в предыдущих работах [1, 2], поэтому здесь опишем ее в общих чертах. Согласно схеме, показанной на рис. 1, данные из сети VK<sup>2</sup> загружались в полуавтоматическом режиме через специальное ПО с графическим интерфейсом, работающее через APIVK. При этом обрабатывались профили пользователей, указавших принадлежность (факт обучения) к одному из изучаемых пяти вузов.

---

<sup>1</sup> Сеть ВКонтакте [Электронный ресурс]. URL: <http://vk.com>

<sup>2</sup> Там же.

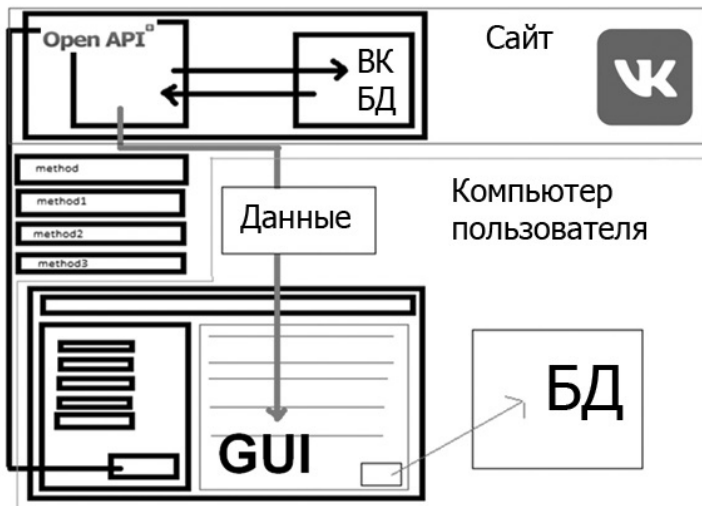


Рис. 1. Схема сбора данных

Для каждого настоящего или бывшего студента из профиля извлекалась и записывалась следующая информация: ФИО (никнейм), возраст, пол, дата рождения, город и страна рождения, текущий город проживания, место и год окончания обучения, факультет, кафедра/направление. Извлечение существенного (десятки тысяч записей) объема информации из социальной сети является проблемой, поскольку возможно блокирование (бан) программы сбора информации со стороны сервера VK, который может посчитать большое количество запросов DDoS-атакой<sup>3</sup> на сервис. Поэтому требуется искусственное замедление скорости запросов и работа с нескольких IP-адресов. Несмотря на проблемы, в итоге нам удалось собрать данные об 33 342 студентах и выпускниках пяти вузов Московской области.

### Результаты анализа

Структура полученных данных позволяет провести социально-экономический анализ в нескольких направлениях, каждое из которых представлено далее в отдельных параграфах.

<sup>3</sup> Иванов О. Что собой представляет DDoS-атака? [Электронный ресурс]. URL: [https://www.anti-malware.ru/analytics/Threats\\_Analysis/what-is-a-ddos-attack](https://www.anti-malware.ru/analytics/Threats_Analysis/what-is-a-ddos-attack) (дата обращения 12 фев. 2019).

*Статистика выборки и география студентов*

Количественные данные в разрезе вузов и географии поступающих представлены в табл. 1.

*Таблица 1*

Общая собранная статистика и география студентов

Показатели	Вуз				
	Дубна	Орехово-Зуево	Коломна	Балашиха	Королев
Количество данных, чел.	6365	8030	13869	1146	3932
Доля от общей выборки, %	19,09%	24,08%	41,60%	3,44%	11,79%
<i>География студентов, в процентах от выборки своего вуза</i>					
Из того же города, что и вуз	43,5	36,0	48,1	52,0	44,4
Московская область	10,0	28,0	26,1	13,4	18,7
Иной регион	34,9	19,3	13,2	24,7	24,5
Нет данных	11,6	16,7	12,6	9,9	12,4

*Источник:* расчеты авторов

Контроль структуры и динамики географии обучающихся важен вузу для точного выявления целевой аудитории, правильной координации и организации рекламных и маркетинговых услуг с целью привлечения абитуриентов. Полученные нами данные из социальных сетей позволяют проводить такой мониторинг.

Год поступления в вуз в профиле ВК не указывается, поэтому определялся расчетным путем по возрасту пользователей. При этом мы исходили из предположения, что большинство студентов поступают учиться сразу после школы в возрасте ~17 лет. Исходя из этого, далее производилась группировка студентов по пятилетним группам.

Динамика географии учащихся и выпускников представлена на рис. 2. Из нее видно, что в целом структура обучающихся за 20 лет не претерпела существенных изменений за исключением Королева. Технологический университет Королева образован в 1998 г., естественным образом большинство студентов в первые годы работы составили жители города. Поэтому в первой группе

(поступление 15 и более лет назад) наблюдается большая доля учащихся из своего города. Однако уже через пять лет уровень опустился до сравнимого с другими за счет притока студентов из Московской области (МО).

Мы видим, что доля обучающихся из города, где расположен университет, сравнима по всем пяти вузам, разброс здесь небольшой (35–50%). Наибольшее количество жителей Московской области – каждый третий студент – привлекают Коломна и Орехово-Зуево, далее эта доля снижается последовательно в Королеве, Балашихе и Дубне. А по количеству студентов, привлеченных из других регионов (не родной город и не МО), безусловным лидером является Дубна (более 35% обучающихся). Доля студентов, не указавших родной город, колеблется на уровне ~6–14%. Интересно, что динамика ее изменений полностью повторяется для четырех из пяти вузов, что позволяет предположить, что доля студентов с незаполненными профилями коррелирует с их возрастом.

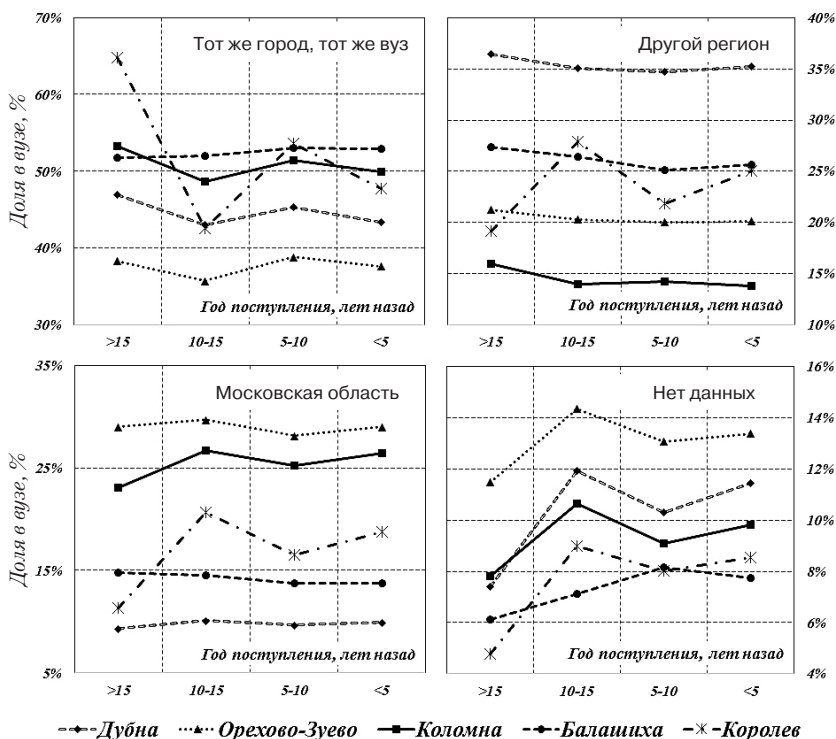


Рис. 2. Динамика обучающихся по географии студентов

## Релевантность статистики и скрытые данные

Одна из проблем информации, извлекаемой из социальных сетей – проверка ее качества. Часть пользователей сетей: а) не заполняют все поля профиля, б) заполняют его неверными данными. В предыдущей работе [2] было показано, что девушки чаще скрывают свой возраст или указывают заниженный возраст. Анализ настоящих данных также подтверждает эти выводы. В частности, доля мужчин, скрывающих свой возраст, составила 27%, в то время как 42% женщин предпочли не называть свой возраст.

Кроме того, выяснилось, что доля пользователей с заполненным профилем (полная информация) коррелирует с возрастом пользователей (см. рис. 3). Из него следует, что наиболее молодые и возрастные пользователи меньше склонны представлять информацию о себе, поэтому об этих пользователях можно получить меньше данных.

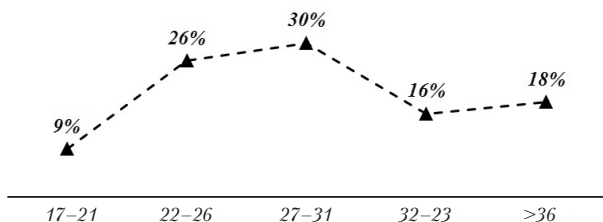


Рис. 3. Количество зарегистрированных пользователей в соответствии с возрастом для общей выборки

## Демография

Возрастное распределение студентов выбранных вузов согласно заявленному ими возрасту показано на рис. 4.

Из него видно, что контингенты вузов заметно отличаются по возрастному составу. Орехово-Зуево и Коломна имеют сходное распределение и являются самыми возрастными, судя по длинным правым хвостам распределения. В противоположность им Дубна и Королев – молодые вузы в силу относительно недолгого периода работы, поэтому они еще не успели обзавестись выпускниками в преклонном возрасте. И особняком стоит Балашиха – она имеет компактный пик в районе 25–40 лет и малое количество студентов других возрастов. Особенно удивительно малое количество молодежи (17–25 лет) по сравнению со всеми другими вузами. Природу такого отличия необходимо изучать отдельно (данный вопрос выходит за рамки настоящего исследования).

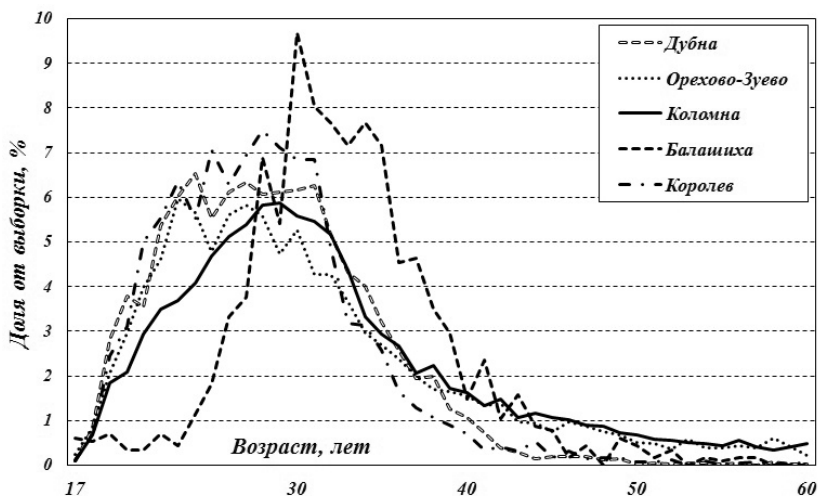


Рис. 4. Распределение студентов и выпускников по возрасту

Еще один показатель, демонстрирующий «возраст» вуза, — представительство (доля) студентов и выпускников в сети в зависимости от года поступления, показанное на рис. 5.

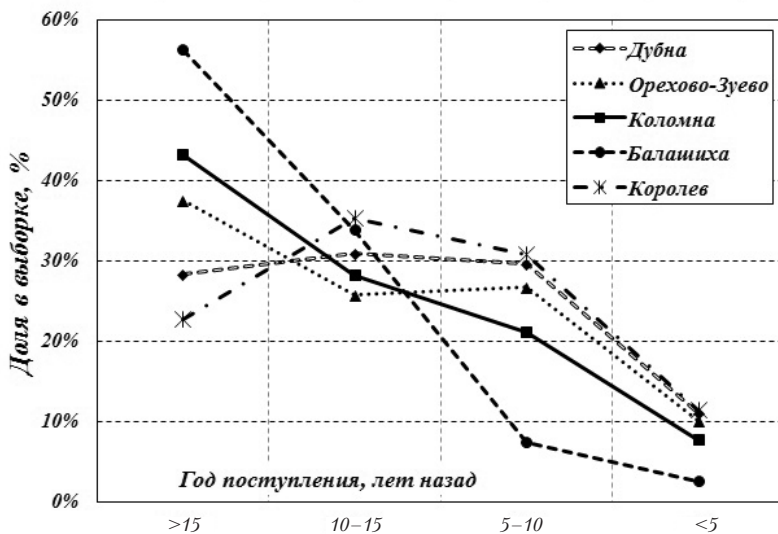


Рис. 5. Представительство в сети по времени поступления

Исходя из данной динамики трудно предположить, что за последние пять лет снижается доля поступающих. Как было показано выше, молодежь склонна к анонимности в сети, поэтому среди них велика доля людей, не указывающих свои данные. Анонимность в сети – современный тренд, понимание которого связано с текущей социально-политической ситуацией в стране. В последние годы было ужесточено законодательство в отношении действий, осуществляемых в сетевых медиа, особенно среди молодежи. В ответ на это существенная доля пользователей, опять же преимущественно молодых, стала убирать из сетей свои персональные данные с целью затруднения их идентификации и трекинга сетевой активности. Полученные нами результаты демонстрируют этот процесс.

Также на рис. 5 видно различие между парами молодых вузов Дубны, Королева и возрастных Коломны, Орехово-Зуева, подтверждающее выводы на основании анализа возрастных распределений (рис. 4), обсуждавшихся выше.

### *Заключение*

В настоящем исследовании мы продолжили развивать оригинальную методiku социально-экономического анализа деятельности вуза на основании данных, извлеченных из сети ВКонтакте при помощи специально разработанного программного обеспечения. Проведен сравнительный анализ 33 тысяч студентов и выпускников пяти вузов Московской области. Исследованы структура и временная динамика демографии студентов, географии их приезда, релевантности данных. Выявлены различия в формировании и динамики развития региональных вузов.

Предлагаемая методика сбора и анализа онлайн-данных имеет широкие перспективы дальнейшего развития. Во-первых, она может быть легко масштабирована на больший масштаб, охват любых вузов на основании разработанного технического инструментария. Во-вторых, анализ может быть существенно углублен за счет анализа не только профилей студентов и выпускников, но и анализа их активности в сети (публикаций, связей в сообществе и т. д.). Эти методики и инструментарий для них уже появляются и используются в научных исследованиях.

В целом следует отметить тот факт, что анализ BigData является приоритетным и востребованным направлением развития науки и бизнеса, а настоящая работа следует этому современному тренду.



## Литература

---

1. Шитова Ю.Ю., Шитов Ю.А., Кокорев М.С. Социально-экономический анализ деятельности вуза на основе данных из социальных сетей // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». 2017. № 3 (9). С. 50–60.
2. Шитова Ю.Ю., Шитов Ю.А., Кокорев М.С. Сравнительный анализ деятельности вузов на основании данных из социальных сетей // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». 2018. № 3. С. 9–23.

## References

---

1. Shitova YuYu., Shitov YuA., Kokorev MS. Socio-economic analysis of the activities of the university based on data from social networks. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*. 2017;3:50-60. (In Russ.)
2. Shitova YuYu., Shitov YuA., Kokorev MS. Comparative analysis of the activities of universities on the basis of data from social networks. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*. 2018;3:9-23. (In Russ.)

## Информация об авторах

Юлия Ю. Шитова, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; shitova.yu@rggu.ru

Юрий А. Шитов, кандидат физико-математических наук, Объединенный институт ядерных исследований, Дубна, Россия; 141980, Россия, Московская обл., Дубна, ул. Жолио Кюри, 6; shitov@jinr.ru

Максим С. Кокорев, Университет «Дубна», Дубна, Россия; 141982, Россия, Московская обл., Дубна, ул. Университетская, д. 9; kokms.11@gmail.com

## Information about the authors

Yulia Yu. Shitova, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; shitova.yu@rggu.ru

Yuri A. Shitov, Cand. of Sci. (Phys. and math.), Joint Institute for Nuclear Research, Moscow, Russia; bld. 6, Joliot Curie Str., Dubna, Russia, 141980; shitov@jinr.ru

Maxim S. Kokorev, University of Dubna, Dubna, Russia; bld. 9, Universitetskaya Str., Dubna, Russia, 141982; kokms.11@gmail.com

## Взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг

Надежда А. Ременцова

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации;  
ПАО «Центр международной торговли», Москва, Россия,  
NNhope@yandex.ru*

*Аннотация.* В статье рассматривается взаимосвязь качества образовательных услуг высшей школы и рынка труда, что в свою очередь оказывает влияние на поддержание стабильной экономической ситуации в государстве. К сожалению, рынок образовательных услуг не всегда может эффективно обеспечивать потребность рынка труда в полноценно подготовленных кадрах. Во многих странах на рынке труда наблюдается проблема: с одной стороны, дефицит высококвалифицированных рабочих кадров, с другой – неостребованность специалистов с вузовским дипломом на рынке труда. Основными причинами данной проблемы являются: перенасыщение рынка труда выпускниками вузов по определенным направлениям подготовки, дефицит по другим и так называемая депрофессионализация выпускников. В целях эффективной подготовки кадров, отвечающих потребностям рынка труда, необходимо обратить внимание на качество предоставляемых вузами образовательных программ и качество процесса образования.

Среди ряда мер, предлагаемых автором для эффективного взаимодействия рынков труда и образовательных услуг, можно отметить: проведение оценки потребностей и проблем обучаемых, а также предоставление рекомендаций в выборе профессии; обеспечение вариативности и гибкости подходов для поступающих в вузы; получение вузами от рынка труда обратной связи по трудоустроенным выпускникам; поддержание вузами тесных отношений с внутренними и международными работодателями.

*Ключевые слова:* качество высшего образования; высококвалифицированные кадры; рынок труда; международный рынок образовательных услуг; качество процесса образования; дефицит профессиональных кадров; качество подготовки специалистов

*Для цитирования:* Ременцова Н.А. Взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 66–74. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-66-74

## Interrelation of labour market and higher education market

Nadezhda A. Rementsova

*Financial University under the Government of the Russian Federation;  
JSC "World Trade Center", Moscow, Russia,  
NNhope@yandex.ru*

*Abstract.* The article considers the interrelation of the higher educational services quality and labor market which in its turn has an impact on a stable economic situation of the state. Unfortunately, education market can not always effectively address the need of labor market and provide fully prepared workforce. In many countries the labor market observes the following issue: on the one hand deficiency of highly skilled personnel, on the other hand – lack of demand on graduates with the high school diploma in labor market. Some reasons for that are: oversaturation of the labor market with the University graduates of certain specialization, deficiency in others and, so-called “deprofessionalization” of graduates. For effective preparation of the workforce which would meet the requirements of labor market, it is necessary to pay attention to the quality of educational programs provided by higher education institutions and to the quality of educational process.

Among measures, offered by the authors for effective interaction of labor market and educational services market, are the following: carrying out an assessment of the student’s needs and challenges and providing recommendations in choice of profession; providing variability and flexibility of approaches for applicants to Universities; gathering by higher education institutions from labor market of feedback on the employed graduates; maintaining close relations between higher education institutions and national, as well as international employers.

*Keywords:* quality of higher education; high-qualified workforce; labour-market; international market of educational services; quality of educational process; shortage of professional staff; quality of graduates preparation

*For citation:* Rementsova NA. Interrelation of labour market and higher education market. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:66-74. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-66-74

Происходящие в последние годы изменения в мировых экономических отношениях, процессы глобализации и цифровизации формируют новые требования к качеству рабочей силы на рынке труда.

Растет спрос на специалистов, имеющих высшее образование. Увеличиваются потоки трудовой миграции. Молодые люди в развивающихся странах стремятся получить высшее образование,

так как это увеличивает возможность трудоустройства и у себя в стране, и за рубежом. Ведь, согласно данным Всемирного Банка, выпускник с дипломом о высшем образовании может заработать в два раза больше выпускника средней школы<sup>1</sup>.

По экспертным оценкам количество студентов, получающих высшее образование, достигло примерно 200 млн<sup>2</sup>, и по прогнозам экспертов ЮНЕСКО к 2030 г. оно может возрасти до 414 млн человек<sup>3</sup>. Одновременно увеличивается число студентов, получающих высшее образование за рубежом, тем самым растут объемы международного рынка образовательных услуг (МРОУ). На сегодня количество иностранных студентов, получающих высшее образование, составляет примерно 5 млн человек<sup>4</sup>, и к 2025 г. оно приблизится к 8 млн человек [1]. А объем мирового рынка высшего образования оценивается в 2,2 трлн долларов США<sup>5</sup>. Таким образом, МРОУ имеет устойчивую тенденцию к росту, что обусловлено изменениями, происходящими на международном рынке труда.

С целью достижения стабильного экономического развития многие государства ставят перед собой приоритетные задачи по подготовке высококвалифицированных кадров и развитию человеческих ресурсов. Но в условиях глобализации и интернационализации рынка труда, оказывающих влияние на повышение требований к квалификации человеческих ресурсов, рынок образовательных услуг не всегда может эффективно обеспечивать потребность рынка труда в полноценно подготовленных кадрах.

Во многих странах с развивающейся экономической наблюдается дисбаланс на рынке труда: с одной стороны дефицит высококвалифицированных рабочих кадров, с другой – не востребованность специалистов с вузовским дипломом на рынке труда.

По мнению исследователей, одной из причин проблемы дефицита высококвалифицированных рабочих кадров является непро-

---

<sup>1</sup> Всемирный Банк, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/tertiaryeducation> (дата обращения 21 фев. 2019).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Online, open and flexible higher education for the future we want. From statements to action: equity, access, and quality learning outcomes (9-11 June 2015, UNESCO, Paris) [Электронный ресурс]. URL: <https://iite.unesco.org/files/news/639206/Paris%20Message%2013%2007%202015%20Final.pdf> (дата обращения 21 фев. 2019).

<sup>4</sup> ICEF Monitor, OECD charts a slowing of international mobility growth, 20.09.2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://monitor.icef.com/2017/09/oecd-charts-slowing-international-mobility-growth/> (дата обращения 21 фев. 2019).

<sup>5</sup> GSV Edu. Education Factbook 2012, GSV Advisors [Электронный ресурс]. URL: <https://commoncorediva.files.wordpress.com/2014/09/2012-gsv-education-sector-factbook.pdf> (дата обращения 21 фев. 2019).

думанная политика в сфере высшего образования. Так, например, в развитых странах Европы и США в 1990-х гг. количество людей с высшим образованием превысило количество имеющихся для них рабочих мест. В результате произошло сокращение инженерных специальностей в образовательных программах, закрытие ряда университетов и, как следствие, нехватка высококвалифицированных кадров на сегодняшний день [2].

Другой причиной проблемы дефицита высококвалифицированных кадров можно назвать старение нации в ряде стран, когда значительная часть высококвалифицированных специалистов выходит на пенсию, а молодежь еще не обладает достаточными навыками, чтобы их заменить. В результате привлекаются специалисты из других стран, что создает нехватку рабочих мест для граждан своей страны [3].

Очевидно, что одной из основных причин невостребованности специалистов с вузовским дипломом на рынке труда является несоответствие навыков и профессий работников потребностям рынка труда. Качество и количество выпускаемых вузами специалистов не соответствует действительному спросу на рынке труда, в связи с тем что система профессионального образования ориентирована не на предприятия, формирующие предложение рабочих мест, а на потребителей, являющихся одновременно заказчиками образовательных услуг, – абитуриентов и их родителей. Следствием этого становится отставание системы образования от потребностей экономики страны. Ориентация вузов на существующую конъюнктуру профессий и специальностей ведет к избытку выпускников по некоторым из них, в то время как по другим профессиям ощущается дефицит кадров [4].

Следствием превышения предложения над спросом по ряду специальностей являются такие распространенные в наши дни явления, как «работа не по специальности» и так называемая депрофессионализация, которая заключается в утрате изначально приобретенной в учебном заведении профессии и квалификации по причине отсутствия на нее спроса. Чем больше людей приобретают профессию, не имеющую достаточного спроса, тем выше показатель депрофессионализации [5]. В последнее десятилетие в обществе сложилось мнение, что «работа не по специальности», является вполне нормальным и характерным явлением даже для развитых стран. Но там это не имеет широкого распространения и характеризует лишь мобильность рабочей силы, в отличие от Российской Федерации, где работа не по специальности в последнее время входит в понятие «норма».

Указанные проблемы можно решить при помощи согласования рынков труда и образовательных услуг, улучшив необходимое взаимодействие между ними. При этом следует помнить, что профессио-

нальное образование должно развиваться, опережая потребности, а не только следовать за спросом текущего рынка труда.

В связи с этим рассмотрим процесс взаимодействия рынков труда и образования (рис. 1). Отметим, что эффективное взаимодействие рынков труда и образования оказывается особенно актуальным в случае экспорта образовательных услуг, когда необходимо привлечь иностранных граждан к обучению по нашим образовательным программам с целью получения экономической выгоды и реализации стратегических преимуществ, которые получает государство.

Рассмотрим данную ситуацию на примере, когда иностранный абитуриент заканчивает среднюю школу и осознанно подходит к выбору профессии и трудоустройства. На первом этапе он оценивает те отрасли экономики, которые динамично развиваются, и отрасли, имеющие стабильные показатели на протяжении длительного времени.

Далее оцениваются востребованность выбираемой профессии на рынке труда, актуальность уровня образования (начальное профессиональное, среднее профессиональное, высшее профессиональное, основное или дополнительное) и, соответственно, возможный уровень заработной платы, что в соответствии с предложениями на рынке труда будет определять возможность трудоустройства.

Затем иностранный абитуриент определяет, как он хочет получить соответствующее образование: очно, очно-заочно, заочно или дистанционно, и, соответственно, в какой стране учебные заведения предлагают требуемые образовательные программы. При этом качество получаемого иностранным гражданином образования в том или ином образовательном учреждении можно оценить по востребованности выпускников и уровню предлагаемой заработной платы на рынке труда.

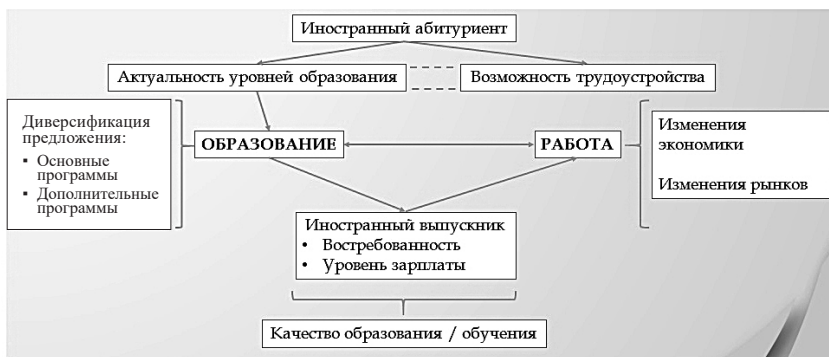


Рис. 1. Взаимодействие рынка труда и рынка образования

Рост оплаты труда работников с высшим образованием оказывает влияние на повышение спроса на университетское образование, мотивирует развитие системы высшего образования на государственном уровне, предъявляя вузам повышенные требования к качеству предоставляемых образовательных программ.

Рассматривая вопросы качества образования прежде всего необходимо дать определение самого понятия «качество». Применительно к продукции, согласно стандарту ГОСТ<sup>6</sup>, качество определяется как «совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением».

Качество – это и процесс и результат. Как пример возьмем наручные часы: то, что они идут и показывают время – это процесс, а если они показывают время точно – это результат.

Согласно Федеральному закону РФ № 273-ФЗ от 29.12.2012<sup>7</sup> в образовании под качеством понимается

комплексная характеристика образовательной деятельности и подготовки обучающегося, выражающая степень их соответствия федеральным государственным образовательным стандартам, федеральным государственным требованиям и (или) потребностям физического или юридического лица, в интересах которого осуществляется образовательная деятельность, в том числе степень достижения планируемых результатов образовательной программы.

Качество образования напрямую отражается на экономике и стратегической позиции страны. По мнению В.В. Путина, «качественное, современное образование – это залог устойчивого развития нашей с вами страны, основа для расширения социальных и экономических возможностей всех граждан страны, стратегический ресурс России»<sup>8</sup>. Недаром в рамках указа «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» президент поставил задачу по «обеспечению глобальной конкурентоспособности российского образования, вхождению Российской Федерации в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования»<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> ГОСТ 15467-79 Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. М.: Изд-во стандартов, 1979.

<sup>7</sup> Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». (с изм. и доп. от 06.03.2019). Принят Государственной Думой 21 декабря 2012 г., одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 г.

<sup>8</sup> Российское образование. Федеральный портал [Электронный ресурс]. URL: <http://www.edu.ru/news/alert/19910/> (дата обращения 10 марта 2019).

<sup>9</sup> Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.» (дата опубликования: 07.05.2018).

Поскольку мы рассматриваем взаимодействие международного рынка труда и международного рынка образовательных услуг, целесообразно проанализировать сам процесс образования с позиции качества в системе «студент – преподаватель – образовательная среда». Данный процесс включает следующие составляющие: кого обучаем, где обучаем, как обучаем, чему обучаем, кто обучает и результат, который получаем на выходе (рис. 2).

При обучении иностранных граждан на входе в систему в соответствии с выбранной ступенью образования необходимо оценить их реальный уровень образования, учесть особенности национальных систем образования, этнопсихологические особенности и выстроить траекторию обучения [6]. При этом необходимо понимать, где осуществляется процесс обучения – на территории страны экспортера или на Родине обучающегося по программам учебного заведения – экспортера образовательных услуг, так как это во многом определяет эффективность процесса обучения.



Рис. 2. Качество процесса обучения

При этом следует помнить, что в условиях рыночной экономики, студент становится все более важным потребителем услуг, так называемым основным клиентом и вузы должны создавать соответствующие механизмы для повышения качества и эффективности обучения, а также для удовлетворения потребностей учащегося при взаимодействии с рынком труда. Высшие учебные заведения должны проводить оценку потребностей и проблем обучаемых, предоставлять информацию и направлять их в выборе профессии. По выпускникам, добившимся лучших результатов обучения, необходимо разрабатывать «стратегии карьеры» совместно с заинтересованными представителями рынка труда.



В связи с этим Президент Российской Федерации В.В. Путин недавно поставил задачу наладить прямые тесные контакты с будущими работодателями выпускников. «Это абсолютно принципиальное требование для вузов, готовящих специалистов – и прежде всего инженерно-технического профиля», – считает президент.

В непростых экономических условиях, когда мы должны ускоренными темпами развивать несырьевые отрасли, на первый план, конечно, выходит максимальное сближение образования с производством, с практикой, с реальной жизнью<sup>10</sup>.

Вузам необходимо получать от рынка труда обратную связь по недавно трудоустроенным выпускникам, поддерживать отношения с внутренними и международными работодателями, проводить с ними консультации в целях своевременной корректировки учебных программ, для обеспечения надлежащего качества обучения в условиях меняющихся потребностей рынка труда и экономической ситуации.

Необходимо также обеспечить вариативность и гибкость подходов для поступающих в вузы. Например, в ряде стран высшие учебные заведения совершенствуют не только организацию учебного процесса, но и систему приема, которая позволяет обеспечить различным категориям студентов возможность выбора удобного времени для поступления в вуз, а также прекращения и возобновления обучения [7].

Таким образом, прослеживается тесная взаимосвязь качества высшего образования и рынка труда, что играет немаловажную роль в поддержании стабильной экономической ситуации государства. В целях недопущения перенасыщения рынка труда выпускниками вузов по определенным направлениям подготовки, дефицита других и «депрофессионализации» выпускников не только государству необходимо осуществлять мониторинг сбалансированности обоих рынков, но и вузам на своем уровне необходимо взаимодействовать с потенциальными работодателями для выявления актуальных нужд и соответствующей корректировки программ обучения.

### *Литература*

---

1. Организация экономического сотрудничества и развития. OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016, OECD Publishing. Paris, 08.12.2016. 192 с.

---

<sup>10</sup> Российская газета. 2014. 31 окт.

2. *Подвойский Г.Л.* Мировой рынок труда: последствия глобализации и кризиса // Вестник финансового университета. 2015. № 4. С. 132–138.
3. *Капица Л.М.* Старение населения в индустриально развитых странах и миграционная политика (Часть I) // Мировое и национальное хозяйство. 2016. № 1 (36). С. 1–21.
4. *Труфанова Н.Н.* Рынок труда и сфера образования: проблема взаимодействия // Известия Саратовского университета. Серия: «Социология. Политология». 2015. № 1. С. 46–50.
5. *Кочетов А.Н.* Профессиональное образование и рынок труда: проблемы взаимодействия // Социологические исследования. 2011. № 5. С. 82–90.
6. *Кожевникова М.Н., Ременцов А.Н., Ременцова Н.* Обучение граждан Вьетнама в российских вузах: национально ориентированный подход. М.: Флинта: Наука, 2015. 138 с.
7. *Гушчина Ю.И.* Развитие рынка образовательных услуг под влиянием глобализации // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3–2. С. 113–116.

### References

---

1. OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016. OECD Publishing. Paris, 08.12.2016. 192 p.
2. Podvoysky GL. World labor market: Consequences of globalization and crisis. *Bulletin of the Financial University*. 2015;4:132-38. (In Russ.)
3. Kapitsa LM. Population ageing in industrialized countries and migration policy. Part I. *Mirovoe i natsional'noe khozyaistvo*. 2016;1(36):1-21. (In Russ.)
4. Trufanova NN. Labor market and education: the problem of interaction. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya: Sociologiya. Politologiya*. 2015;1:46-50. (In Russ.)
5. Kochetov AN. Professional education and labor market. The issues of interaction. *Sociological Studies*. 2011;5:82-90. (In Russ.)
6. Kozhevnikova MN., Rementsov AN., Rementsova NA. Training of Vietnamese citizens in Russian universities: a nationally oriented approach. Moscow: Flinta: Nauka Publ.; 2015. 138 p. (In Russ.)
7. Gushchina YuI. Globalization and its impact on the development of educational services. *Vestnik of Bryansk State University journal*. 2012;3-2:113-16. (In Russ.)

### Информация об авторе

*Надежда А. Ременцова*, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия; ПАО «Центр международной торговли». Москва, Россия; 123610, Россия, Москва, Краснопресненская набережная, 12; NNhope@yandex.ru

### Information about the author

*Nadezhda A. Rementsova*, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia; World Trade Center, Moscow, Russia; bld. 12, Krasnopresnenskaya Emb., Moscow, Russia, 123610; NNhope@yandex.ru

## Вопросы государственного управления охраной труда в промышленных регионах

Ольга С. Коробова

*Российский университет дружбы народов,  
Москва, Россия, Olga-mggu@yandex.ru*

Татьяна В. Михина

*Всероссийский научно-исследовательский институт труда  
Министерства труда и социального развития РФ,  
Москва, Россия, mikhinatv@mail.ru*

Виталий А. Умнов

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, umnov.v@rggu.ru*

*Аннотация.* Проведен анализ применения программно-целевого метода управления охраной труда в угледобывающих регионах.

Программные документы (государственные программы, подпрограммы в рамках государственных программ, мероприятия по улучшению условий труда) угледобывающих регионов имеют ряд особенностей, обусловленных концентрацией на их территории предприятий с повышенным уровнем производственных рисков. Так, в Кемеровской области доля занятых на работах с вредными и (или) опасными условиями труда в 1,8 раза превышает среднероссийский показатель, уровень производственного травматизма в 2,1 раза, в том числе со смертельным исходом в 1,6 раза, а уровень профессиональной заболеваемости в 8,5 раз. В соответствующих программных документах основное внимание с точки зрения финансирования и перечня мероприятий, реализуемых в их рамках, уделяется превентивным мерам, направленным на предупреждение профессиональной заболеваемости производственного травматизма. Несмотря на это, среди угледобывающих регионов доля субъектов Российской Федерации, в которых не достигнуты запланированные целевые показатели, а также допущено увеличение экономических потерь, связанных с производственными рисками, выше чем по стране в целом.

*Ключевые слова:* программно-целевой метод управления охраной труда, целевые показатели, производственный травматизм, профессиональная заболеваемость, вредные и (или) опасные условия труда, виды экономической деятельности, добыча угля

*Для цитирования:* Коробова О.С., Михина Т.В., Умнов В.А. Вопросы государственного управления охраной труда в промышленных регионах // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 75–92. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-75-92

## Issues of the state managing the labor protection in industrial regions

Olga S. Korobova

*Friendship University of Russia, Moscow, Russia,  
Olga-mgggu@yandex.ru*

Tatiana V. Mikhina

*All-Russian Scientific and Research Institute of Labor  
of the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation,  
Moscow, Russia, mikhinatv@mail.ru*

Vitaliy A. Umnov

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
umnov.v@rggu.ru*

*Abstract.* The analysis of the application of the program-target method in the labor protection management in coal-mining regions was carried out.

Program documents (state programs, sub-programs within state programs, actions for improvement of working conditions) for coal-mining regions have a number of features caused by concentration in their territory of the enterprises with the increased level of production risks. So, in the Kemerovo region the average Russian indicator is exceeded in the share of employed at works with harmful and (or) dangerous working conditions by 1.8 times, in the level of occupational injuries by 2.1 times, (including those fatal by 1.6 times), and in the level of professional incidence by 8.5 times. In the context of the financing and the list of the actions realized within the framework of the relevant program documents the main attention (in those documents) is given to proactive measures directed to preventing occupational morbidity from industrial injuries.

Despite that, among coal mining regions, the share of constituent entities of the Russian Federation in which the planned target indicators are not reached and which also committed an increase in economic losses connected with production risks are higher than over the country in general.

*Keywords:* program and target method of managing the labor protection, target indicators, industrial injuries, occupational morbidity, harmful and (or) dangerous working conditions, types of economic activity, coal mining

*For citation:* Korobova OS., Mikhina TV., Umnov VA. Issues of the state managing the labor protection in industrial regions. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:75-92. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-75-92

## Введение

Одним из инструментов государственного администрирования в области охраны труда на региональном уровне является метод программно-целевого управления, заключающийся в разработке, внедрении и контроле за реализацией программ по улучшению условий и охраны труда, утвержденных органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации<sup>1</sup>.

В соответствие со статьей 179 Бюджетного кодекса Российской Федерации программные мероприятия могут реализоваться в форме: государственной программы субъекта Российской Федерации; подпрограммы государственной программы субъекта Российской Федерации; основных мероприятий и мероприятий в составе основных мероприятий государственных программ; а также ведомственной целевой программы<sup>2</sup>.

При разработке программных документов по охране труда Министерство труда и социального развития рекомендовало использовать в качестве основы актуализированную Типовую государственную программу субъекта Российской Федерации (подпрограмму государственной программы) по улучшению усло-

---

<sup>1</sup> Обеспечение проведения ежегодного общероссийского мониторинга условий и охраны труда в субъектах Российской Федерации с подготовкой по его итогам проекта доклада «О ходе реализации государственной политики в области условий и охраны труда в Российской Федерации: Отчет о НИР, № госрегистрации РК АААА-А16-116031650052-2. М.: ФГБУ ВНИИ труда, 2016. 240 с.

<sup>2</sup> Письмо Минтруда России от 13 сентября 2013 г. № 15-3-2597 «О Методических рекомендациях по разработке и реализации в субъектах Российской Федерации системы мероприятий, направленных на достижение целей государственной политики в области охраны труда с учетом типовой программы улучшения условий и охраны труда в субъекте Российской Федерации».

вий и охраны труда<sup>3</sup> (далее – Типовая программа), разработкой которой занимались специалисты ФГБУ «ВНИИ труда» Минтруда России<sup>4</sup>.

С 2017 г. программные документы, разработанные с учетом Типовой программы улучшения условий и охраны труда в субъекте Российской Федерации, рекомендованной Минтрудом России, утверждены и действуют во всех субъектах Российской Федерации.

Помимо унифицированных структуры, паспорта, целевых показателей, основных направлений комплекса мероприятий по улучшению условий и охраны труда, Типовая программа рекомендовала при разработке программного документа учитывать специфику региона.

Целью данной работы было проведение анализа состояния условий труда, производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в угледобывающих регионах и выявление специфики программных документов по улучшению условий и охраны труда, реализуемых на их территории.

### *Методы исследования*

В работе использовались методы сравнительного анализа и расчеты по разработанным ранее методикам.

#### *Теория вопроса и обсуждение результатов*

С точки зрения состояния условий и охраны труда отличительными особенностями угледобывающих регионов является повышенный уровень профессиональных рисков. Это – высокая доля занятых во вредных и или опасных условия труда и, как следствие, повышенный уровень производственного травматизма и профессиональной заболеваемости [2–9]. Так, при численности персонала угледобывающей отрасли порядка 150 тыс. человек (0,2% от

<sup>3</sup> Письмо Минтруда России от 31 января 2017 г. № 15-3/10/П-535

<sup>4</sup> Отчет о НИР ФГБУ «ВНИИ труда» Минтруда России по теме: «Подготовка предложений по доработке типовой государственной программы субъекта Российской Федерации (подпрограммы государственной программы) по улучшению условий и охраны труда в части дополнения положениями по обеспечению соблюдения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права» № 2.3.11. Москва, 2017.

<sup>5</sup> На предприятиях по добыче угля в 2017 г. по данным Фонда социального страхования пострадали в результате несчастных случаев 711 человек, по стране в целом – 37 560; по данным Федеральной службы по труду и занятости из 1 722 погибших в том году 29 человек работали в угледобывающих хозяйствующих субъектах.

общей численности занятых в экономике) доля этого вида экономической деятельности в производственный травматизм по стране в целом составляет около 2% (1,9% по общему травматизму и 1,7 – по травматизму со смертельным исходом)<sup>5</sup>.

На крупных и средних предприятиях по добыче угля (по данным Росстата) на работах с вредными и (или) опасными условиями труда в 2017 г. были заняты четверо из пяти работников; уровень производственного травматизма превысил общероссийской более чем в 2,6 раза, со смертельным исходом – в 2,8 раза, а профессиональной заболеваемости – в 38 раз (рис. 1).



Рис. 1. Состояние условий труда, производственного травматизма и профессиональной заболеваемости на предприятиях по добыче угля в 2017 г. (по данным Росстата)

Оценки показывают, что при прочих равных при 5-процентной доле занятых на предприятиях по добыче угля уровень производственного травматизма повышается на 8%, а уровень профессиональной заболеваемости почти в 2 раза.

Наличие предприятий по добыче угля в регионе существенно образом сказывается также на структуре причин несчастных случаев (табл. 1).

Таблица 1

Распределение несчастных случаев с тяжелыми последствиями по причинам происшествия, %

№	Наименование причин несчастного случая с тяжелыми последствиями	Все виды экономической деятельности			Добыча угля		
		Российская Федерация	Сибирский Федеральный округ	Кемеровская область	Российская Федерация	Сибирский Федеральный округ	Кемеровская область
1	Всего по субъекту Российской Федерации	100	100	100	100	100	100
2	Конструктивные недостатки и недостаточная надежность машин, механизмов, оборудования	2,13	1,51	1,10	2,20	1,54	1,96
3	Несовершенство технологического процесса	1,28	1,32	1,66	2,20	1,54	0,00
4	Эксплуатация неисправных машин, механизмов, оборудования	1,94	1,14	1,10	1,10	1,54	0,00
5	Неудовлетворительное техническое состояние зданий, сооружений, территории	2,15	1,99	2,21	3,30	4,62	3,92
6	Нарушение технологического процесса	5,74	7,95	14,92	21,98	24,62	25,49
7	Нарушение требований безопасности при эксплуатации транспортных средств	2,24	2,37	1,66	2,20	3,08	3,92



8	Нарушение правил дорожного движения	11,86	11,35	8,29	5,49	6,15	3,92
9	Неудовлетворительная организация производства работ	30,43	27,63	34,81	39,56	36,92	41,18
10	Неудовлетворительное содержание и недостатки в организации рабочих мест	2,82	4,45	10,50	7,69	7,69	9,80
11	Недостатки в организации и проведении подготовки работников по охране труда, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ непроведение инструктажа по охране труда</li> <li>▪ непроведение обучения и проверки знаний по охране труда</li> </ul>	4,20	5,20	3,31	1,10	1,54	0,00
12	Неприменение работником средств индивидуальной защиты, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ вследствие небезопасности ими работодателем</li> </ul>	3,01	3,12	4,42	0,00	0,00	0,00
13	Неприменение средств коллективной защиты	0,88	1,51	1,10	0,00	0,00	0,00
14	Нарушение работником трудового распорядка и дисциплины труда, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ нахождение пострадавшего в состоянии алкогольного, наркотического и иного токсического опьянения</li> </ul>	8,32	11,73	4,97	6,59	7,69	5,88
15	Использование пострадавшего не по специальности	0,63	0,95	1,66	0,00	0,00	0,00
16	Прочие причины, квалифицированные по материалам расследования несчастных случаев	23,15	19,10	8,84	6,59	3,07	3,93

*Рассчитано по данным Федеральной службы по труду и занятости*

Прежде всего надо отметить, что доля несчастных случаев, отнесенная к категории «Прочие причины, квалифицированные по материалам расследования несчастных случаев» на предприятиях, осуществляющих добычу угля, существенно меньше, чем по всем видам экономической деятельности. Так, для страны в целом в эту категорию попадает около четверти всех несчастных случаев с тяжелыми последствиями, в то время как на предприятиях по добыче угля она составляет 6,6%, а в Сибирском федеральном округе и Кемеровской области, в которых в основном добыча угля осуществляется подземным способом, – 3,1% и 3,9% соответственно.

На предприятиях по добыче угля отсутствуют несчастные случаи вследствие неприменения средств индивидуальной и коллективной защиты, нахождения пострадавшего в состоянии алкогольного, наркотического и иного токсического опьянения, использования пострадавшего не по специальности,

Существенно ниже доля несчастных случаев по причине нарушение правил дорожного движения, недостатков в организации и проведении подготовки работников по охране труда.

На угледобывающих предприятиях существенно выше доля несчастных случаев с тяжелыми последствиями по причинам:

– нарушения технологического процесса: для страны в целом – в 3,8 раз, для Сибирского федерального округа – в 4,3 раза, для Кемеровской области – в 4,4 раза;

– неудовлетворительного содержания и недостатков в организации рабочих мест для страны в целом и Сибирского федерального округа – в 2,7 раз, для Кемеровской области – в 3,5 раза;

– неудовлетворительной организации производства работ: для страны в целом – на 30%, для Сибирского федерального округа – на 21,3%, для Кемеровской области – на 35,3%.

Особенности структуры причин несчастных случаев с тяжелыми последствиями на предприятиях по добыче угля влияет на структуру причин на территориальном уровне.

Доля несчастных случаев с тяжелыми последствиями по причинам:

– нарушения технологического процесса в Сибирском федеральном округе превышает этот показатель по стране в целом на 38,5%, в Кемеровской области – в 2,6 раза;

– неудовлетворительного содержания и недостатков в организации рабочих мест в Сибирском федеральном округе превышает этот показатель по стране в целом в 1,6 раз, в Кемеровской области – в 3,7 раза.

Таким образом, при разработке программных документов по улучшению условий и охраны труда в угледобывающих регионах особое внимание должно быть уделено превентивным мерам (желательного технического характера), направленным на профилактику негативных последствий воздействия вредных и опасных производственных факторов.

Следует отметить, что доля регионов субъектов Российской Федерации с высоким статусом программных документов по улучшению условий и охраны труда среди угледобывающих регионов выше, чем в целом по стране. Так, на конец 2017 г. статус государственной программы имеют шесть субъектов Российской Федерации, на территории четырех из которых ведется добыча угля (Республика Саха (Якутия), Красноярский край, Магаданская и Челябинская области), имеют на своих территориях предприятия по добыче угля.

Из 59 субъектов Российской Федерации, на территории которых реализуются подпрограммы по улучшения условий и охраны труда в рамках государственных программ, 18 относятся к угледобывающим; из 19 субъектов Российской Федерации, в которых мероприятия по охране труда были выделены в самостоятельный раздел или комплекс основных мероприятий в рамках подпрограммы госпрограммы субъекта Российской Федерации, лишь в Забайкальском крае функционируют предприятия по добыче угля.

По финансированию программных мероприятий по улучшению условий и охраны труда первое место среди субъектов Российской Федерации занимает Кемеровская область (на 2017 г. было запланировано 6,6 млрд руб., фактически было выделено около 7,5 млрд руб.), в которой доля занятых на угледобывающих предприятиях наиболее высокая.

Удельные объемы финансирования программных мероприятий в угледобывающих субъектах Российской Федерации в 2017 г. варьировались от 6109,9 рублей на одного занятого в экономике региона (Кемеровская область) до нескольких рублей (Челябинская область – 9,6 руб., Сахалинская область – 4,1 руб., Свердловская – 1,2 руб.)<sup>6</sup> (табл. 2).

В шести угледобывающих субъектах Российской Федерации объемы финансирования программных мероприятий превысили 0,2% от валового регионального продукта.

В большинстве субъектов Российской Федерации основная доля средств, выделяемых на реализацию программных мероприя-

---

<sup>6</sup> Среднее по стране удельное финансирование программных мероприятий по улучшению условий и охраны труда в 2017 г. составило 655,8 руб. на одного занятого в экономике, или 0,05% от ВВП.

Таблица 2

Финансирование программных мероприятий  
по улучшению условий и охраны труда в угледобывающих регионах

Субъекты РФ	Удельный объем финансирования		Субъекты РФ	Удельный объем финансирования	
	руб./чел.	% от ВРП		руб./чел.	% от ВРП
Кемеровская область	6109,9	0,87	Алтайский край	186,1	0,04
Амурская область	4920,7	0,68	Новосибирская область	160,8	0,02
Оренбургская область	3907,2	0,47	Забайкальский край	139,2	0,025
Республика Саха	2531,4	0,14	Мурманская область	115,7	0,010
Хабаровский край	2259,6	0,25	Ростовская область	108,0	0,018
Тульская область	1487,2	0,21	Еврейская автономная область	46,0	0,007
Чукотский АО	927,7	0,05	Иркутская область	27,3	0,002
Магаданская область	647,9	0,04	Республика Хакасия	24,0	0,003
Республика Бурятия	404,0	0,08	Челябинская область	9,6	0,001
Красноярский край	297,7	0,02	Сахалинская область	4,1	0,0002
Республика Тыва	247,4	0,05	Свердловская область	1,2	0,0001
Приморский край	190,6	0,03	Республика Коми*	0	0

\* Несмотря на то что в государственной программе Республики Коми «Социальная защита населения» средства на финансирование подпрограммы «Улучшение условий и охраны труда» отдельной строкой не выделяются (мероприятия финансируются за счет средств бюджета в пределах общих объемов бюджетных ассигнований), подпрограммой предусмотрено обеспечение финансирования превентивных мер за счет средств регионального отделения Фонда социального страхования Российской Федерации (по согласованию с ним).

тий по улучшению условий и охраны труда, приходится на внебюджетные источники (96,3%), в основном из средств работодателей (74,3%), причем в угледобывающих регионах эти доли несколько выше (табл. 3). Наиболее существенные различия наблюдаются по Кемеровской области, в которой на долю объемов финансирования из средств работодателей приходится 91,9%.

Таблица 3

Структура объемов финансирования программных мероприятий по источникам финансирования, %

Источники финансирования	Структура источников финансирования		
	Российская Федерация	Угледобывающие регионы	Кемеровская область
Бюджетные, в том числе:	3,7	2,6	0,002
▪ региональные бюджеты	1,8	1,2	0,002
▪ муниципальные бюджеты	1,9	1,4	–
Внебюджетные, в том числе:	96,3	97,4	99,998
▪ Фонд социального страхования Российской Федерации в рамках финансового обеспечения предупредительных мер	19,1	10,9	8,1
▪ работодатели	74,3	79,2	91,9
▪ государственные корпорации, акционерные общества с государственным участием, общественные, научные и иные организации	2,9	7,3	0,0

Существенные различия программных документов угледобывающих регионов по улучшению условий и охраны труда наблюдаются и в структуре финансирования программных мероприятий по основным направлениям (табл. 4).

Таблица 4

## Структура финансирования программных мероприятий, %

Направление финансирования	Российская Федерация	Угледобывающие регионы	Кемеровская область
Специальная оценка условий труда	12,64	7,19	0,11
Превентивные меры, направленные на снижение производственного травматизма и профессиональной заболеваемости, включая совершенствование лечебно-профилактического обслуживания работающего населения	81,56	89,06	99,88
Непрерывная подготовка работников по охране труда	1,83	2,48	0,01
Совершенствование нормативной правовой базы в области охраны труда	0,14	0,02	0,00
Информационное обеспечение и пропаганда охраны труда	0,29	0,09	0,00
Другие мероприятия по охране труда	3,54	1,16	0,00

Так, в программных документах угледобывающих регионов доля средств, направленных на финансирование превентивных мер, на 10% превышает аналогичный показатель по стране, а в Кемеровской области она доходит до 99,88%. По этому направлению финансирование осуществляется за счет средств государственных внебюджетных фондов<sup>7</sup> и юридических лиц; остальные направления финансируются в основном за счет средств бюджета Кемеровской области в пределах общих объемов бюджетных ассигнований, предусмотренных в установленном порядке на соответствующий финансовый год.

<sup>7</sup> Фонд социального страхования Российской Федерации и работодателей

В качестве возможных рисков реализации не в полном объеме планируемых мероприятий в программных документах угледобывающих регионов указываются недостаток финансовых средств в областном бюджете и у работодателей в связи с кризисными явлениями в мировой и российской экономике, а также введенными санкциями в отношении Российской Федерации. Недостижение ожидаемых результатов по снижению производственного травматизма возможно по причине аварий и техногенных катастроф на угольных предприятиях. Для снижения возможных рисков в программных документах, как правило, предусмотрено проведение ежегодного мониторинга хода реализации программ и их корректировка в случае необходимости.

Отличительной особенностью программных документов по улучшению условий и охраны труда является также то, что в них большое внимание уделяется вопросам мониторинга состояния профессиональной заболеваемости, профилактики профессиональных заболеваний; обеспечению финансирования лечения пострадавших как непосредственно после произошедшего несчастного случая, так и осуществлению медицинской, социальной и профессиональной реабилитации пострадавших.

Например, в Подпрограмме «Реализация мероприятий по охране труда» государственной программы Кемеровской области «Содействие занятости населения Кузбасса на 2014–2019 годы» в перечень превентивных мер входят:

- разработка методических материалов по профилактике профессиональных заболеваний и реабилитации пострадавших;
- издание серии брошюр для работников, занятых на работах с вредными условиями труда;
- разработка методики расчета риска развития профессионального заболевания;
- разработка порядка и критериев контроля качества проведения предварительных и периодических медицинских осмотров работников.

В соответствии с Типовой программой оценка хода реализации программных документов осуществляется по целевым показателям и по экономической эффективности программных мероприятий.

Сравнение фактических плановых значений целевых показателей показывает, что доля субъектов Российской Федерации, в которой не были достигнуты планируемые значения целевых показателей среди угледобывающих регионов, несколько выше, чем по стране в целом (табл. 5). При этом основной проблемой является достижение плановых значений показателей, характеризующих состояние условий труда.

Таблица 5

Информация о наличии и достижении значений основных целевых показателей, рекомендованных Типовой программой, и их аналогов в субъектах Российской Федерации

Наименование целевого показателя	Количество субъектов				Кемеровская область	
	Российская Федерация		Угледобывающие регионы		Нагпине показатеия	Длстпжне ппановот знанчене
	Нагпине показатеия	Длстпжне ппановот знанчене	Нагпине показатеия	Длстпжне ппановот знанчене		
1.1. Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве со смертельным исходом	71	65	22	20	+	+
1.2. Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с утратой трудоспособности на один рабочий день и более	70	64	21	18	+	+
1.3. Количество дней временной нетрудоспособности в связи с несчастным случаем на производстве в расчете на одного пострадавшего	78	36	22	10	+	-
1.4. Численность работников с установленным предварительным диагнозом профессионального заболевания по результатам проведения обязательных периодических медицинских осмотров	54	49	14	13	-	-
1.5.* Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве с утратой трудоспособности на 1 рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1 тыс. работающих	28	24	7	6	-	-



1.6.* Численность пострадавших в результате несчастных случаев на производстве со смертельным исходом в расчете на 1 тыс. работающих	18	14	4	3	-	-
1.7.* Численность работников с установленным диагнозом профессионального заболевания	24	22	7	6	+	+
1.8.* численность лиц с впервые установленным в текущем году профессиональным заболеванием в расчете на 10 тыс. работающих	4	4	1	0	-	-
2.1. Количество рабочих мест, на которых проведена специальная оценка условий труда	53	44	14	11	+	-
2.2. Удельный вес рабочих мест, на которых проведена специальная оценка условий труда, в общем количестве рабочих мест	78	45	22	12	+	-
2.3. Количество рабочих мест, на которых улучшены условия труда по результатам специальной оценки условий труда	69	57	20	16	+	-
3.1. Численность работников, занятых во вредных и (или) опасных условиях труда	75	49	31	17	+	+
3.2. Удельный вес работников, занятых во вредных и (или) опасных условиях труда, от общей численности работников	80	42	23	12	+	-

\* – Дополнительные показатели, используемые в программных документах по улучшению условий и охраны труда субъектов Российской Федерации, являющиеся аналогами основных

При оценке экономической эффективности программных мероприятий учитывались как предотвращенный ущерб от несчастных случаев и неблагоприятных условий труда, так и сокращение расходов на компенсации и выплаты досрочных пенсий по Списку 1 и Списку 2 за работу во вредных и (или) опасных условиях труда [12]. Для сопоставимости результатов удельные затраты брались за год, предшествующий отчетному. В случае невозможности расчета удельных затрат учитывалась инфляция.

По сравнению с 2016 г. потери и затраты в 2017 г. увеличились в 15 субъектах Российской Федерации.

Среди угледобывающих регионов увеличение наблюдалось в каждом третьем. В Забайкальском крае оно составило 5,2% от потерь и затрат в 2016 г., в Магаданской области – 3,2%, Республике Тыва – 2,0%, Республике Хакасия – 1,9%, в Республике Бурятия и Иркутской области – по 0,5%, в Челябинской – 0,4%.

### *Заключение*

Таким образом, анализ хода реализации программ по улучшению условий и охраны труда в угледобывающих регионах показал, что программные документы в основном соответствуют рекомендациям, заложенным в Типовой программе. К отличительным особенностям программных документов относится структура финансирования программных мероприятий как по источникам (в основном за счет средств работодателей), так и по направлениям (основные средства направляются на финансирование превентивных мер по предупреждению профессиональной заболеваемости и производственного травматизма). Что касается достижения запланированных значений целевых показателей и экономической эффективности программных мероприятий, то среди угледобывающих регионов дела обстоят несколько хуже, чем по стране в целом.

### *Литература*

---

1. *Михина Т.В., Кутуева О.В., Савосин А.В.* Мониторинг хода реализации программ улучшения условий и охраны труда в субъектах Российской Федерации // *Охрана и экономика труда*. 2015. № 4 (21). С. 101–109.
2. *Weeks J.L.* Occupational health and safety regulation in the coal mining industry: Public health at the workplace // *Annual Review of Public Health*. 1991. № 12. P. 195–207.
3. *Rest K.* The safety of coal miners – and every worker in America – is at risk // *Union of Concerned Scientists: Science for a healthy planet and safer world*. 2017. March 22.

4. Wei Xiangrong. Coal Enterprise safety culture on the development of modern miners // *Contemporary miners*. 2011. Apr.
5. Kovach J.V., Cudney E.A., Elrod C.C. The use of continuous improvement techniques: A survey based study of current practices // *International Journal of Engineering, Science and Technology*. 2011. № 3(7). P. 89–100.
6. Баловцев С.В., Воробьева О.В. Управление производственными рисками на основе ранжирования требований безопасности // *Горный информационно-аналитический бюллетень*. 2016. № 12. С. 15–20
7. Landwojtowicz A.K. Determinants of the concept of continuous improvement in manufacturing company, case study // *Quality 2015: 9th Research/Expert Conference with International Participations*. 2015. June 10–13.
8. Jafari M.J., Gharari M., Ghafari M., Omid L., Kalantari S., Asadolahfardi G.R. The influence of safety training on safety climate factors in a construction site // *International Journal of Occupational Health*. 2014. № 6(2). P. 1–7.
9. Коробова О.С., Михина Т.В. Оценка экономических потерь, связанных с состоянием травматизма и условий труда на предприятиях по добыче каменного угля, бурого угля и торфа в Российской Федерации // *Горный информационно-аналитический бюллетень*. 2015. № 10. С. 290–296.
10. Veltri A. Safety, health and environment strategies available to firms and being firms: A conceptual framework for formulating strategy // *The Journal of SH&E Research*, 2008. № 5(3). P. 1–27.
11. Кузнецова Е.А., Михина Т.В., Кутуева О.В. Оценка эффективности программ улучшения условий и охраны труда в субъектах Российской Федерации // *Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты: Сб. науч. стат. студентов, магистров, аспирантов, молодых ученых и преподавателей / Под общ. ред. Т.М. Сигитова. Пермь: ИП Сигитов Т.М., 2016. Вып. № 9. С. 36–40.*

## References

---

1. Mikhina TV., Kutueva OV., Savosin AV. Monitoring the progress of implementation of programs to improve the working conditions and labor protection in the constituent entities of the Russian Federation. *Protection and labor economics*. 2015;4(21):101-109. (In Russ.)
2. Weeks JL. Occupational health and safety regulation in the coal mining industry: public health at the workplace. *Annual Review of Public Health*. 1991;12:195-207.
3. Rest K. The safety of coal miners – and every worker in America – is at risk. *Union of Concerned Scientists: Science for a healthy planet and safer world*. 2017. March 22.
4. Wei Xiangrong. Coal Enterprise safety culture on the development of modern miners. *Contemporary miners*. 2011. Apr.
5. Kovach JV., Cudney EA., Elrod CC. The use of continuous improvement techniques: A survey based study of current practices. *International Journal of Engineering, Science and Technology*. 2011;3(7):89-100.

6. Balovtsev SV., Vorobyeva OV. Management of production risks based on ranking the safety requirements. *Gorny Analytical Bulletin*. 2016;12:15-20. (In Russ.)
7. Landwojtowicz AK. Determinants of the concept of continuous improvement in manufacturing company, case study. *Quality 2015*. 9th Research/Expert Conference with International Participations. June 10–13, 2015.
8. Jafari MJ., Gharari M., Ghafari M., Omid L., Kalantari S., Asadolahfardi GR. The influence of safety training on safety climate factors in a construction site. *International Journal of Occupational Health*. 2014;6(2):1-7.
9. Korobova OS., Mikhina TV. Estimation of economic losses associated with the state of injuries and working conditions at the enterprises for the extraction of coal, lignite and peat in the Russian Federation. *Mountain Information and Analytical Bulletin*. 2015;10:290-96. (In Russ.)
10. Veltri A. Safety, health and environment strategies available to firms and being firms: A conceptual framework for formulating strategy. *The Journal of SH&E Research*. 2008;5(3):1-27.
11. Kuznetsova EA., Mikhina TV., Kutueva OV. Evaluation of the effectiveness of programs to improve the working conditions and labor protection in the constituent entities of the Russian Federation. *Development of modern science. Theoretical and applied aspects*: Coll. scientific articles of students, masters, graduate students, young scientists and teachers. Ed. by TM. Sigitova. 2016;9:36-40. (In Russ.)

### *Информация об авторах*

Ольга С. Коробова, доктор экономических наук, профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия; 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6; Olga-mgggu@yandex.ru

Татьяна В. Михина, кандидат технических наук, ФГБУ «ВНИИ труда» Минтруда России, Москва, Россия; 105043, Москва, ул. 4-я Парковая, д. 2; mikhinatv@mail.ru

Виталий А. Умнов, доктор экономических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; umnov.v@rggu.ru

### *Information about the authors*

Olga S. Korobova, Dr. of Sci. (Economics), professor, Friendship University of Russia, Moscow, Russia; bld. 6, Miklukho-Maklay Str., Moscow, Russia, 117198; Olga-mgggu@yandex.ru

Tatiana V. Mikhina, Cand. of Sci. (Technical), associate professor, Federal State Budgetary Institution “All-Russian Scientific and Research Institute of Labor” of the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation, Moscow, Russia; bld. 2, 4<sup>th</sup> Park Str., Moscow, Russia, 105043; mikhinatv@mail.ru

Vitaliy A. Umnov, Dr. of Sci. (Economics), professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; umnov.v@rggu.ru

## Вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия: опыт и проблемы

Галина А. Королева

*Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,  
Ярославль, Россия, gotik@inbox.ru,  
g.koroleva@uniyar.ac.ru*

Алексей В. Титов

*Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,  
Ярославль, Россия, gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru*

*Аннотация.* Статья посвящена вопросам вовлечения в хозяйственный оборот городов и территорий объектов культурного наследия. Рассматриваются подходы к определению понятия «объект культурного наследия» и дается формулировка, используемая в данной статье. В международной практике применяются несколько механизмов восстановления и использования подобных объектов в инфраструктуре городских и сельских поселений. Все указанные механизмы имеют собственные преимущества, недостатки и ограничения применения.

Авторами анализируется накопленный зарубежный опыт и предлагаются механизмы взаимодействия государства и бизнеса в вопросах восстановления объектов культурного наследия и коммерческого использования реставрированных объектов для интеграции их в туристическую и экономическую инфраструктуру региона.

*Ключевые слова:* объекты культурного наследия, аренда, сохранение, хозяйственный оборот, Ярославская область

*Для цитирования:* Королева Г.А., Титов А.В. Вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия: опыт и проблемы // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 93–110. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-93-110

## Bringing of the cultural heritage objects into the economic turnover. An experience and issues

Galina A. Koroleva

*Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia,  
gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru*

Alexey V. Titov

*Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia,  
gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru*

*Abstract.* The article is devoted to the issues of involving the cultural heritage sites into the economic turnover of cities and territories. It considers the approaches to the definition of the “object of cultural heritage” and gives the used wording. In international practice, there are several mechanisms that are used for the restoration and subsequent operation of such facilities in the infrastructure of the urban and rural settlements. All of those mechanisms have their own advantages, disadvantages and limitations of the application.

The authors analyze the accumulated foreign experience and propose mechanisms of interaction between the state and business on the issues of restoration of the cultural heritage objects and commercial use of restored objects for their integration into the tourist and economic infrastructure of the region.

*Keywords:* objects of cultural heritage, lease, conservation, economic turnover, Yaroslavl region

*For citation:* Koroleva GA., Titov AV. Bringing of the cultural heritage objects into the economic turnover. An experience and issues. *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law” Series.* 2019;1:93-110. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-93-110

Попытки создать условия экономической и политической изоляции России заставляют пересмотреть российскую политику в области экономического развития. Изменение внешних условий оказывает влияние на большую часть отраслей. Среди тех, которые подвержены наиболее сильно внешнему влиянию, находится туристическая отрасль. Падение курса рубля, рост антироссийских настроений в мире заставляют уделить значительное внимание развитию внутреннего туризма, а также повышению привлекательности туристических маршрутов для иностранных туристов. На уровень привлекательности влияют множество факторов. Один из основных – экономический. Снижение курса рубля удешевляет туры по российским маршрутам. И в этом случае выигрывают те

маршруты, которые проходят по населенным пунктам с богатым историческим наследием. Неотъемлемой частью исторического облика туристических населенных пунктов является архитектура и иные объекты культуры. Часть российских городов сохранили в своем облике специфические черты, характерные для различных исторических эпох и архитектурных стилей. Их смешение создает подчас неповторимый образ, который выделяет данный город или поселение среди подобных ему.

Безусловно, сохранение такого образа является результатом усилий многих поколений. Но и действия органов власти способны внести свою лепту в сохранение и восстановление исторически значимых объектов. В последнее время в РФ уделяется много внимания вопросам сохранения и восстановления объектов культурного наследия (далее – ОКН), а также использованию их потенциала для экономического и социального развития городов, поселений и территорий. Данная деятельность предполагает серьезные финансовые вложения. Осуществление восстановительных работ и мероприятий по содержанию объектов культурного наследия не может быть оплачено только за счет средств бюджетов разных уровней. Наиболее актуальным является поиск механизмов консолидации финансовых средств из разных источников для сохранения и развития ОКН в условиях жестких бюджетных ограничений.

Понятие объектов культурного наследия в настоящее время в российском законодательстве синонимично памятникам культуры и истории. Используются и другие формулировки, такие как: культурное наследие, культурная ценность, культурное достояние, объекты, представляющие историко-культурную ценность. Сущность термина «культурное наследие» многие российские исследователи отождествляют с термином «культурные ценности» (Е.В. Медведев, К.Е. Рыбак и др.) [1, 2, 3 с. 5]. Однако, по мнению авторов, данные понятия различаются. Понятие культурного наследия шире, чем культурные ценности, так как не все культурные ценности относятся к культурному наследию, но все объекты культурного наследия выступают культурными ценностями.

Статья 3 Федерального закона от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» определяет ОКН как любой объект недвижимого имущества, представляющий историко-культурную ценность<sup>1</sup>. Однако с юридической точки зрения правовой статус данных категорий разный. Так, по мнению Ю.М. Бердюги-

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

ной, к объектам культурного наследия могут относиться лишь объекты с обязательной регистрацией либо внесенные в специальный реестр ОКН. Дальнейшие мероприятия по охране, использованию и сохранению могут проводиться только в отношении тех культурных объектов, которые на основании нормативно-правового акта приобретают статус памятников истории и культуры или выявленных ОКН и включаются в государственный реестр (список) [4].

Исходя из экономических и социальных задач государства, под объектами культурного наследия понимают недвижимые культурные ценности, которые были созданы человеком, либо подвергнуты его целенаправленному воздействию в прошлом, и при этом включены в государственный реестр ОКН (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации на основании нормативно-правового акта органа государственной или муниципальной власти. На наш взгляд, к объектам культурного наследия стоит относить не только недвижимые культурные ценности, но и природные объекты, связанные с отпращиванием культовых обрядов. Последние не получили четкого определения в нормативно-правовых актах РФ. Наиболее близки к этому понятию особо охраняемые природные территории, которые закреплены в Федеральном законе от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях»<sup>2</sup>. Однако не все подобные объекты попадают в категорию особо охраняемых территорий.

В настоящее время объекты культурного наследия выступают важным компонентом улучшения качества жизни человека и одним из стратегических ресурсов социально-экономического развития территории. Они становятся действенным стимулом для обеспечения экономического роста и занятости населения в различных сферах деятельности, как традиционных, так и новейших. Помимо этого, ОКН выполняют воспитательную функцию, формируя устойчивую привязку самосознания человека к конкретной территории и культуре. Что также стимулирует более высокую активность населения в процессах развития территорий.

Стимулирование такой активности необходимо отнести к одной из управленческих задач, которая должна стоять перед органами публичной власти. Речь идет, в том числе, о сокращении оттока экономически активного населения из малых городов и сельской местности в крупные города. По данным, опубликованным 26 марта 2018 г. территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области, на 1 января 2018 г. городское население в указанном регионе составило

---

<sup>2</sup> Федеральный закон от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях».



81,78% (1 035 103 чел.)<sup>3</sup>. Эта проблема вызвана массовым миграционным оттоком молодежи в города (как правило, в г. Ярославль), основу которого составляет молодежь в возрасте от 18 до 35 лет. Проблема приобретает острый характер в силу того, что в дальнейшем при создании новых производств в сельской местности неизбежно возникает проблема дефицита рабочей силы. Стимулируя активность населения в части разработки и реализации небольших проектов, направленных на повышение туристической привлекательности и развитие инфраструктуры малых городов и сел, имеющих на своей территории ОКН, позволит задержать на местах часть активного населения.

Проблема использования объектов культурного наследия в современных социально-экономических отношениях существует не только в РФ, но и во всех странах, которые пытаются сохранить существующее культурное наследие. В государствах, где ОКН может принадлежать частному собственнику, использование такого объекта осуществляется под жестким контролем государства и общества. Как правило, законодательно налагается ряд ограничений на порядок и способ использования объектов, представляющих историческую и культурную ценность. К таким странам относятся: США, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Япония и др. В РФ данные механизмы только начинают формироваться.

Государство единолично не может выдержать финансовое бремя восстановления и сохранения ОКН. Бюджетная поддержка в мировой практике заменяется демократическими технологиями социального партнерства в сфере взаимодействия культуры, власти и бизнеса. Так, в Европе в последние годы формируются механизмы использования фандрайзинга, в рамках которого появляется возможность консолидации финансовых ресурсов и расходования их в соответствии с потребностями общества. Основная часть средств в рамках фандрайзинга формируется за счет благотворительных пожертвований физических и юридических лиц. Однако этого, как правило, недостаточно для поддержки культурного наследия в полной мере [5].

В мировой практике, несмотря на недостаток финансовых ресурсов для содержания и реставрации ОКН, государство всегда стремится активно задействовать эти объекты в хозяйственной жизни территории. Можно выделить четыре механизма решения данной задачи, которые применяются с разной степенью эффективности:

---

<sup>3</sup> Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: [http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/yar/ru/statistics/population/](http://yar.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/yar/ru/statistics/population/) (дата обращения 01 фев. 2019).

- 1) приватизация ОКН с наложением обременений на частных собственников;
- 2) «девелопмент» ОКН;
- 3) создание туристических продуктов на базе ОКН;
- 4) формирование бренда ОКН и дальнейшая продажа прилегающей к объекту недвижимости по повышенным ценам.

Не все указанные механизмы применяются в РФ, так как у них есть недостатки, препятствующие их использованию в настоящее время. Однако странами накоплен значительный положительный опыт, который, безусловно, должен быть изучен детально. Ярким примером использования механизма приватизации ОКН является Франция. В этой стране по состоянию на 31 декабря 2008 г. приватизированы 49,57% зданий, которые были признаны памятниками архитектуры [6]. В государствах, где используется подобная система, собственник берет на себя обязательства (обременения) по сохранению, использованию и популяризации ОКН. Любое нарушение законодательства влечет за собой максимально жесткие санкции, включая изъятие ОКН из собственности.

Здесь стоит отметить, что государство в рамках используемого механизма преследует цель не пополнения бюджета соответствующего уровня, а освобождение государства от бремени реставрации таких объектов. Поэтому наряду с обременениями органы власти предусматривают целый перечень льгот, субсидий и пр. для собственников или арендаторов ОКН. В европейских странах государство достаточно часто использует механизмы налогообложения для стимулирования восстановления и использования ОКН в экономической деятельности. Наиболее распространенными льготами являются: льготы по налогу на недвижимость, которая рассчитывается в странах Евросоюза по кадастровой, а не по балансовой стоимости объектов, льготы по отсрочке уплаты налогов и др. Широко распространен механизм уменьшения арендной платы на сумму затрат, которые связаны с реставрацией и содержанием ОКН, или взимания арендной платы по минимальной ставке. В некоторых странах ЕС установлена льготная ставка НДС для реставрационных и строительных работ на исторических зданиях. Часто стоимость ремонта и обслуживания исторических зданий возмещается за счет льготы по подоходному налогу.

В последнее время приобретает популярность второй механизм использования ОКН, в рамках которого за последние 30 лет в Европе стала формироваться инфраструктура сохранения и восстановления таких объектов. Получает развитие так называемый менеджмент наследия, целью которого выступает образование конкурентоспособных девелоперских проектов, связанных

с восстановлением и сохранением облика ОКН с учетом мнения общества. Речь идет о комплексе мероприятий, направленных на адаптацию объекта, его вовлечение в культурный и экономический оборот территории. Обычно речь идет о создании группы отдельных инвестиционных проектов, объединенных общей идеей [7]. Данный механизм предполагает, что такие структуры принимают на себя полностью или частично не только сопровождение разработки подобных проектов, но и контроль за соблюдением требований по выбору и использованию соответствующих технологий восстановительных и реставрационных работ, их качеству. Это, в свою очередь, формирует ряд требований к уровню профессионализма сотрудников, задействованных на сопровождении проектов.

Как уже отмечалось, восстановление таких объектов требует значительных финансовых ресурсов. В европейских странах в процесс сбора необходимых средств активно вовлекаются некоммерческие общественные организации. Так, ежегодно в Италии – лидеру по объектам ЮНЕСКО – привлекается порядка 1,5 млрд евро, в Великобритании треть проектов по восстановлению проходит через консультационную и финансовую поддержку национального траста страны<sup>4</sup> [8]. Общественные организации, как правило, занимаются привлечением благотворительных средств и контролем за их последующим расходованием. Но в данном механизме болевой точкой является сохранение единого управления проектом восстановления.

Комплексный подход к увеличению эффективности использования объектов культурного наследия начал формироваться сравнительно недавно. За основу было взято распределение функций между основными участниками сохранения и развития такого наследия: органами власти всех уровней, общественными и некоммерческими организациями, фондами, бизнесом, местными сообществами и частными лицами.

К примеру, организация «Спасем наследие Британии» была создана в 1975 г., фонд наследия Франции – в 1996 г. и др. Начиная с 1970-х годов в мире регулярно проводятся мероприятия, ориентированные на привлечение внимания к развитию сектора наследия в целом, налаживанию рабочих связей и привлечению партнеров к совместной работе. Речь идет, например, о Международном салоне, выставке культурного наследия во Франции, который является профессиональной площадкой для обсуждения актуальных вопросов в сфере культурного наследия страны и его использования.

---

<sup>4</sup> Конвенция ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия». Париж, 17 октября 2003 г. ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unesco.org/bpi/rus/pdf/03-82-Russe.pdf> (дата обращения 16 дек. 2018).

В США с середины XX в. национальным трастом была разработана программа «Главная улица», в рамках которой предполагалось современное использование культурно-исторических объектов. Планировалось восстановить экономическую жизнеспособность городов с помощью повторного использования зданий и адаптации их к современным реалиям. Для владельцев таких объектов была разработана комплексная система налоговых льгот, стимулирующих собственников не сносить, а развивать старые здания [9].

Подобного рода использование ОКН в Европе и США подразумевает развитие туризма и индустрии гостеприимства (экотуризм, агротуризм и другие виды туризма с применением исключительных характеристик того или иного места) [10]. Такие проекты в основном принадлежат потомкам выдающихся людей своего времени.

Иногда на основе приватизированных объектов формируется единый культурный и туристический бренд. В его формировании на равных принимают участие как частные собственники объектов недвижимости, так и местные и региональные власти. Примером такого успешного сотрудничества может служить имущественный комплекс г. Ротенбург-на-Таубере, где действия всех собственников подчинены формированию облика города, посвященного празднику Рождества. Городская архитектура, тематика сувенирной продукции, транспорт (городской и частный) носят на себе черты привязки к данному празднику. Все городские ритуалы и традиции стилизованы и частично театрализованы. Музеи, расположенные в исторической части города, также посвящены названной тематике или соприкасаются с ней. Все гостиницы, предприятия общественного питания, магазины на территории исторической части являются частными. Следует отметить, что гостиницы расположены в домах, которые были выстроены как жилые и по большей части имеют стилизованные интерьеры. Подавляющая часть гостиниц является семейными предприятиями. Город привлекает огромное количество туристов со всего мира. Но в функционировании этого историко-туристического комплекса есть ярко выраженная сезонность: пик притока туристов приходится на ноябрь – первую половину января. После чего наблюдается резкий спад посещений до апреля. В указанный период большая часть частных магазинов закрывается и часть работоспособного населения покидает город. Данная тенденция является стабильной и усилия органов местного самоуправления пока не могут смягчить этот процесс. Особенно тревожным для городских властей является тот факт, что наиболее молодая часть уехавшей рабочей силы к следующему сезону не возвращается. Возраст людей, обслуживающих данный ОКН, неизменно возрастает.

Яркими примерами подобного рода взаимодействия выступает использование объектов культурного наследия в различных городах Германии и Франции: Тюбингене, Сен-Мало, Ландсхуте и др. Эти объекты пользуются популярностью у туристов всего мира. При этом население в них не превышает 90 000 человек.

Заслуживает внимания система сохранения объектов культурного наследия в Англии, а именно ситуация с крупными историческими городами Великобритании. В этой стране ведется государственная регистрация памятников культуры, в рамках которой для Англии (с Уэльсом), Шотландии и Северной Ирландии составлены государственные списки исторических парков и садов. Основное значение в области территориальной охраны такого рода объектов имеют общественные организации и местные власти.

Большое влияние на систему наследия Великобритании оказывают частная собственность и частные вложения, управление которыми осуществляет общественная организация «Национальный траст» [11]. Она выступает крупнейшим собственником исторических садов и парков, деревень, поместий, участков относительно нетронутой природы. В соответствии с действующим законодательством продажа собственности траста возможна только на основе утверждения подобного решения обеими палатами Парламента и с согласия Короны. При этом передача трасту частных поместий оставляет право пожизненного проживания в них бывших владельцев. Национальный траст Великобритании стал началом организации всемирного движения «Национальный траст» в развитых странах.

Четвертый из рассматриваемых нами механизмов связан с формированием бренда конкретного объекта культурного наследия и повышения за счет него стоимости прилегающих земель. Реализуя программу восстановления такого объекта, одновременно организуют широкую просветительскую компанию, которая одновременно служит скрытой рекламой восстанавливаемого объекта. Цель – максимально подогреть интерес общественности к объекту и прилегающей территории. Как следствие – недвижимость рядом с объектом начинает расти в цене, меняется зональная карта города (по цене земли). Применение данного механизма на практике не всегда возможно. Для его высокой эффективности необходимо, чтобы объект находился на земельном участке, который является государственной или муниципальной собственностью. Кроме того, земельный участок должен быть достаточно большим и незастроенным (или строения на нем должны находиться тоже в государственной и муниципальной собственности). Только в этом случае продажа (аренда) прилегающей к объекту культурного наследия недвижимости принесет в бюджет значительные средства. Для ста-

ринных городов подобное расположение восстанавливаемых объектов является скорее исключением из правила.

Объекты всемирного наследия требуют создания единых структур по управлению их восстановлением и использованием. В каждой стране сложилась своя практика управления подобными объектами. В некоторых государствах (Турция, Италия и др.) за управление объектами всемирного наследия ответственны власти национального уровня.

В западной Европе (Франция, Германия, Австрия и др.) доминируют местные власти с примерно равным участием администрации национального и регионального уровней. Иногда в систему управления объектами входят разного рода религиозные организации, частные компании, фонды и общества (Голландия, Германия, Англия). Некоторые объекты или их части могут управляться независимыми, некоммерческими общественными организациями.

Анализируя зарубежный опыт, организацию работы и распределение функций в сфере сохранения и управления наследием, можно сделать вывод, что трудности решения задач по повышению эффективности использования объектов культурного наследия, долгосрочная перспектива, ограниченность в ресурсах задают необходимость взаимодействия всех заинтересованных участников в данном процессе.

В Российской Федерации опыт вовлечения ОКН в хозяйственный оборот не велик, несмотря на значительное количество объектов культурного наследия. Опыт вовлечения ОКН в хозяйственный оборот происходит в рамках жесткого законодательства и дефицита их финансирования на реставрацию. Особенностью российской практики является и то обстоятельство, что только незначительная часть объектов культурного наследия находится в частных руках.

Стоит отметить и тот факт, что построить новый объект для инвестора намного дешевле, чем отреставрировать старый. Продиктовано это не только сложностью требуемых работ, но и небольшим количеством компаний, которые реально могут провести реставрационные работы с должным качеством. Развитие реставрации в РФ не имело своей целью создать технологии восстановления, которые позволяли бы осуществлять работы в короткие сроки.

Учитывая все обстоятельства, можно сказать, что в России в последние годы начался процесс интеграции ОКН в экономический оборот, их капитализация, а также создание механизма привлечения средств на реконструкцию и реставрацию ОКН из внебюджетных источников. Однако подобные механизмы прорабатываются не всеми субъектами РФ.

Так, в Ярославской области (далее – ЯО) в настоящее время насчитывается более четырех тысяч объектов культурного насле-

дия, большинство из которых являются областной и муниципальной собственностью. Состояние большинства объектов культурного наследия, собственниками которых являются публичные образования, исключает возможность их использования в хозяйственном обороте.

Реновация объектов культурного наследия требует значительных финансовых затрат, что невозможно при существующих поступлениях в региональный и местные бюджеты. В связи с чем существует необходимость создания коммерческой организации для осуществления полномочий по реновации ОКН с целью последующего вовлечения их в хозяйственный оборот на территории ЯО. Основным видом деятельности данной организации станут операции с недвижимым имуществом, в том числе с объектами культурного наследия с целью их реконструкции и (или) ремонта.

Данный механизм позволит проводить ремонтно-реставрационные работы и вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия, находящихся в собственности субъекта федерации, а в перспективе и объектов культурного наследия, находящихся в муниципальной собственности.

В этой отрасли необходимо создание долгосрочных программ использования ОКН, включающих в себя комплексные меры государственной поддержки с целью социально-экономического развития территорий.

С целью вовлечения неиспользуемых ОКН в хозяйственный оборот Постановлением Правительства Ярославской области от 22 января 2016 г. № 35-П определен порядок установления льготной арендной платы и ее размера для неиспользуемых ОКН, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов РФ, находящихся в неудовлетворительном состоянии и относящихся к собственности ЯО<sup>5</sup>.

Указанный порядок предусматривает возможность установления льготных ставок арендной платы за пользование ОКН, соответствующих установленным Правительством Российской Федерации критериям неудовлетворительного состояния объектов культурного наследия и относящихся к собственности ЯО.

---

<sup>5</sup> Постановление Правительства Ярославской области от 22 января 2016 г. № 35-П «О Порядке установления льготной арендной платы и ее размера для неиспользуемых объектов культурного наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, находящихся в неудовлетворительном состоянии и относящихся к собственности Ярославской области» (в ред. от 6 мая 2016 г.)



Размер льготной арендной платы определяется по результатам торгов, исходя из начального – в размере одного рубля за один кв. м площади ОКН в год. Стоит отметить, что существенным условием договора аренды ОКН является обязанность арендатора провести работы по его сохранению в соответствии с охранным обязательством собственника или иного законного владельца ОКН в срок, не превышающий семи лет со дня передачи ОКН в аренду, включая срок подготовки и согласования проектной документации по сохранению объекта, не превышающий двух лет со дня передачи его в аренду. При несоблюдении арендатором условий договора у арендодателя появляется возможность обратиться в суд с иском о расторжении договора в соответствии с законодательством РФ.

Согласно программе реконструируемые объекты остаются в государственной или муниципальной собственности. Также при оформлении договора аренды объекта ОКН требуется выполнить значительное количество согласований, что затягивает и усложняет процедуру. Стоит обратить внимание, что данная программа практически не востребована инвесторами в силу высоких рисков последних. С момента ее принятия было заключено всего пять договоров на объекты, находящиеся на территории Ярославской области.

В отношении ОКН, находящихся в собственности Московской области, льготная арендная плата в размере одного рубля за кв. м площади объекта культурного наследия устанавливается сразу после написания заявления арендатором и после подтверждения завершения работ по сохранению ОКН и подписания акта приемки работ по сохранению ОКН, оформленного Министерством культуры Московской области.

Постановлением Правительства Московской области от 13 мая 2013 г. № 297/17 утвержден порядок установления льготной арендной платы и ее размеров в отношении ОКН, которые находятся в собственности Московской области<sup>6</sup>. Этот порядок определяет перечень объектов, подлежащих аренде и восстановлению. Перечень не подлежит произвольному дополнению.

Суть программы состоит в том, что объекты культурного наследия, которые находятся в неудовлетворительном состоянии, выставляются на торги и по рыночной ставке достаются частному инвестору для последующего восстановления. С победителем торгов заключается договор аренды сроком на 49 лет с обязательным

---

<sup>6</sup> Постановление Правительства Московской области от 13 мая 2013 г. № 297/1 «Об утверждении Порядка установления льготной арендной платы для объектов культурного наследия, находящихся в неудовлетворительном состоянии, относящихся к собственности Московской области» (в ред. от 31 июля 2018 г.).



условием проведения реставрационных работ за счет инвестора. При этом продолжительность реставрации устанавливается на срок не более семи лет. Льготную арендную плату один рубль за один кв. м в год арендатор получает после восстановления.

Помимо программы «Рубль за метр», в рамках которой инвесторам передаются объекты культурного наследия, находящиеся в областной и муниципальной собственности, запущена также программа «Зеленый коридор», которую реализует ОАО «Распорядительная дирекция Минкультуры России», 100% акций которого принадлежат Росимуществу<sup>7</sup>. Программа подразумевает продажу объектов культурного наследия на открытых торгах, при этом с победителем аукциона подписывается договор купли-продажи с отложенными условиями и временными арендными обязательствами. Инвестор сразу же выплачивает часть стоимости приобретенного объекта (не более 20%) и получает беспроцентную рассрочку на оставшуюся сумму. Право собственности на имение он получит только после завершения реставрационных работ, на проведение которых отводится семь лет. Данный механизм широко используется в Московской области. Подобная практика начинают нарабатываться и в других субъектах РФ, таких как Свердловская, Ленинградская и Тюменская области.

В Московской области за время действия программы «Рубль за квадратный метр» с 2013 по 2017 гг. были проведены работы на девяти ОКН. В общем доступе есть информация о еще 12 объектах, на которых ведутся работы. К примеру, жилой дом, построенный во второй половине XIX в. в Печатниковом переулке, местным жителям известный как «Дом с кариатидами», был выставлен на торги в 2012 г. Первоначальная стоимость на аукционе была превышена в 9,1 раза, а реставрационные работы завершены частным инвестором всего за год. Объем инвестиций составил 56 млн рублей, притом что сам объект стоил 10 млн рублей<sup>8</sup>.

В 2013 г. на торги была выставлена «Большая Померанцевая оранжерея», она же бывшая казарма на Госпитальной площади. Итоговая цена на аукционе превысила стартовую в 11 раз. Объект был выкуплен за 63 млн рублей, при этом инвестиции составили порядка 150 млн рублей, а реставрация была проведена тоже всего за год.

Рассматривая реализованные проекты, можно увидеть, что в 70% случаях наблюдается спрос на возможную дальнейшую

---

<sup>7</sup> Официальный сайт: Распорядительная дирекция Минкультуры России [Электронный ресурс]. URL: <http://rdmicult.ru> (дата обращения 21 дек. 2018).

<sup>8</sup> Официальный сайт: Издательский дом «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3305962> (дата обращения 21 дек. 2018).

эксплуатацию ОКН. При этом сумма реставрационных работ почти всегда превышает сумму выкупа. Речь идет лишь только об аренде, хоть и долгосрочной. Отсутствие возможности получить объект в собственность отпугивает ряд потенциальных инвесторов.

В Москве ОКН, находящиеся в неудовлетворительном состоянии, предоставляются в аренду на срок 49 лет по результатам проведения торгов (аукциона) в установленном законодательством порядке.

Стартовая (начальная) годовая ставка арендной платы объекта культурного наследия, находящегося в неудовлетворительном состоянии, определяется на основании заключения о рыночной величине годовой арендной платы, определенной независимым оценщиком в соответствии с положениями Федерального закона от 29 июля 1998 г. № 135–ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации»<sup>9</sup>.

Неотъемлемыми приложениями к договору аренды объекта культурного наследия, находящегося в неудовлетворительном состоянии, являются копия охранного обязательства собственника или иного законного владельца объекта культурного наследия, утвержденного Департаментом культурного наследия г. Москвы, и акт технического состояния объекта культурного наследия, составленный Департаментом культурного наследия г. Москвы. Сбор данных документов трудоемок. Их оформление практически переложено на потенциального инвестора.

Срок проведения работ по сохранению объекта культурного наследия не может превышать пяти лет, в том числе продление указанного срока допускается не более чем на два года. В Московской области продление сроков выполнения работ свыше семи лет не предусматривается.

После подписания разрешения на ввод объекта в эксплуатацию и/или акта приемки, выдаваемых Департаментом культурного наследия г. Москвы, арендатор имеет право обратиться в Департамент городского имущества города с целью установления годовой ставки арендной платы в размере одного рубля за кв. м. площади объекта, в том числе образуемой в результате проведения указанных выше работ площади объекта культурного наследия, уточненной в государственном кадастре недвижимости, на весь последующий период до окончания срока действия договора аренды.

Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих порядок установления льготной арендной платы за пользование объек-

---

<sup>9</sup> Федеральный закон от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

том ОКН, действующих в Московской и Ярославской областях, показал существенное отличие при установлении льготной арендной платы. В отношении ОКН, находящихся в собственности ЯО, льготная арендная плата устанавливается с момента заключения договора аренды и определяется по результатам торгов, исходя из начальной – в размере одного рубля за один кв. м площади ОКН в год.

Рассматривая указанные порядки установления льготной ставки арендной платы в отношении ОКН с точки зрения обеспечения сохранения самого объекта, полагаем, что наиболее эффективный механизм установлен порядком, действующим на территории Московской области, поскольку у арендатора возникает стремление произвести работы по сохранению ОКН в наиболее короткие сроки, что послужит основанием для предусмотренных законодательством льгот. Стоит обратить внимание на трудоемкость оформления необходимых документов. На сегодняшний день не существует механизма «единого окна» по оформлению всех необходимых документов для заключения договора аренды ОКН.

В РФ и ее субъектах практически не используются механизмы содержания и реставрации ОКН, которые были рассмотрены ранее. В основном все усилия вовлечения объектов в хозяйственный оборот сводятся к уменьшению арендной платы за пользование ими.

Стоит уделить внимание видам реставрационных работ по сохранению ОКН. В общих чертах перечень работ по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации описан в приложении к положению о лицензировании деятельности по сохранению ОКН<sup>10</sup>. Понимание реконструкции в Российской Федерации размыто. Обычно установка стеклопакетов, различного рода облицовочные работы внутри объекта уже считаются реставрацией. Однако полноценное восстановление ОКН обходится в несколько раз дороже нового строительства. Работы по замене конструкций в ОКН обойдутся дороже строительства с нуля, в то время как интерьерные работы по восстановлению увеличивают расходы в 5–10 раз. Поэтому использование разных механизмов привлечения финансовых ресурсов способно увеличить количество инвесторов.

---

<sup>10</sup> Официальный сайт: Издательский дом «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3305962> (дата обращения 21 дек. 2018); Постановление Правительства РФ от 19.04.2012 г. № 349 «О лицензировании деятельности по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации» (вместе с «Положением о лицензировании деятельности по сохранению объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 17.10.2017).

*Литература*

---

1. *Медведев Е.В.* Культурные ценности как предмет государственно-правового регулирования // Проблемы российской государственности: вопросы истории, теории, практики: Сборник научных трудов. М.: Юрист, 2004. С. 128–139
2. *Панфилов А.Н.* Культурные ценности и объекты культурного наследия: проблема унификации понятий (часть 1) // Право и политика. 2011. № 2. С. 293–305.
3. *Рыбак К.Е.* Музей в нормативной системе: Историко-культурный анализ: Автореф. дис. ... д-ра культурологии. СПб., 2006. 35 с.
4. *Бердюзина Ю.М.* К вопросу о выявлении объектов культурного наследия // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2017. № 4 (35). С. 65–67 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vyuavlenii-obektov-kulturnogo-naslediya> (дата обращения 18 дек. 2018).
5. *Куликова Ю.П.* Фандрайзинг в сфере культуры // Вестник Томского гос. ун-та. «Культурология и искусствоведение». 2012. № 4 (8). С. 32–39 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fandrayzing-v-sfere-kultury> (дата обращения 21 дек. 2018).
6. *Синицын В.Е.* Европейский опыт витализации объектов культурного наследия // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. 2013. № 4 (04). С. 40–47 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskiy-opyt-vitalizatsii-obektov-kulturnogo-naslediya> (дата обращения 21 дек. 2018).
7. *Абакумов Р.Г., Медведева Ю.А.* Девелопмент объектов недвижимости культурного наследия: Актуальные тенденции и особенности развития // Инновационная наука. 2016. № 9 (21). С. 138–140 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/development-obektov-nedvizhimosti-kulturnogo-naslediya-aktualnye-tendentsii-i-osobennosti-razvitiya> (дата обращения 21 дек. 2018).
8. Актуальные проблемы экономики культурного наследия / Под ред. А.Я. Рубинштейна. М.: Гос. ин-т искусствознания, 2016. 108 с.
9. *Рипкема Д., Бойл Дж.Ф., Гинсберг С., Олдхэм С.Г.* Руководство по налоговому поощрению восстановления исторического наследия в США / Пер. с англ. М.В. Боганьков. М.: Центр Наследия, 2007. 81 с.
10. *Королева Г.А., Титов А.В.* Туристическая отрасль Ярославского региона: развитие на основе кластеров // Вестник НГУЭУ. 2018. № 3. С. 223–241 [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36002541> (дата обращения 18 дек. 2018).
11. *Абанкина Т.В., Деркачев П.В.* Стратегии повышения эффективности использования объектов культурного наследия // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. № 4. С. 45–71 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-povysheniya-effektivnosti-ispolzovaniya-obektov-kulturnogo-naslediya> (дата обращения 24 дек. 2018).

## References

---

1. Medvedev EV. Cultural values as a subject of the state and legal regulation. *Problemy rossiiskoi gosudarstvennosti: voprosy istorii, teorii, praktiki*. Sbornik nauchnykh trudov. Moscow: Yurist Publ.; 2004. 128-39. (In Russ.)
2. Panfilov AN. Cultural values and objects of cultural heritage. The issue of unification of concepts (part 1). *Pravo i politika*. 2011;2:293-305. (In Russ.)
3. Rybak KE. Museum in the regulatory system. Historical and cultural analysis. Avtoref. dis. ... doktora kult. Saint Petersburg, 2006. 35 p. (In Russ.)
4. Berdiugina YuM. The issue of identifying objects of cultural heritage. *Academic Bulletin Ural NII proekt RAACS*. 2017;4(35):65-67 [Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vyyavlenii-obektov-kulturnogo-naslediya> (data obrashcheniya 18 Dec. 2018). (In Russ.)
5. Kulikova YuP. Fundraising in the field of culture. *Vestnik tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie*. 2012;4(8):32-39 [Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fandrayzing-v-sfere-kultury> (data obrashcheniya 21 Dec. 2018). (In Russ.)
6. Sinitsyn VE. European experience of the vitalization of cultural heritage. *World of Arts: Bulletin of the International Institute of Antiques*. 2013;4(04):40-47 [Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskiy-opyt-vitalizatsii-obektov-kulturnogo-naslediya> (data obrashcheniya 10 Dec. 2018). (In Russ.)
7. Abakumov RG., Medvedeva YuA. Development of the Cultural Heritage Real Estate Objects: Current Trends and Features of Development. *Innovative Science*. 2016;9(21):138-40 [Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/development-obektov-nedvizhimosti-kulturnogo-naslediya-aktualnye-tendentsii-i-osobnosti-razvitiya> (data obrashcheniya 18 Dec. 2018). (In Russ.)
8. Current issues of the economy of cultural heritage. Ed. by I. Rubinstein. Moscow: Gos. institut iskusstvovznaniya Publ.; 2016. 108 p. (In Russ.)
9. Ripkema D., Boil DzhF., Ginsberg S., Oldkhem SG. Guide to tax incentives for the restoration of historical heritage in the United States. Trans. from Engl. by MV. Bogan'kov. Moscow: Tsentr Naslediya Publ.; 2007. 81 p. (In Russ.)
10. Koroleva GA., Titov AV. Tourist industry of the Yaroslavl region: development on the basis of clusters. *Vestnik NSUEA*. 2018;3:223-41 [Internet]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36002541> (data obrashcheniya 10 Dec. 2018). (In Russ.)
11. Abankina TV., Derkachev PV. Strategies for improving the efficiency of using the cultural heritage objects. *Issues of state and municipal management*. 2016;4:45-71 [Internet]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-povysheniya-effektivnosti-ispolzovaniya-obektov-kulturnogo-naslediya> (data obrashcheniya 24 Dec. 2018). (In Russ.)

*Информация об авторах*

*Галина А. Королева*, кандидат экономических наук, доцент, Ярославский государственный университет им. Г.П. Демидова, Ярославль, Россия; 150003, Россия, Ярославль, ул. Советская, д. 14; gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru

*Алексей В. Титов*, студент, Ярославский государственный университет им. Г.П. Демидова, Ярославль, Россия; 150003, Россия, Ярославль, ул. Советская, д. 14; gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru

*Information about the authors*

*Galina A. Koroleva*, Cand. of Sci. (Economics), associate professor; P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia; bld. 14, bld. 14, Sovetskaya Str., Yaroslavl, Russia, 150003; gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru

*Alexey V. Titov*, Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia; bld. 14, Sovetskaya Str., Yaroslavl, Russia, 150003; gotik@inbox.ru, g.koroleva@uniyar.ac.ru

## Законодательство об интеллектуальных правах в Российской Федерации, странах Евросоюза и Евразийского экономического союза: сравнительный анализ

Ольга А. Рузакова

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, olalstep@mail.ru*

*Аннотация.* 2017–2018 годы были достаточно насыщенными в отношении внесения изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), регулиующую отношения в области интеллектуальных прав, и затронули авторское право, смежные права, патентное право. Многие из этих изменений приняты в контексте развития законодательства Европейского и Евразийского союзов, но многое еще предстоит решить. В настоящей статье рассматриваются основные новеллы российского законодательства об интеллектуальных правах с учетом их проблематики, а также перспективы «интеллектуального» законодательства в РФ и Европейском союзе.

*Ключевые слова:* результаты интеллектуальной деятельности режиссера, правовое положение театральных режиссеров, право на неприкосновенность живой постановки, коллективное управление исключительными правами, промышленный образец, временная правовая охрана

*Для цитирования:* Рузакова О.А. Законодательство об интеллектуальных правах в Российской Федерации, странах Евросоюза и Евразийского экономического союза: сравнительный анализ // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 111–121. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-111-121

Legislation on intellectual rights  
in the Russian Federation, EU Countries  
and the Eurasian Economic Union.  
A comparative analysis

Olga A. Ruzakova

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,  
olalstep@mail.ru*

*Abstract.* 2017–2018 years were quite eventful with respect to the amendments to part four of the Civil code of the Russian Federation (hereinafter – the civil code), regulating relations in the field of the intellectual property rights, and affected the copyright, related rights, patent law. Many of those changes are adopted in the context of the European and Eurasian Union legislation development, but much is yet to be resolved. The article discusses the main novelties of the Russian legislation on intellectual rights, taking into account their problematics, as well as the prospects of "intellectual" legislation in the Russian Federation and the European Union.

*Keywords:* the results of intellectual activity of the Director, the legal status of theater Directors, the right to an inviolability of live performances, collective management of exclusive rights, industrial design, temporary legal protection

*For citation:* Ruzakova OA. Legislation on intellectual rights in the Russian Federation, EU Countries and the Eurasian Economic Union. A comparative analysis. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1: 111-121. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-111-121

### *Введение*

Интеллектуальная собственность – наиболее динамично развивающееся направление, которое задает вектор многим сферам человеческой деятельности как в РФ, так и ближнем и дальнем зарубежье. Безусловно, и законодательство в этой сфере нуждается в изменениях, происходящих с определенной периодичностью в странах Европейского Союза и Евразийского экономического союза, участником последнего является РФ. 2017–2018 годы не стали исключением в этом плане.



## *Проблемы защиты прав театральных режиссеров*

Существенные изменения коснулись прежде всего сферы авторских и смежных прав. С 1 января 2018 г. вступил в силу Федеральный закон от 28 марта 2017 г. № 43-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее Закон № 43-ФЗ), существенно повлиявший на правовое положение театральных режиссеров путем введения права на неприкосновенность «живой» постановки (подп. 4 п. 1 ст. 1315 ГК РФ) и права на ее публичное исполнение (подп. 10 п. 2 ст. 1317 ГК РФ) [1 с. 55–58].

Принятие Закона № 43-ФЗ – пример того, как с учетом зарубежного опыта, участия всех заинтересованных лиц была решена проблема, не имеющая аналогов в мире [2 с. 45–46]. В некоторых странах результаты режиссерской деятельности рассматриваются в качестве объектов авторских прав. К тому же их деятельность сходна с деятельностью кинорежиссеров. В ходе работы над вопросом защиты прав театральных режиссеров на «живые» постановки первоначально было высказано несколько вариантов законодательных предложений, направленных на защиту «живых» постановок [3 с. 30, 4 с. 19], от определения режиссерского труда как труда автора-составителя до включения режиссерского сценария в число объектов авторских прав и введения отдельной ст. 1263.1, которая по аналогии с правовым положением авторов аудиовизуального произведения определяла бы в ГК РФ режиссера-постановщика в качестве автора драматического, музыкального и т.п. произведения. Однако определение охраны прав театральных постановок в качестве авторских не соответствует международным обязательствам нашей страны, указанным в Протоколе об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности (приложение 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.))<sup>1</sup>, где режиссеры-постановщики приравнены к исполнителям, обладающим смежными правами. Евразийский экономический союз, хотя и «достаточно молод» по сравнению с Европейским союзом, имеет определенные «достижения» в области кодификации норм об интеллектуальной собственности, прежде всего в Договоре о Евразийском экономическом союзе. Раздел XXIII и Приложение № 26 к Договору в Протоколе об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности содержат достаточно подробные положения об охране интеллектуальной собственности общего характера, начиная от

---

<sup>1</sup> Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eurasiancommission.org> (дата обращения 21 фев. 2019).

видов охраняемых объектов и заканчивая особенностями правового режима каждого из объектов правоприменительными мерами по защите прав на них. Такое подробное кодифицированное регулирование поставило определенные рамки и национальным законодателям.

В отличие от Евразийского союза в Европейском экономическом союзе в настоящее время еще не сложились условия для полной унификации законодательства об интеллектуальной собственности на уровне ЕС как в виде кодифицированного акта, так и в виде универсальных актов по авторскому праву, хотя в качестве цели долговременных усилий Комиссии ЕС по сближению законодательств об авторском праве эксперты все чаще называют разработку кодекса авторского права ЕС и титульного владения произведениями, единообразно охраняемого на всей территории ЕС [5].

### *Проблемы коллективного управления авторскими и смежными правами*

Существенные изменения за последние годы коснулись и сферы коллективного управления, как в РФ, так и за рубежом. Одной из основных проблем, характерных для РФ и названной еще при присоединении РФ к ВТО (в п. 1214–1216 доклада рабочей группы по присоединению Российской Федерации к Всемирной торговой организации (принят 16–17 ноября 2011 г., заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г.)), – необходимость принятия мер для контроля и привлечения к ответственности организаций, которые занимаются коллективным управлением правами (далее – ОКУП), чтобы гарантировать правообладателям получение причитающегося им вознаграждения, и предложение об отмене недоговорного управления правами в течение пяти лет после вступления в силу четвертой части ГК РФ (§ 1218 доклада рабочей группы о присоединении Российской Федерации к Соглашению ВТО).

Зарубежный опыт стран Европейского союза в части управления коллективными правами свидетельствует о том, что при отсутствии внедоговорного управления тем не менее применяются механизмы государственного контроля, аналогичные аккредитации. В некоторых странах эти функции выполняют государственные организации.

В Германии полномочиями по коллективному управлению наделяет Патентное ведомство, во Франции – Министерство культуры, в Голландии – Министерство юстиции, а в Канаде – Совет по авторскому праву (Copyright Board) утверждает организацию,

которая осуществляет сбор от имени всех правообладателей в определенной сфере. В Беларуси функции по коллективному управлению авторскими и смежными правами осуществляют государственные органы.

В некоторых странах коллективное управление осуществляется в таких сферах, как:

- частное копирование и осуществление сбора вознаграждения за такое копирование (например, в Австрии, Бельгии, Германии, Венгрии, Польше);
- применительно к музыкальным произведениям, используемым на внутреннем рынке в режиме онлайн в странах Европейского союза.

Таким образом, отказ от внедоговорного управления в РФ был признан преждевременным, но механизмы ужесточения государственного контроля в сфере коллективного управления были предложены в Федеральном законе от 14 ноября 2017 г. № 319-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации»<sup>2</sup>, в частности, установление Правительством Российской Федерации максимальных размеров сумм, удерживаемых аккредитованной организацией на покрытие необходимых расходов по сбору, распределению и выплате вознаграждения, а также сумм, которые направляются в специальные фонды. Остальные доходы должны идти исключительно на выплаты правообладателям. Такое нововведение в полной мере соответствует законодательству Евразийского экономического союза, в частности, процент удержаний установлен в Казахстане и это стимулируют конкуренцию между организациями. В Соглашении стран Евразийского экономического союза о порядке управления авторскими и смежными правами на коллективной основе (Москва, 11.12.2017)<sup>3</sup> предусматривается запрет организации удерживать более 50 процентов от суммы собранного вознаграждения на расходы и специальные средства [6 с. 6].

В Европейском союзе законодательство о коллективном управлении находит развитие в предоставлении онлайн-лицензий, о чем свидетельствует принятая в феврале 2014 г. Директива ЕС по коллективному управлению авторскими и смежными правами и мультитерриториальному лицензированию музыкальных произведений, использующихся онлайн в Интернете<sup>4</sup>. Под мультитерриториальной лицензией

---

<sup>2</sup> Собрание законодательства РФ. 2017. № 47. Ст. 6845.

<sup>3</sup> Официальный сайт Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eaeunion.org/>, 13.12.2017 (дата обращения 20 нояб. 2018).

понимается лицензия, распространяющаяся на территорию более чем одного государства – члена ЕС. Организации по коллективному управлению могут выдавать такие лицензии на онлайн-вые права в отношении музыкальных произведений. Онлайн-вые права на музыкальные произведения представляют любые права автора на музыкальные произведения, предусмотренные ст. 2 и 3 Директивы 2001/29/ЕС «О гармонизации определенных аспектов авторского и смежных прав в информационном обществе», которые необходимы для предоставления онлайн-вых услуг.

### *Проблемы охраны произведений, автор которых неизвестен*

Одним из наиболее проблемных и перспективных вопросов охраны авторских прав как в странах Евразийского экономического, так и Европейского союза является проблема выявления авторов и использования произведений, автор которых неизвестен и не может быть выявлен. Отдельные моменты в ЕС решены Директивой ЕС 2012/28/ЕС от 25 октября 2012 г. «О некоторых случаях использования “произведений-сирот” (произведений, для которых автор или правообладатель не установлен (orphan works)», вступившей в силу 28 октября 2012 г. В соответствии со ст. 2 указанной Директивы произведение или фонограмма относится к «произведениям-сиротам», если ни один из правообладателей этого произведения или фонограммы не определен, либо один или более правообладателей определены, но не установлено его (их) местонахождение, несмотря на тщательные поиски, проводимые в соответствии со ст. 3 Директивы, которая возлагает на государства соответствующие обязанности.

Порядок выявления «произведений-сирот» затруднен в связи с противоречием требования о необходимости регистрации произведений в силу правовой природы авторского права, международных обязательств, тем не менее 48 государств-участников ВОИС, а среди них и страны ЕС, имеют системы регистрации произведений, основанные на принципе добровольности. Постепенно внедряется финансируемая ЕС система ARROW (Accessible Registries of Rights Information and Orphan Works) – система доступной

---

<sup>4</sup> EU Parliament Passes Directive on Collective Rights Management, Pan-EU Licences [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ip-watch.org/2014/02/04/eu-parliament-passes-directive-on-collective-rights-management-pan-eu-licences> (дата обращения 20 нояб. 2018).

регистрации прав и «произведений-сирот», включающая национальные библиотеки, издателей и коллективное управление. Эта система позволит определять правообладателей, их права на произведения, а также является ли произведением «произведением-сиротой» или непубликуемым произведением<sup>5</sup>.

В приложении к Директиве упоминается минимальный перечень реестров, которые создаются для произведений или фонограмм и определяются каждым государством-членом ЕС по результатам консультаций с правообладателями и пользователями. Например, в отношении опубликованных книг это база информационного органа, депонирующего произведения, библиотечные каталоги и реестры авторов, которые ведут библиотеки и иные учреждения; ассоциации издателей и авторов в соответствующей стране; существующие базы данных и реестры, WATCH (писатели, художники / артисты и владельцы прав), ISBN (международный стандартный книжный номер) и базы данных издаваемых книг; базы данных соответствующих обществ по сбору вознаграждений, в частности организаций по правам на воспроизведение; источники, объединяющие разнообразные базы данных и реестры, включая VIAF (виртуальная международная картотека авторства [7]) и др. [8 с. 516–518].

Проблема выявления авторов и иных правообладателей произведений, безусловно, характерна и для Российской Федерации, что во многом основывается на соотношении принципа признания авторских прав независимо от выполнения каких-либо формальностей и в то же время необходимости доказывания авторства в процессе. Не единственным является случай, когда автору отказывают в удовлетворении иска о защите нарушенных прав в связи с тем, что у него нет убедительных доказательств принадлежности прав на определенное произведение, нет регистрации или иной фиксации исключительного права на произведение. Особую актуальность в связи с этим приобретают вопросы регистрации произведений.

В Российской Федерации регистрация и депонирование произведений осуществляется на факультативной основе различными организациями – от Роспатента в части регистрации программ для ЭВМ и баз данных до библиотек и организаций по управлению авторскими правами на коллективной основе в зависимости от вида объектов.

---

<sup>5</sup> WIPO summary of the responses to the questionnaire for survey on copyright registration and deposit systems [Электронный ресурс]. URL: [www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/registration/pdf/registration\\_summary\\_responses.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/registration/pdf/registration_summary_responses.pdf) (дата обращения 19 нояб. 2018).

В законодательстве многих других стран также предусмотрена возможность факультативной регистрации объектов авторского права, в том числе осуществляемой государственными органами. Во Франции Закон об охране авторских прав на литературную и художественную собственность от 11 марта 1957 г. № 57-298 предусматривает регистрацию в специальном реестре, который ведется Национальным институтом промышленной собственности (Патентное ведомство Франции). Немецкое законодательство предусматривает факультативную регистрацию имени, если автор выпускает произведение анонимно или под псевдонимом, и, соответственно, произведений в Реестре авторов, который ведется федеральным органом исполнительной власти в сфере интеллектуальной собственности (ст. 66 Закона об авторском праве и смежных правах Германии<sup>6</sup>).

Существующие как в РФ, так и в ряде стран факультативные системы государственной регистрации авторских прав позволяют реализовать информационную функцию учета, однако не обеспечивают реализацию функций коммерциализации и облегчения легального доступа к объектам авторского права (в том числе в отношении объектов, которые автор намерен распространять на условиях свободного доступа). Немало примеров того, когда независимо от всех видов регистрации, поисковых систем издательства или иные пользователи предпринимают все возможные меры по выявлению автора, его правопреемников, а в результате только после начала использования произведения такой правопреемник «всплывает» и требует защиты его якобы нарушенных прав [9].

### *Заключение*

Решение проблемы видится в создании системы, основанной на ряде частных систем учета (ведущегося негосударственными структурами, в том числе на коммерческой основе), которые должны действовать на основании общей политики, определяемой регулятором. Функции государства должны состоять в лицензировании соответствующих услуг, определении основных требований к их оказанию, а также нормативному регулированию вопросов, касающихся гражданско-правовых и процессуальных последствий осуществления такого учета [10 с. 247–248]. Особого внимания

---

<sup>6</sup> Copyright Act of 9 September 1965 (Federal Law Gazette I p. 1273), as last amended by Article 1 of the Act of 1 September 2017 (Federal Law Gazette I p. 3346) [Электронный ресурс]. URL: [https://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_urhg/englisch\\_urhg.html#p0009](https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_urhg/englisch_urhg.html#p0009) (дата обращения 10 апр. 2017).

в вопросах создания реестров объектов авторских прав заслуживает использование новейших механизмов на основе блокчейнов, которое может обеспечивать хранение, распространение и передачу информации об объектах, правообладателях, системе распоряжения ими, пользователях и др. и таким образом позволит заменить существующие базы данных об объектах интеллектуальных прав.

Другое направление развития законодательства ЕС в век информационных технологий и безграничного Интернета – усиление защиты прав авторов и иных правообладателей. 12 сентября 2018 г. Европейский парламент проголосовал за Директиву Европейского парламента и Совета об авторском праве в условиях единого цифрового рынка (COM(2016)0593 – C8-0383/2016 – 2016/0280(COD))<sup>7</sup>. Основная цель Директивы – создать единый цифровой рынок на территории ЕС, установить правовые основы его функционирования, обеспечить права авторов и иных правообладателей в сети Интернет, решение проблемы договоренностей онлайн-платформ и правообладателей с целью получения последними вознаграждения за использование фильмов, игр, фотографий, музыки и другого контента<sup>8</sup>. Наиболее спорным предметом дискуссии стало положение ст. 11, которое окрестили «налогом на ссылки». Данная норма предписывает онлайн-платформам заключать лицензионные соглашения и платить авторам контента, который ими используется, в том числе в сниппетах (блок информации о странице сайта, которая отображается в результатах поиска). Подобного рода нормы уже содержатся в законодательстве некоторых государств – членов ЕС (например, Испания, Германия), хотя и подвергаются жесткой критике как противоречащие свободе слова, препятствующие доступу к информации. В ходе обсуждения новелл было предложено некоторое смягчение предлагаемых механизмов в сохранении возможности законному применению пользователями пресс-публикаций в личных и некоммерческих целях (например, Википедией или иными схожими ресурсами) [11]. В перспективе такие проблемы не обойдут вниманием и Евразийский экономический союз.

---

<sup>7</sup> P8\_TA-PROV(2018)0337 Copyright in the Digital Single Market \*\*\*I. Amendments adopted by the European Parliament on 12 September 2018 on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on copyright in the Digital Single Market (Ordinary legislative procedure: first reading) // (COM(2016)0593 – C8-0383/2016 – 2016/0280(COD)) [Электронный ресурс]. URL: //http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+PDF+V0//EN (дата обращения 21 фев. 2019).

<sup>8</sup> URL: [http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0245-AM-271-271\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0245-AM-271-271_EN.pdf) (дата обращения 5 июня 2019).



*Литература*

1. Рузакова О.А., Фабричный С.Ю. Новеллы законодательства об интеллектуальных правах 2017 года и перспективы его развития // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2018. № 3. С. 54–63.
2. Рузакова О.А., Фабричный С.Ю. Коммерциализация интеллектуальной собственности: проблемы регулирования // Патенты и лицензии. 2017. № 7. С. 41–48.
3. Павлова Е.А. Защита прав театральные режиссеров // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2016. № 6. С. 30–37.
4. Рузакова О.А., Рузаков А.Б. Как защитить интеллектуальные права театральные режиссеров-постановщиков? // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2016. № 4. С. 19–23.
5. Энтин В.Л. Интеллектуальная собственность в праве Европейского союза. М.: Статут, 2018. 174 с.
6. Рузакова О.А., Степкин С.П. Как развивается законодательство о коллективном управлении авторскими и смежными правами? // Патенты и лицензии. 2018. № 2. С. 2–8.
7. Toves J.A., Hickey T.B. Parsing and Matching Dates in VIAF [Электронный ресурс]. URL: <http://journal.code4lib.org/articles/9607> (дата обращения 01 июня 2017).
8. Рузакова О.А., Гринь Е.С. Применение технологии blockchain к систематизации результатов интеллектуальной деятельности // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2017. № 4. С. 508–520.
9. Долгие розыски переводчика обошлись «Эксмо» в 1,6 млн руб. 20.12.2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.ru/news/view/80943/> (дата обращения 12 фев. 2019).
10. Новоселова Л.А., Рузакова О.А. Значение и функции регистрации авторских прав в Российской Федерации и за рубежом // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2017. № 3. С. 334–349.
11. Глошнина В.Н., Семенова А.А. Директива ЕС об авторском праве: совершенная защита прав авторов в цифровой среде или катастрофа для Интернета? [Электронный ресурс]. URL: <http://ipcmagazine.ru/asp/eu-copyright-directive-perfect-protection-of-the-rights-of-authors-in-the-digital-environment-or-a-catastrophe-for-the-internet> (дата обращения 21 фев. 2019).

*References*

1. Ruzakova OA., Fabrichny SYu. News of the legislation on intellectual rights of 2017 and prospects of its development. *Property relations in the Russian Federation*. 2018;3:54-63. (In Russ.)
2. Ruzakova OA., Fabrichny SYu. Commercialization of intellectual property: regulatory issues. *Patents and licenses. Intellectual rights*. 2017;7:41-48. (In Russ.)



3. Pavlova EA. Protection of the rights of theater directors. *Patents and licenses. Intellectual rights*. 2016;6:30-37. (In Russ.)
4. Ruzakova OA., Ruzakov AB. How to protect the intellectual rights of theater Directors? *Vestnik Permskogo Universiteta. Juridicheskie Nauki – Perm University Herald. Juridical Sciences*. 2016;4:19-23. (In Russ.)
5. Entin VL. Intellectual Property in European Union Law. Moscow: Statut Publ.; 2018. 174 p. (In Russ.)
6. Ruzakova OA., Stepkin SP. How does the legislation on collective management of copyright and related rights develop? *Patents and licenses. Intellectual rights*. 2018;2:2-8. (In Russ.)
7. Toves JA., Hickey TB. Parsing and Matching Dates in VIAF [Internet]. URL: <http://journal.code4lib.org/articles/9607> (data obrashcheniya 1 June 2017).
8. Ruzakova OA., Grin ES. Application of blockchain technologies in systematizing the results of intellectual activity. *Vestnik Permskogo Universiteta. Juridicheskie Nauki – Perm University Herald. Juridical Sciences*. 2017;4:508-20. (In Russ.)
9. Long searches translator cost “Eksmo” 1.6 million rubles [Internet]. URL: <https://pravo.ru/news/view/80943/> (data obrashcheniya 12 Feb. 2019). (In Russ.)
10. Novoselova LA., Ruzakova OA. Significance and Purposes of Copyright Registration in the Russian Federation and Abroad. *Vestnik Permskogo Universiteta. Juridicheskie Nauki – Perm University Herald. Juridical Sciences*. 2017;3:334-49. (In Russ.)
11. Glonina VN., Semenova AA. The EU Directive on copyright: perfect protection of the rights of authors in the digital environment or disaster for the web? [Internet]. URL: <http://ipcmagazine.ru/asp/eu-copyright-directive-perfect-protection-of-the-rights-of-authors-in-the-digital-environment-or-a-catastrophe-for-the-internet> (data obrashcheniya 21 Feb. 2019). (In Russ.)

### *Информация об авторе*

Ольга А. Рузакова, доктор юридических наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; [olalstep@mail.ru](mailto:olalstep@mail.ru)

### *Information about the author*

Olga A. Ruzakova, Dr. of Sci. (Law), professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993 [olalstep@mail.ru](mailto:olalstep@mail.ru)

УДК 343

DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-122-134

## Институт реабилитации в уголовном процессе: проблемы применения

Хеди А. Расаева

*Адвокатская палата г. Москвы, Москва, Россия,  
kh.rasaeva@gmail.com*

*Аннотация.* Статья посвящена проблемам возмещения вреда лицам, ставшим жертвами незаконного уголовного преследования. Исследованы критерии оценки компенсации морального вреда, также затронуты проблемы, связанные с несовершенством института реабилитации в уголовном процессе.

В статье более подробно рассмотрен порядок возмещения морального вреда реабилитированным, поскольку на практике возникают сложности при определении размера компенсации таким лицам, ввиду чего появляется необходимость установить минимальные размеры компенсаций на законодательном уровне, внести соответствующие изменения в действующее законодательство.

*Ключевые слова:* уголовное преследование, реабилитация, институт реабилитации, моральный вред, уголовный процесс

*Для цитирования:* Расаева Х.А. Институт реабилитации в уголовном процессе: проблемы применения // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 122–134. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-122-134

## Institute of rehabilitation in criminal proceedings. Issues of application

Khedi A. Rasaeva

*Moscow Chamber of Lawyers, Moscow, Russia,  
kh.rasaeva@gmail.com*

*Abstract.* The article is devoted to the issues of the compensation for damage to victims of unlawful criminal prosecution. Criteria for assessing non-pecuniary damage are investigated, and problems related to the imperfection of the rehabilitation institute in the criminal process are also raised.

The article discusses in more detail the procedure for the compensation for non-pecuniary damage to the rehabilitated, since in practice there are difficulties in determining the amount of compensation to such persons, due to which it is necessary to establish the minimum amount of such compensation at the legislative level, to make appropriate changes to the current legislation.

*Keywords:* criminal prosecution, rehabilitation, institute of rehabilitation, non-pecuniary damage, criminal procedure

*For citation:* Rasaeva KA. Institute of rehabilitation in criminal proceedings. Issues of application. *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series.* 2019;1:122-134. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-1-122-134

### *Введение*

Любое правовое государство ставит перед собой основную задачу – соблюсти и защитить права и законные интересы человека. Уголовно-процессуальное законодательство России в равной степени определяет круг лиц, чьи интересы одинаково защищаются государством. Таким образом, государство заботится об обеспечении защиты не только для потерпевшего, пострадавшего от преступления, но и лица, чьи интересы нарушены в результате незаконного уголовного преследования, в следствие которого были ограничены его права и свободы.

### *Регулирование института реабилитации на законодательном уровне*

Как регламентируется это правило законом Российской Федерации? Конституция Российской Федерации в ст. 35 гарантирует каждому возмещение государством причиненного незакон-

ными действиями либо бездействием органов власти и должностных лиц вреда<sup>1</sup>.

Из действующего Уголовно-процессуального кодекса, в частности из ст. ч. 1 ст.133, (далее – УПК РФ) следует, что подобный вред гражданину должен быть возмещен государством в лице Министерства финансов РФ в полном объеме вне зависимости от вины соответствующего органа, чьи действия либо бездействие послужили основанием для незаконного уголовного преследования.

В этой же статье УПК РФ закреплено право реабилитированного на возмещение как имущественного вреда наряду с восстановлением в иных правах, так и морального. Иски о возмещении морального вреда рассматриваются в порядке гражданского судопроизводства (ч. 2 ст. 136 УПК РФ).

Из названных положений мы видим, что Основной закон нашего государства гарантирует реализацию прав граждан, закрепленных ст. 11 УПК РФ, в числе которых – реабилитация и возмещение вреда каждому, кто стал жертвой незаконного уголовного преследования. Эти принципы закреплены как основополагающие в уголовном процессе.

Если обратимся к регулированию данного вопроса на международном уровне, увидим, что институт возмещения вреда, причиненного необоснованным преследованием со стороны органов власти, закрепился в известных международных актах, в число которых входит Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод. Также праву реабилитированных на возмещение вреда посвящены отдельные статьи и в Международном пакте о гражданских и политических правах<sup>2</sup>. Более поздние международные акты тоже не обошли стороной вопросы реабилитации.

### *Возмещение морального вреда в рамках института реабилитации в уголовном процессе*

По нашему мнению, особого внимания заслуживает институт морального вреда в рассматриваемой плоскости.

Прежде чем углубляться в проблемы применения вопроса возмещения морального вреда в рамках института реабилитации, следует определиться с самим термином «моральный вред». Для этого обратимся к постановлению Пленума Верховного Суда Россий-

---

<sup>1</sup> Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993). М., 2017 (с изм. и доп. от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. № 11-ФКЗ).

<sup>2</sup> Конвенция о защите прав человека и основных свобод // СЗ РФ. 1998. № 20.

ской Федерации от 20 декабря 1994 г. № 10 «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда», которое определяет моральный вред как «нравственные или физические страдания, причиненные действиями (бездействием), посягающими на принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона нематериальные блага (жизнь, здоровье, достоинство личности, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна и т. п.) или нарушающими его личные неимущественные права (право на пользование своим именем, право авторства и другие неимущественные права в соответствии с законами об охране прав на результаты интеллектуальной деятельности)»<sup>3</sup>.

Возвращаясь к нашему внутреннему законодательству, отметим, что в УПК РФ отдельной главой устанавливается порядок возмещения имущественного и морального вреда, а также правила, регулирующие вопрос восстановления в иных правах лиц, пострадавших от незаконного уголовного преследования, в числе которых права трудовые, пенсионные, жилищные и др.

Несмотря на пристальное внимание государства к вопросу реабилитации и попытки урегулировать споры, возникающие в данной сфере, судебная практика сегодня указывает на его несовершенство. С каждым годом все меньше выносятся оправдательных приговоров, а еще реже прекращаются уголовные дела на стадии следствия по реабилитирующим основаниям.

Д.З. Хамадишин в своем исследовании выяснил, что доля незаконно привлеченных к уголовной ответственности лиц составляет чуть более 2% в год, а также приводит плачевную статистику лиц, незаконно привлеченных к уголовной ответственности [1].

Любое незаконное решение способно разрушить чью-то жизнь, а то и не одну. Для претерпевшего страдания от незаконного преследования со стороны правоохранительных органов, чьи права нарушены, репутация которого подорвана, значение института реабилитации особенно и значимо.

Стоит обратить внимание на то, что законодательство советского периода было, мягко говоря, равнодушно к вопросам реабилитации. А вся проблема крылась тогда и кроется по сегодняшний день в необходимости признать совершенную государством ошибку в лице правоохранительных органов и должностных лиц.

Наверное, поэтому в ранее действовавшем УПК только к 1981 г. появилась статья, так или иначе касающаяся ответственности за незаконное уголовное преследование. В ныне действующей

---

<sup>3</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20 декабря 1994 г. № 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда».

щем уголовно-процессуальном кодексе вопросам реабилитации отведена целая глава, состоящая из семи статей (гл. 18, ст. 133–139 УПК РФ).

### *Судебная практика о применении судами института реабилитации*

На практике суды часто сталкиваются с необходимостью объективно и справедливо определить размер компенсации морального вреда реабилитированному, что вызывает с каждым годом все больше проблем. И это несмотря на то, что действует отдельное постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 29 ноября 2011 г. № 17 «О практике применения судами норм главы 18 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, регламентирующих реабилитацию в уголовном судопроизводстве», в силу положений пункта 21 которого, определяя размер компенсации морального вреда в денежном выражении реабилитированному, суды должны обращать особое внимание на характер причиненных потерпевшему физических и нравственных страданий, должны быть учтены отдельные особенности реабилитированного. Помимо прочего, судам необходимо учитывать и длительность судебных тяжб, условия и срок содержания в изоляции от общества. Немаловажным в определении размера компенсации морального вреда лицу, которому причинен вред, является и то, где и в каких условиях реабилитированный отбывал наказание. Ну и, конечно же, решение суда о присуждении определенной денежной суммы в качестве компенсации такого вреда должно отвечать требованиям справедливости и разумности<sup>4</sup>.

Как указал Европейский суд, излишний формализм в требовании доказать нематериальный ущерб, понесенный вследствие незаконного лишения свободы, не согласуется с правом на компенсацию (см. Решения ЕСПЧ «Шульгин против Украины» п. 65; «Хутман и Меус против Бельгии» п. 46; «Данев против Болгарии» п.п. 34–35).

Применительно к размеру компенсации по данной категории дел ЕСПЧ также отмечает, что выплата ничтожной или не соответствующей серьезности нарушения компенсации противоречит требованиям пункта 5 ст. 5 Конвенции, поскольку это делает право, закрепленное данным положением, теоретическим или иллюзорным.

---

<sup>4</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29 ноября 2011 г. № 17 «О практике применения судами норм главы 18 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, регламентирующих реабилитацию в уголовном судопроизводстве».

### *Возвращаясь к моральному аспекту*

На практике мы часто сталкиваемся с тем, что на протяжении всего предварительного расследования или суда «ошибочно» привлеченные к уголовной ответственности лица заявляют о своей невинности, приводя при этом доказательства, в том числе подтверждающие несостоятельность обвинения, однако их доводы чаще всего остаются не услышанными.

Особую горечь и обиду разочарования жертвы незаконного уголовного преследования испытывают из-за безразличия со стороны органов следствия, пренебрежения с их стороны процессуальными правами, в результате чего теряется вера в правосудие.

Особые переживания и моральный стресс они испытывают за своих близких: супругов и детей, который чаще всего остаются без средств к существованию, если лицо, незаконно привлеченное к ответственности, являлось единственным кормильцем в семье, за родителей, нуждающихся в особом уходе и заботе. Они лишаются права принимать участие в школьной жизни детей, видеть, как они растут, все это, безусловно, причиняет неизгладимые и невосполнимые переживания и страдания. Таким образом, чаще на протяжении месяцев или, еще хуже, лет в постоянном стрессе из-за нескончаемых следственных действий, по произволу следственных органов люди лишаются права на семью и детей, права зарабатывать и содержать себя и свою семью.

Изоляция от общественно-трудовой жизни, родных и близких, отсутствие нормальных условий приводят к тому, что по возвращении домой такие люди перестают ощущать себя частью общества, что еще больше усиливает степень пережитых нравственных и физических страданий.

### *Позиция Конституционного суда Российской Федерации и его влияние на правовое регулирование рассматриваемой проблемы*

В Определении Конституционного суда РФ от 24 марта 2005 г. № 138–О установлено следующее положение: «...ст. 133 УПК РФ, гарантируя подозреваемому или обвиняемому право на возмещение вреда, связанного с его уголовным преследованием, не содержит каких-либо положений, позволяющих отказать в таком возмещении в случае прекращения уголовного преследования по реабилитирующим лицо основаниям, в том числе ввиду отсутствия в его действиях состава преступления, и подверженности причинения вреда в результате именно прекращенного уголовного преследования...»

Как следует из постановления Конституционного суда РФ от 19 июля 2011 г. № 18-П,

признавая необходимость повышенного уровня защиты прав и свобод граждан в правоотношениях, связанных с публичной ответственностью, в частности уголовной и административной, Конституционный суд Российской Федерации неоднократно указывал, что законодательные механизмы, действующие в этой сфере, должны соответствовать вытекающим из статей 17, 19, 45, 46 и 55 Конституции Российской Федерации и общих принципов права критериям справедливости, соразмерности и правовой безопасности, с тем чтобы гарантировать эффективную защиту прав и свобод человека и гражданина, в том числе посредством справедливого правосудия (Постановления от 12 мая 1998 г. № 14-П, от 11 мая 2005 г. № 5-П и от 27 мая 2008 г. № 8-П)<sup>5</sup>.

Решая судьбу лиц, незаконно привлеченных к уголовной ответственности, и четко обозначая уровень ответственности государства за незаконные действия (или бездействие) органов власти и их должностных лиц, а также учитывая необходимость максимально полного возмещения вреда при установлении критериев возмещения вреда, причиненного в результате таких действий (бездействия), необходимо учесть и принять во внимание все особенности регулируемых общественных отношений, правовой статус лица, подвергшегося незаконным действиям со стороны правоохранительных органов.

Необходимо также упростить механизм процедуры восстановления прав лиц, которые получили право на реабилитацию. Нужно это все для того, чтобы закрепить особый статус этих лиц: такие граждане нуждаются в специальных гарантиях защиты их прав. Это положение нашло свое подтверждение в Постановлениях Конституционного суда Российской Федерации от 27 января 1993 г. № 1-П и от 2 марта 2010 г. № 5-П<sup>6</sup>. Говоря о возмещении вреда жертвам незаконного уголовного преследования, нельзя не упомянуть о следующих международных актах – Международном пакете о гражданских и политических правах (пп. “а” п. 3 ст. 2, п. 5 ст. 9, п. 6 ст. 14) и Конвенции о защите прав человека и основных свобод

---

<sup>5</sup> Постановление Конституционного суда РФ от 19 июля 2011 г. № 18-П «По делу о проверке конституционности положения части второй статьи 135 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в связи с жалобой гражданина В.С. Шашарина».

<sup>6</sup> Постановление Конституционного суда РФ от 17 октября 2011 г. № 22-П «По делу о проверке конституционности частей первой и второй статьи 133 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в связи с жалобами граждан В.А. Тихомировой, И.И. Тихомировой и И.Н. Сардыко».



(п. 5 ст. 5, ст. 3 Протокола № 7), которыми гарантируется право человека, ставшего жертвой незаконных действий со стороны государства в лице правоохранительных органов, на достойное возмещение причиненных страданий и обязанность государства гарантировать обеспечение работающих на практике средств защиты нарушенных прав пострадавших. Это положение дублируется в Декларации основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотребления властью, которой закреплено следующее: пострадавшим от незаконных государственных мер гражданам необходимо в кратчайшие сроки предоставить доступ к механизмам судебной защиты, а также незамедлительно компенсировать причиненный вред, как моральный, так и физический, включая нанесение телесных повреждений<sup>7</sup>. Декларацией установлена и обязанность государств – членов ООН приложить все усилия к тому, чтобы пострадавшие от государства лица имели беспрепятственный доступ к соответствующим административным и судебным механизмам, также обеспечению условий для того, чтобы каждый имел возможность донести свои требования о защите своих интересов в суде на всех этапах разбирательства.

Из упомянутых актов, как внутренних российских, так и международных, разъяснений судов следует, что государство, имея цель реабилитировать каждого, кто был подвергнут незаконному и необоснованному преследованию со стороны правоохранительных органов, должно максимально облегчить гражданину путь к реабилитации и реализации гарантированных ему прав на защиту себя и своих интересов. Государство не должно на таких лиц возлагать дополнительные обременения. Правовое государство, которое существует на принципах юридического равенства и верховенства закона, а также справедливости, обязано в сжатые сроки гарантировать таким лицам восстановление их в правах, возмещение причиненного вреда в полном объеме. Как мы знаем, правоохранительные органы призваны защищать права и законные интересы человека и гражданина от имени государства. Однако, к сожалению, нередки случаи, когда страдает человек от произвола со стороны органов государственной власти, а как мы знаем, незаконное или необоснованное уголовное преследование является недопустимым посягательством на жизнь любого. Государство на конституционном уровне гарантирует защиту пострадавшим от злоупотреблений или ошибок со стороны правоохранительных органов и должностных лиц и всеми доступными способами защищает их

---

<sup>7</sup> «Декларация основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотреблений властью» (Принята 29.11.1985 Резолюцией 40/34 Генеральной Ассамблеи ООН) из информационного банка «Международное право».

интересы. Государство должно приложить все усилия для устранения и предотвращения нарушений прав своих граждан, а если произвол случится – восстановить нарушенное право, что и требует от причинителя вреда Декларация основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотребления властью. Документ предусматривает право на беспрепятственный доступ пострадавшего от произвола к правосудию и признание его достоинства (п. 4).

На законодательном уровне установлено следующее: само неправомерное привлечение к уголовной ответственности, а тем более незаконное лишение свободы путем применения меры пресечения в виде заключения под стражу, уже является основанием для возмещения компенсации морального вреда независимо от вины причинителя.

В делах рассматриваемой категории моральный вред причиняется в большинстве случаев возбуждением уголовного дела с предъявлением обвинения за несовершенно преступление; избранием меры пресечения, чаще в виде заключения под стражу; лишением прав, гарантированных каждому, в том числе на личную и семейную жизнь; обысками на работе или жилище на глазах у близких или соседей; распространением сведений, указывающих на совершение лицом преступления, подрывающих репутацию человека; занесением в базу данных ИЦ МВД как лица, привлеченного к уголовной ответственности, что влечет за собой отказ в трудоустройстве после запроса официальной информации.

Кроме того, определяя размер компенсации морального вреда, следует руководствоваться не только нормами Гражданского Кодекса РФ, но и в силу того, что международные договоры РФ являются частью ее правовой системы (ст. 7 ГК РФ), – постановлениями Европейского суда по правам человека от 24 июля 2003 г. по делу «Смирнова против России» (Жалобы № 46133/99 и 48183/99), от 3 февраля 2011 г. по делу «Кабанов против России» (Жалоба № 8921/05), которые в соответствии со ст. 7 ГК РФ и ч. 4 ст. 15 Конституции РФ являются не только составной частью российской правовой системы, действуют непосредственно, но и имеют высшую юридическую силу по отношению к нормам российского законодательства. В вышеназванных Постановлениях ЕСПЧ говорится: «некоторые формы морального ущерба, включая эмоциональные страдания, по своей природе не всегда могут быть доказаны чем-то конкретным (см. дело Abdulaziz , Cabalesand Balkandali v. theUnitedKingdom, судебное решение от 28 мая 1985 года, Серии А no. 94, § 96). Это не мешает суду присудить возмещение, если он сочтет разумным полагать, что заявительнице был причинен вред, требующий финансовой компенсации». Сам факт незаконного обвинения лица в совершении преступления уже говорит о нравственных страданиях человека.

Сегодня с каждым новым судебным делом, где реабилитированный прикладывает всевозможные усилия, чтобы добиться справедливости хотя бы в размерах компенсации за причиненный моральный вред, мы сталкиваемся со смешными суммами, которые присуждаются таким лицам. Безусловно, необходимо установить минимальные размеры таких компенсаций на законодательном уровне, вносить соответствующие изменения в действующее законодательство, установив тем самым критерии. Другим же вариантом решения сложившейся проблемы могут послужить рекомендательные разъяснения Верховного суда РФ.

### *Судебный прецедент*

В сентябре 2018 г. ВС РФ кардинально поднял суммы размера компенсации морального вреда в реабилитирующих делах. Недавний судебный прецедент значительно изменил сложившуюся в рамках данной категории дел практику. При обращении в суд за компенсацией морального вреда за незаконное привлечение к уголовной ответственности и содержания под стражей истец А. Золотарев после трех лет содержания под стражей был оправдан присяжными, было признано его право на реабилитацию. В своем иске он требовал компенсацию исходя из расчета 2000 руб. за день под стражей – общая сумма выходила 2,366 млн руб. В результате рассмотрения иска судом первой инстанции было вынесено решение о присуждении реабилитированному суммы в размере 150 000 рублей. Апелляционная инстанция посчитала данное решение вполне законным, а присужденную компенсацию справедливой, указав в своем решении, что сумма полностью покрывает моральный вред, причиненный за три долгих года изоляции. Не были учтены ни нравственные страдания, которым был подвергнут реабилитированный, ни невозможность жить полноценной жизнью, планировать и принимать шаги к созданию семьи. Суды пришли к выводу, что истцом эти доводы не доказаны. И это притом что, как было отмечено выше, государство в лице судебных органов должно было максимально облегчить процедуру восстановления в правах реабилитированного, включая сжатые сроки рассмотрения иска о реабилитации, а также предоставить гарантии помощи со стороны суда в собирании доказательств.

Верховный суд присудил компенсацию морального вреда в 2,3 млн руб. за незаконное содержание в СИЗО на срок более трех лет. Коллегия по гражданским спорам в составе трех судей посчитала размер компенсации слишком низким, удовлетворив изначальные требования истца и признав его расчет.

В Верховном суде истец ссылаясь на широкую практику Европейского суда по правам человека и на нормы Конвенции о защите прав человека и основных свобод и практику. ВС согласился, что при определении размера компенсации морального вреда следует руководствоваться практикой ЕСПЧ, и поднял компенсацию, присудив заявителю запрошенную сумму (дело № 78-КГ18-38).

ВС при вынесении справедливого решения ссылаясь на Конвенцию, из которой следует гарантия защиты частной и семейной жизни (ст. 8). В судебном акте коллегия Верховного суда обратила особое внимание на понятие «семейная жизнь», указав, что оно может включать не только брачные отношения, но и иные семейные узы, включая связь между родителями и детьми. Судом было учтено и наличие у истца сына-студента, который проживал вместе с ним, и престарелые родители, которые были материально зависимы от сына. ВС не допустил никаких сомнений относительно данных фактов и сделал соответствующие замечания в адрес двух нижестоящих инстанций.

Суд также упомянул положения Пленума № 10, из которого следует, что моральный вред, помимо прочего, заключается и в духовных переживаниях, которые могут быть вызваны утратой близких людей, ограничениями в участии в общественной жизни, лишением работы, распространением ложной информации, негативно влияющей на честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, а также невозможностью пользоваться своими правами и др.

ВС было отмечено, что судами первых двух инстанций при определении размера компенсации морального вреда не принята во внимание личность реабилитированного, ведь ранее он не привлекался к уголовной ответственности. И сложно оценить ту травму, которая была нанесена ему вследствие обвинения в совершении особо тяжкого преступления и содержания под стражей более трех лет. Эти факторы судами учтены не были.

Правоприменители заслуженно считают данный судебный прецедент революционным, ведь он может послужить началом новой судебной практики.

### *Заключение*

При изучении судебной практики невольно напрашивается следующий вывод – органы правопорядка, прокуратуры и следствия, судебные органы, рассматривая вопросы о признании права на реабилитацию, что означает признание их собственной ошибки, основываются на исчерпывающем перечне оснований возникнове-

ния права на реабилитацию. Как мы понимаем, вызвано это недостаточно четким обозначением границ проблемы реабилитации, сложностью применения на практике так называемого института признания ошибки государственными органами.

Говоря о возмещении имущественного вреда лицам, пострадавшим от произвола со стороны государственных органов, следует отметить, что соответствии со ст. 135 УПК РФ возмещение реабилитированному имущественного вреда подразумевает как расходы, которые он понес, в числе которых уплаченные в рамках исполнения судебного приговора штрафы, оплата услуг адвокатов, имущество, которого он лишился в результате конфискации, так и расходы, связанные с многочисленными поездками в следственные или судебные органы, расходы, связанные с проживанием, если соответствующие органы располагаются в отдаленном от дома месте. Возмещению также в безусловном порядке подлежит и заработная плата с учетом ее изменения на протяжении всего периода до принятия решения о возмещении имущественного вреда.

Как мы ранее определили, иск о возмещении реабилитированным морального вреда заявляется в пределах гражданского судопроизводства в районном суде. При его рассмотрении на прокурора возлагается обязанность по принесению от имени государства официального извинения за причиненный пострадавшему вред.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать следующий вывод: российское законодательство совершило большой прорыв, закрепив в действующем уголовно-процессуальном кодексе возможность реабилитации лиц, которые подверглись незаконному уголовному преследованию и осуждению. Институт реабилитации требует серьезной доработки. Сегодня мы наблюдаем немало проблем, возникающих на практике при применении норм, регулирующих вопросы восстановления в правах пострадавших от правоохранительного произвола лиц. Безусловно, надо отдать должное, данный институт оснащен нормами, которые призваны помочь лицу, подвергшемуся незаконному уголовному преследованию и осуждению, восстановиться в правах, получить достойную компенсацию за причиненные ему страдания, также право на возмещение материального ущерба. Возможно, смешные размеры компенсации морального вреда обусловлены и слабым развитием в нашей стране института морального вреда в целом. Тем не менее участвовавшие случаи незаконного привлечения к уголовной ответственности безвинных лиц обязывают пересмотреть сложившуюся практику. Реабилитация, являясь особым институтом, справедливо возведена в один из ключевых принципов уголовного процесса. В рамках реабилитации государство призвано признать допущенную правоохранительными органами и должностными лицами ошибку в

отношении реабилитированного, учитывая все особенности конкретного дела, а также максимально упростить процедуру восстановления в правах, не чиня препятствий на пути к справедливости и доступе к правосудию.

### *Литература*

---

1. *Хамадшин Д.З.* Механизм реабилитации лица в уголовном процессе: Дис. ... канд. юрид. наук. Владимир, 2011. 191 с.

### *Reference*

---

1. Hamadishin DZ. Mechanism of rehabilitating a person in criminal proceedings: Dis. ... kand. jurid. nauk. Vladimir, 2011. 191 p. (In Russ.)

### *Информация об авторе*

*Хеди А. Расаева*, кандидат юридических наук, адвокат, член Адвокатской палаты города Москвы, Москва, Россия, 19002, Москва, пер. Сивцев Вражек, д. 43; kh.rasaeva@gmail.com

### *Information about the author*

*Khedi A. Rasaeva*, Cand. of Sci. (Law), member of the Moscow City Advocates' Chamber, Moscow, Russia; bld. 43, Sivtsev Vrazhek Lane, Moscow, Russia, 119002; kh.rasaeva@gmail.com

Дизайн обложки  
*Е.В. Амосова*

Корректор  
*Т.Ю. Журавлева*

Компьютерная верстка  
*Е.В. Амосова*

Подписано в печать 25.03.2019.  
Формат 60 × 90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Усл. печ. л. 7,9. Уч.-изд. л. 9,7.  
Тираж 1050 экз. Заказ № 583

Издательский центр  
Российского государственного  
гуманитарного университета  
125993, Москва, Миусская пл., 6  
[www.rggu.ru](http://www.rggu.ru)  
[www.knigirggu.ru](http://www.knigirggu.ru)