

Крымский научный вестник

krvestnik.ru



№ 3 (24), 2019

**Электронный научный журнал
Крымский научный вестник**

№ 3 (24), 2019 г.

Все статьи, публикуемые в журнале, рецензируются членами редакционного совета, а также другими ведущими учеными.

В журнале рассматриваются результаты научных исследований в области экономических, юридических и педагогических наук.

Авторами статей являются ведущие специалисты современного научного знания, преподаватели ВУЗов, аспиранты и научные работники.

Журнал ориентирован на широкий круг ученых, специалистов-практиков, студентов, магистрантов и преподавателей, участвующих в научно-исследовательской работе.

Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

Главный редактор — **Юлиана Владимировна Соловьёва**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры национальной экономики Российского университета дружбы народов.

Учредитель и издатель: **ООО «Межрегиональный институт развития территорий»**, Ялта, Республика Крым.

Журнал издается с мая 2015 года.

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации: ЭЛ № ФС 77-61683 от 07.05.2015 (СМИ — «сетевое издание»).

Журнал включен в крупнейшие международные базы данных, системы цитирования и библиографические системы, охватывающие мировой поток продолжающихся и периодических научных изданий: РИНЦ, GoogleScholar, DOAJ, OAJI, SHEPRA/ROMEO, SIS, ResearchBib, CiteFactor, UlrichsWeb, ESJI, AcademicKeys.

Периодичность: 4 раза в год.

Выпуски журнала размещаются на сайте <http://krvestnik.ru>

E-mail редакции: red@krvestnik.ru

Редакционный совет

Азарян Елена Михайловна — доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Люй Хуэй (Lyuì Khuei) — д-р ист. наук, декан факультета русского языка института иностранных языков Хайнаньского государственного университета г. Хайкоу, провинция Хайнань, Китай

Никонович Сергей Леонидович — д-р юрид. наук, доцент, директор ООП «Юриспруденция» Высшей школы бизнеса, менеджмента и права ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

Новоселов Сергей Николаевич — д-р экон. наук, доктор сельскохозяйственных наук, профессор директор института экономики и управления в пищевой отрасли МГУПП, заведующий кафедрой «Экономика и управление в пищевой отрасли» МГУПП.

Петунин Олег Викторович — д-р пед. наук, профессор ГОУ ДПО (ПК) С «Кузбасский региональный институт повышения квалификации и переподготовки работников образования»

Печеная Людмила Тимофеевна — д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономик труда и управления» РЭУ имени Г. В. Плеханова

Сейдаметова Зарема Сейдалиевна — д-р пед. наук, профессор, зав. кафедрой прикладной информатики Крымского инженерно-педагогического университета, г. Симферополь

Чудновский Владимир Михайлович — д-р биол. наук, канд. физ.-мат. наук, заведующий лабораторией биофизики Тихоокеанского океанологического института им. В. И. Ильичева Дальневосточного отделения РАН

Шарихин Александр Егорович — д-р юрид. наук, старший советник юстиции, профессор кафедры судостроительства и организации правоохранительной деятельности Академии Генеральной прокуратуры Российской Федерации

Гружевский Валерий Алексеевич — канд. пед. наук, доцент, Крымский университет культуры искусства и туризма, г. Симферополь

Записная Татьяна Валерьевна — канд. юрид. наук, доцент кафедры «Публично-правовые дисциплины» Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) имени М. И. Платова

Исламова Эльнара Рафисовна — канд. юрид. наук, доцент Санкт-Петербургского юридического института (филиал) Академии Генеральной прокуратуры Российской Федерации, Санкт-Петербург

Малышенко Константин Анатольевич — канд. экон. наук, доцент, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

Рындач Марина Алексеевна — канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и туристического бизнеса, руководитель образовательной программы направления подготовки «Туризм» Института экономики и управления гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»

Селиванов Виктор Вениаминович — канд. экон. наук, доцент кафедры Менеджмента и туристического бизнеса Гуманитарно-педагогической академии ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» (филиал в г. Ялте); академик транспортной академии Украины, «Заслуженный работник транспорта АРК»

Толкачева Светлана Владимировна — канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и управление в пищевой отрасли» МГУПП

Штофер Геннадий Аркадьевич — канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики предприятия Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»

Содержание

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

И. В. Кручек Законы субъекта российской федерации и их роль в реализации принципов всеобщности и адресности социального обеспечения	4
Н. А. Аблятипова А. А. Кравцова Таргетированная реклама: гражданско-правовой аспект	9
А. Н. Куряшкин К вопросу интеграции права потерпевшего на обжалование действий прокурора в реализации положений статьи 221 Уголовно-процессуального кодекса России	16
Д. С. Кожанкова., М. А. Коннова, М. А. Мищенко, Н. Н. Чеснокова Особенности нормативно-правового регулирования деятельности аптек медицинских организаций	22

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Ю. О. Агаджанян, М. А. Коннова, М. А. Мищенко, А. А. Пономарева Анализ системы управления взаимоотношениями аптечных организаций с потребителями фармацевтических услуг	30
С. В. Землячев, О. А. Землячева Анализ безработицы в Республике Крым и пути ее снижения	37

Content

JURIDICAL SCIENCES

I.V. Kruchek The laws of the subject of the Russian Federation and their role in the implementation of the principles of universality and targeted social security	4
N.A. Ablyatipova, A.A. Kravtsova Targeted advertising: civil legal aspect	9
A.N. Kuriashkin To the integration the right of the injured to appeal the prosecutor's decision to the implementation of article 221 of The Criminal procedure code of the Russian Federation	16
D.S. Kozhankova, M.A. Konnova, M.A. Mishchenko, N.N. Chesnokova Legal regulation features of pharmacy activity in medical institutions	22

ECONOMICAL SCIENCES

Yu.O. Agadzhanian, M.A. Konnova, M.A. Mishchenko, A.A. Ponomareva Analysis of customer-relationship management system in pharmacies	30
S.V. Zemlyachev, O.A. Zemlyacheva Analysis of unemployment in The Republic of Crimea and ways to reduce it	37

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ / JURIDICAL SCIENCES

УДК 349.3

**ЗАКОНЫ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ РОЛЬ
В РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ ВСЕОБЩНОСТИ И АДРЕСНОСТИ
СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ****И. В. Кручек**

В статье проанализированы различные научные позиции по важной в научном и практическом плане проблеме правильного понимания соотношения источников права федерального уровня и уровня субъектов Российской Федерации. В работе автор отстаивает позицию о том, что социальное обеспечение должно являться предметом ведения как федерального центра, так и субъектов РФ, о целесообразности повышения роли субъектов РФ при реализации права граждан на социальное обеспечение, а также о своевременности процесса интеграции регионального нормотворчества.

Ключевые слова: право социального обеспечения, источники, закон.

В соответствии с п. «ж» ч.1 ст.72 Конституции Российской Федерации социальное обеспечение находится в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации. Отношения в указанной сфере подлежат урегулированию федеральными законами и законами субъектов РФ.

Анализ конституционных норм, которые при отсутствии кодифицированного акта в праве социального обеспечения являются единственным федеральным источником, где закреплены основы социального обеспечения, показывает, что:

- основу правового регулирования в области социального обеспечения составляют федеральные законы;
- федеральный уровень регулирования не может быть ни в какой форме умален субъектами Федерации;
- субъекты Федерации, реализовывая конституционную обязанность защищать права граждан на их территории, вправе с учетом уровня экономического развития региона, демографической ситуации, исторических и других традиций закрепить дополнительные гарантии реализации конституционного права на социальное обеспечение, и не вправе устанавливать какие-либо ограничения перечня, содержания и действия социально обеспечительных норм;
- субъекты Федерации, в случае отсутствия федерального регулирования, вправе на своей территории осуществлять опережающее законодательное регулирование

Кручек Ирина Владимировна — заслуженный работник социальной сферы АРК, Крымский филиал Российского государственного университета правосудия, г. Симферополь

с условием приведения регионального акта в соответствие с федеральным в случае последующего принятия такового.

Наиболее оптимальной моделью совместного действия федерального законодательства и законов субъекта РФ, с учетом особенностей метода права социального обеспечения, является доминирование федеральных законов, принятых по предметам совместного ведения, устанавливающих основные принципы построения и функционирования системы социального обеспечения, а также их прямое действие на всей территории Российской Федерации.

Представляется возможным охарактеризовать современные механизмы взаимодействия федеральных и региональных социально обеспечительных норм следующим образом:

– законодательство субъекта РФ устанавливает социально обеспечительные предоставления в дополнение к тем, которые установлены законодательством Российской Федерации [1];

– социально обеспечительное предоставление устанавливается законом на федеральном уровне, а его размер, порядок назначения, индексации и выплаты, включая условия и периодичность выплаты, в том числе с применением критериев нуждаемости, устанавливаются законами и иными нормативными правовыми актами субъекта Российской Федерации²;

– социально обеспечительное предоставление устанавливается законодательством субъекта Российской Федерации³ [3].

При этом в первом случае социально обеспечительное предоставление является расходным обязательством Российской Федерации, а в двух других — расходным обязательством субъекта Российской Федерации.

Законами и иными нормативными правовыми актами субъектов РФ устанавливаются и социальные стандарты по праву социального обеспечения, величина прожиточного минимума для соответствующей социально-демографической группы населения, величина прожиточного минимума пенсионера, региональные стандарты максимально допустимой доли расходов граждан на оплату жилого помещения и коммунальных услуг в совокупном доходе семьи и др.

В научной периодике сформировалась позиция, в которой превалируют отрицательные детерминанты, и согласно которой законы субъектов РФ охарактеризованы как спонтанные, кулуарные, не прошедшие научной независимой экспертизы, дублирующие положения федеральных законов, порождающие правовой нигилизм решения [4, с. 12–16]. Достаточно резкой критике подвергается не только опыт регионального нормотворчества, но и многоуровневый характер правового регулирования как элемент метода права социального обеспечения. Ряд авторов усматривают здесь отход от принципа всеобщности социального обеспечения, желание переложить бремя социальных расходов на уровень регионов, обладающих разным

² См., например, ст. 3 Федерального закона от 19.05.1995 №81-ФЗ «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей»

³ См., например, ст. 7 Закона Республики Крым от 10 декабря 2014 г. №35-ЗРК «О мерах социальной поддержке отдельных категорий граждан и лиц, проживающих на территории Республики Крым»

экономическим потенциалом, а в регионах — к установлению условий, ограничивающих доступ нуждающихся к социальной помощи в целях снижения бюджетных расходов на эти цели [5, с. 1].

Мысль о необходимости повышения роли субъектов Федерации при реализации конституционного права гражданина на социальное обеспечение с учетом главенствующей роли Федерации, факультативной, конкретизирующей роли субъектов РФ и, в зависимости от финансовых возможностей каждого региона, последовательно отстаивает П. Н. Байматов [6, с. 88]. Ученый убежден, что независимо от исторических этапов развития страны, централизации или децентрализации властных полномочий, социальное обеспечение должно являться предметом ведения как федерального центра, так и субъектов РФ.

З. П. Замаева, разделяя сложившиеся в региональной практике подходы к определению нуждаемости в социальной помощи на три группы: категориальный, адресный и адресно-категориальный, справедливо отмечает, что, по сути, во всех регионах РФ применялись однородные критерии признания граждан (семей) малоимущими, в основе которых лежит сравнение фактических среднедушевых доходов семьи с нормативными доходами, прямо или косвенно увязанными с региональным прожиточным минимумом [7, с. 186].

В контексте исследуемой проблематики представляется необходимым напомнить, что источнику права социального обеспечения присущи особые, специфические, обусловленные функциями социального обеспечения черты, одной из которых является необходимость достаточного финансового ресурса для обеспечения принимаемого или принятого нормативного правового акта. Без необходимой финансовой базы обеспечить реализацию конституционного права на социальное обеспечение невозможно.

Очевидно, что существующее многообразие социально значимых обстоятельств, порождающих право на социальное обеспечение, отказ от объективных критериев дифференциации социального обеспечения нуждающихся граждан и нормативное закрепление принципа адресности делает невозможным сосредоточение финансовых средств в одном источнике. Поэтому Бюджетный кодекс РФ устанавливает, что обеспечение социальной защиты населения, включая социальное обеспечение, финансируется совместно за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов Федерации и средств местных бюджетов.

Бесспорным является и то, что различия между субъектами Федерации в социально-экономическом развитии объективно влияют на объем и уровень социального обеспечения в регионе.

С учетом вышесказанного, представляется очевидным, что, наделяя субъект Российской Федерации полномочиями по осуществлению законодательного регулирования на своей территории, следует признавать, что принятие решения о распределении финансовых средств в адрес субъектов-получателей социально-обеспечительных предоставлений, установленных на региональном уровне, субъект вправе принимать самостоятельно и обязан их выполнять за счет средств собственного бюджета.

Таким образом, представляется возможным считать нормой, что региональная социальная политика, базирующаяся на экономике, в условиях дефицита финансовых

ресурсов корректирует свои подходы к определению условий получения социально-обеспечительных предоставлений. В их основе, без сомнения, должны лежать принципы всеобщности и адресности социального обеспечения.

Как представляется, современные вызовы социального плана выносят на повестку дня вопрос об интеграции процесса регионального правотворчества. Так, например, нуждается в нормативном регулировании вопрос о взаимном предоставлении мер социальной поддержки по льготному проезду на территории двух соседних субъектов РФ — Республики Крым и города федерального значения Севастополя. Законами каждого из двух указанных субъектов предусмотрены аналогичные льготы по оплате стоимости проезда в городском и пригородном транспорте аналогичным же категориям граждан. Граждане, проживающие в Крыму и Севастополе по состоянию на 21 февраля 2014 года и впоследствии принявшие гражданство РФ, в равной степени пользовались льготой по оплате проезда и на территории Крыма и на территории г. Севастополя и, с позиции норм ст. 11 закона № 6-ФКЗ [8], объем получаемых ими мер социальной поддержки не может быть уменьшен, а условия их предоставления не могут быть ухудшены в течение всего срока, на который они установлены.

Полагаем, что одним из вариантов решения является заключение соглашения между двумя субъектами Российской Федерации.

Принимая во внимание возрастающую роль межрегиональных соглашений о торгово-экономическом, научно-техническом, культурном и социальном сотрудничестве в рамках государственного регулирования связей между субъектами РФ в процессе выработки предложений по повышению эффективности государственного регулирования межрегионального сотрудничества такая тенденция использования межрегиональных соглашений с позиции вопроса о качестве их наполнения была бы, как представляется, своевременной.

Литература

1. Закон Республики Крым от 10 декабря 2014 г. от № 36-ЗРК/2014 «Об особенностях установления мер социальной защиты (поддержки) отдельным категориям граждан, проживающих на территории Республики Крым» // Ведомости Государственного Совета Республики Крым. — 2014. — № 6 ч. 1, ст. 601.
2. Федеральный закон от 19 мая 1995 г. № 81-ФЗ «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» // Собрание законодательства РФ. — 1995. № 21. ст. 1929.
3. Закон Республики Крым от 17 декабря 2014 г. № 35-ЗРК/2014 «О мерах социальной поддержки отдельных категорий граждан и лиц, проживающих на территории Республики Крым» // Ведомости Государственного Совета Республики Крым. 2014. № 6 ч.1. ст.600.
4. Кобзева С. И. Источники права социального обеспечения: автореф. ... док. юрид. наук: [12.00.15]. — Москва, 1983. — 45с.
5. Шарин В. И. Региональная государственная социальная помощь в период экономического спада // Human Progress. — 2016. — № 2. — С. 1-9 [Электронный ресурс]. URL: http://progress-human.com/images/2016/Tom2_2/Sharin.pdf

6. Байматов П. Н. Конституционное право граждан на социальное обеспечение: федеральный и региональный аспекты правовой политики // Государство и право. — 2017. — №8. — С.88-97.

7. Замаараева З. П. Нормативно-правовые особенности современной системы социальной помощи населению // Вестник Пермского университета. Юридические науки. — 2012. — № 2. — С. 184–190.

8. Федеральный Конституционный закон от 21 марта 2014 г. № 6-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образования в составе Российской Федерации новых субъектов — Республики Крым и города федерального значения Севастополя» // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 12, ст. 1201.

THE LAWS OF THE SUBJECT OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THEIR ROLE IN THE IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF UNIVERSALITY AND TARGETED SOCIAL SECURITY

I.V. Kruchek

Honored Social Worker of the autonomous Republic of Crimea,
Crimean branch of the Russian State University of Justice,
Simferopol

At the article the author analyzes various scientific positions on a scientifically and practically important problem of a correct understanding of the relationship between sources of law at the federal level and the level of constituent entities of the Russian Federation. The author defends a position that the social security should be the subject matter of both — the federal center and the subjects of the Russian Federation, the expediency of increasing the role of subjects of the Russian Federation in realizing the right of citizens to social security, as well as the timeliness of the process of integrating regional rulemaking.

Keywords: social security law, sources, law.

УДК 347.4

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ**Н. А. Аблятипова А. А. Кравцова**

Таргетированная реклама упрощает поиск контрагентов, существенно расширяет возможности электронных гражданских правоотношений, в частности, дистанционной купли-продажи, оказания услуг в сети Интернет. В статье анализируется таргетированная реклама, как современное явление в гражданско-правовом аспекте. Выделены особенности данного понятия, виды и признаки. Актуализированы проблемы конфиденциальности данных, нарушения тайны переписки, возможности отказа пользователя от получения оферты. Рассмотрены особенности таргетированной рекламы на примере сайта ВКонтакте. На основе проведенного исследования сформулированы предложения по совершенствованию механизма таргетированной рекламы в современном интернет пространстве.

Ключевые слова: таргетированная реклама, интернет, информация, интернет-реклама, оферта, защита информации, неприкосновенность частной жизни.

В современном мире Интернет открывает новые возможности для гражданского оборота, порождает возникновение новых отношений и модификации старых, традиционно устоявшихся и достаточно полно урегулированных нормами права, в силу его специфики. Среди отношений, подвергнутым модификации можно выделить отношения в сфере рекламы, так, в реалиях Интернета, она в большинстве случаев является таргетированной. Все явления, которые несут какую-либо новизну, так или иначе подвергаются критическому осмыслению на предмет оценки: является ли данное явление положительным или отрицательным, таргетированная реклама — не исключение.

Можно ли достоверно полагать, что таргетированная реклама — это благоприятное явление для потребителей информационных услуг и участников гражданского оборота? На первый взгляд, плюсы в достаточной степени очевидны: таргетированная реклама упрощает поиск контрагентов, существенно расширяет возможности электронных гражданских правоотношений, в частности, дистанционной купли-продажи, оказания услуг в сети Интернет, среди которых в том числе и образовательные, осуществление удаленных работ, а также эффективное рекламирование о деятельности, осуществляемой в объективной действительности и не реализуемой онлайн.

Аблятипова Наталья Айдеровна — кандидат юридических наук, доцент, заслуженный юрист РК, Российский государственный университет правосудия, Крымский филиал, г. Симферополь

Кравцова Анастасия Алексеевна — студентка, Российский государственный университет правосудия, Крымский филиал, г. Симферополь

С другой стороны, возникает ряд вопросов. Например, как соотносится таргетированная реклама с неприкосновенностью частной жизни, тайной переписки, правомерностью обработки персональных данных. Не происходит ли скрытое самоограничение прав пользователей, злоупотребление своим положением в договоре присоединения поставщика услуг и принуждение к отказу от мнений и убеждений граждан-пользователей, если они не желают получать таргетированную рекламу по каким-либо причинам, но вместе с этим им необходимы информация и функционал сайта, содержащего такую рекламу?

В настоящее время российское законодательство содержит общее понятие рекламы, под которой понимается «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [3]. Данное легальное определение отражает экономическую сущность рекламы и ее роль на рынке товаров и услуг. Вместе с этим, с точки зрения гражданского права, назначение рекламы не исчерпывается «привлечением внимания», «поддержанием интереса», «продвижением на рынке». Реклама имеет значение для гражданского оборота и возникновения гражданских правоотношений: по общему правилу, она рассматривается как приглашение оферты. Кроме того, если формат рекламы будет таковым, что будет содержать в себе все существенные условия договора предложения, и при этом одновременно будет усматриваться воля лица, осуществляющего предложение, на заключение договора на указанных условиях с любым, кто отзовется, то в контексте п. 2 ст. 437 ГК РФ такая реклама будет признаваться публичной офертой [2]. В рамках данной работы мы будем исследовать рекламу как гражданско-правовое явление.

В современном мире широко распространена Интернет-реклама, существует несколько разновидностей такой рекламы, среди которых таргетированная реклама, контекстная реклама. Указанные явления выступают предметом данного исследования. Как правило, контекстная и таргетированная рекламы рассматриваются как экономический феномен. При данном подходе таргетированная реклама определяется как: «вид интернет-рекламы, для показа которого осуществляется тщательный подбор аудитории» [12]; «объявление, направленное на отображение только у целевой аудитории потенциальных клиентов» [8, 11]; «объявления, которые показываются по заданным параметрам, при помощи различных настроек, позволяющих точно задать целевую аудиторию» [9]; «небольшие объявления, состоящие из графического и текстового блока, которые отображаются для выбранной аудитории» [16]; «выборочное представление некоторого продукта конечному потребителю путем ориентации на известные о пользователе данные» [7]; «объявления, привязанные к анкетным данным пользователей в социальных сетях» [10]. Таким образом, таргетированная реклама экономистами рассматривается как многогранное явление: рекламный инструмент; инструмент интернет-маркетинга; инструмент поддержания спроса, продвижения товаров и услуг в условиях ограниченного бюджета или кризиса, инструмент для продвижения коммерческих и некоммерческих организаций; средство продвижения продукции в социальных сетях. Несмотря на такое многообразие подходов, можно

выделить ключевую черту таргетированной рекламы — целевой характер отображения, ориентированный на определенный круг лиц, который обладает некоторыми чертами.

Критериями для выбора целевой аудитории выступают: возраст, пол, образование, местоположение, круг интересов и т. д. Техническая возможность существования таргетированной рекламы имеет место благодаря тому, что люди открыто делятся информацией о себе в сети Интернет (наиболее яркий пример — поведение в социальных сетях), и эти данные являются предметом анализа. В. С. Старостин подчеркивает, что машинное обучение и нейросети создают возможность выделить индивидуального потребителя, адаптировать комплекс маркетинга для конкретного клиента; осуществляется прогнозирование поведения и построение рекомендательных систем. В. С. Старостин пишет: «На основе конкретного потребительского портрета алгоритм информационной системы может самостоятельно находить представителей целевой аудитории, которые максимально похожи на эталонный образец» [15].

Как гражданско-правовое явление, таргетированная реклама может быть определена, как информация, содержащая приглашение делать оферты, распространяемая в сети Интернет, в любой форме с использованием средств, позволяющих адресовать группе персонально-неопределенных лиц, обладающей некоторыми схожими чертами, наличие которых увеличивает вероятность заинтересованности данных лиц в приглашении делать оферты. Кроме того, под таргетированной рекламой, как гражданско-правовым феноменом, может пониматься информация, содержащая в себе все существенные условия договора предложения, распространяемое в сети Интернет, в любой форме с использованием средств, позволяющих адресовать ее персонально-неопределенной группе лиц, обладающих некоторыми схожими чертами, наличие которых увеличивает вероятность заинтересованности данных лиц вступить в гражданско-правовые отношения с лицом, осуществляющим предложение, при одновременном достаточно определенном выражении воли последнего, на заключение договора на указанных условиях с любым, кто отзовется. Таким образом, таргетированная реклама может быть подразделена на два вида: 1) таргетированное приглашение делать оферты; 2) таргетированная публичная оферта. Квалифицирующим признаком данного молодого правового явления выступает порожденная научно-техническим, информационным развитием возможность выделить из неопределенного круга лиц персонально-неопределенную группу — целевую аудиторию лиц, потенциально заинтересованных в создании тех или иных гражданско-правовых отношений.

Контекстная реклама определяется, как «показ объявлений, основанный на соответствии предмета рекламы содержанию страницы, на которой она размещена» [11], «таргетинг, по ключевым словам, который используется в большей степени как дополнительный источник выделения целевой аудитории. Объявление показывается в результатах по заданным фразам» [7]. Поэтому в рамках данной работы мы рассматриваем контекстную рекламу как вид таргетированной и, соответственно, с точки зрения гражданского права, как предложение делать оферты или оферту, где выбор целевой аудитории осуществляется по контексту страницы поискового запроса или содержания иного сайта.

Несмотря на свое экономическое значение в современном мире и несомненные плюсы в части открытия новых возможностей для лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, иных участников гражданского оборота в информационном обществе, таргетированная и контекстная реклама не лишены проблем. Существуют как объективные, так и субъективные факторы, влияющие на их наличие. К числу проблем, порожденных субъективными факторами, относится нежелание отдельных пользователей социальных сетей получать таргетированную рекламу. Наиболее распространенной проблемой, вызванной объективными факторами, являются споры в сфере прав на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий в случае, когда в контекстной рекламе используется, например, товарный знак конкурента или его фирменное наименование.

До недавнего времени существовала достаточно глобальная проблема, когда пользователям электронной почты «Gmail» могли поступать предложения в виде контекстной рекламы, содержание которой соответствовало содержанию электронной переписки. Данное обстоятельство послужило причиной спора о нарушении тайны электронной корреспонденции путем использования соответствующего программного обеспечения со стороны ООО «Гугл», когда один из пользователей обнаружил, что рекламные слоганы, встроенные в тексте письма, соответствуют содержанию переписки, и обратился с иском в суд. Разрешение спора носило длительный характер. Существование спора сводилось к тому, может ли «машинное чтение» нарушать конституционное право на тайну переписки. В политике конфиденциальности продукта Google содержалось положение о том, что его системы автоматически анализируют контент пользователя, в том числе электронные письма, в целях предоставления пользователю полезных функций, в число которых входят релевантные рекламные объявления. С учетом того, что основным видом деятельности ООО «Гугл» выступает рекламная деятельность, в совокупности с другими обстоятельствами дела, судами был сделан вывод, что ООО «Гугл» проводит мониторинг электронных писем, осуществляет размещение рекламных объявлений в частной переписке граждан, на основании результатов мониторинга конкретного пользователя продукта, что является нарушением конституционных прав граждан, поскольку Конституция Российской Федерации гарантирует право на тайну переписки [6].

Представляется, что позиция суда по защите от «машинного чтения» является справедливой, законной и обоснованной. С точки зрения гражданского права, автоматический анализ контента пользователя, для которого используются роботы, нейросети, иные машины и их системы — инструменты, следует считать действием поставщика услуг, в рассмотренном случае — электронной почты, поскольку именно он является их собственником, в его интересах и для его целей осуществляется данный анализ. Кроме того, не имеет значения способ, который применяется для получения результатов анализа информации, составляющей охраняемую законом тайну, поскольку, так или иначе, иное лицо осуществляет мониторинг этой информации и ее часть, в том числе и в переработанном виде, поступает к поставщику услуг и используется им. С точки зрения Федерального закона от 27.07.2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», поставщик услуг электронной почты является обладателем информации, следовательно, в соответствии с ч. 4 ст. 6

данного закона, он обязан соблюдать права и законные интересы иных лиц, осуществлять защиту информации и, если это предусмотрено федеральным законом, ограничивать доступ к информации [4]. В проанализированном споре поставщик услуг допустил нарушения в части исполнения возложенных на него обязанностей.

Таким образом, осуществление обладателем информации доступа роботизированных систем, нейронных сетей к содержанию переписки для ее анализа в целях осуществления таргетинга и показа потенциально интересного предложения делать оферты или публичной оферты, выступает действиями обладателя информации, совершенными в нарушение тайны переписки.

Рассматривая таргетированную рекламу как гражданско-правовое явление, нельзя не сказать о проблеме возможности отказа пользователя от получения такого рода объявлений. Данная проблема актуальна для пользователей социальной сети «ВКонтакте», поскольку некоторые пользователи, как участники гражданского оборота, могут быть не заинтересованы в силу тех или иных обстоятельств получать предложения делать оферты и публичные оферты, индивидуализированные под определенный портрет лица — участника гражданского оборота. Предпосылкой для существования данной проблемы является то обстоятельство, что Правила пользования Сайтом ВКонтакте [14] по своей природе являются публичной офертой и, соответственно, между сторонами впоследствии возникает договор присоединения.

Правовой основой отношений по поводу показа таргетированной рекламы пользователям выступает: ГК РФ [2], Федеральный закон от 27.07.2006 г. №152-ФЗ «О персональных данных» (далее — Федеральный закон №152-ФЗ) [5], Правила пользования Сайтом ВКонтакте [14], Правила защиты информации о пользователях сайта VK.com [13]. Следует отметить, что п. 5.8 Правил пользования сайтом противоречит ст. 15 Федерального закона №152-ФЗ, ст. 422 ГК РФ, что ставит под вопрос действительность договора между Пользователем и Администрацией сайта по смыслу ст. 168 ГК РФ и, исходя из системного толкования ст. 428, ст. 450, ст. 452 ГК РФ, условие договора присоединения, изложенное в данном пункте Правил, может быть изменено, в том числе на основании решения суда.

Представляется, что целесообразно решение этой проблемы путем вынесения условия об обработке персональных данных Пользователя для направления ему таргетированной рекламы в отдельный интерактивный блок страницы регистрации нового пользователя, чтобы у Пользователя отображалось «поле флажка» (checkbox), в котором он мог бы путем проставления флажка-галочки выразить свое согласие или несогласие на получение таргетированной рекламы. Следует подчеркнуть, что выражение согласия не должно ставить под вопрос возможность регистрации и доступа к сайту «ВКонтакте», поскольку, исходя из смысла ст. 15 Федерального закона №152-ФЗ, ст.ст. 2, 10, 22, 422 ГК РФ, ст. 24, ч. 3 и ч. 4 ст. 29 Конституции РФ, нельзя принудить к выражению воли на получение таргетированной рекламы, а согласие на обработку персональных данных может отзываться. Несмотря на то, что договор присоединения хотя и является исключением из общего принципа свободы договора, тем не менее, по отношению к такому договору ч. 2 ст. 15 Федерального закона №152-ФЗ, ограничение права на такой отзыв согласия на обработку персональных данных ничтожно.

Таким образом, таргетированная реклама имеет как положительные, так и отрицательные аспекты, но, в целом, — это полезное явление современности, которое нуждается в совершенствовании правового регулирования: те возможности, которые она открывает, не могут реализовываться в ущерб конституционным правам, принципам и основам гражданского законодательства. В настоящее время существует объективная тенденция, что сначала возникают новые общественные отношения, происходит модификация уже существующих и устоявшихся, под влиянием специфики сети Интернет, а потом выявляются и устраняются пробелы в правовом регулировании. Необходим поиск баланса между правом граждан на информацию, согласием на обработку персональных данных и применением, показом таргетированной рекламы. Считаем, что в целях обеспечения реализации положений ст. 15 Федерального закона №152-ФЗ, необходимо законодательно регламентировать процедуру выражения пользователями согласия на обработку персональных данных в целях таргетинга в сети Интернет и запретить администрации того или иного сайта отказывать в доступе к сайту пользователя по мотивам его отказа от получения таргетированных рекламных объявлений.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Собрание законодательства РФ, 04.08.2014, № 31, ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 05.12.1994, № 32, ст. 3301.
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232.
4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3448.
5. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3451.
6. Апелляционное определение Московского городского суда от 16 сентября 2015 г. по делу № 33-30344 [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/137389921/>
7. Астапова А. С., Штейнберг Д. А., Ананьева Н. В. Эффективность таргетированной рекламы в социальных сетях // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. — 2013. — № 4-1. — С. 92–95.
8. Беспалов Н. М. Организация рекламной деятельности и продвижения продукции предприятий в социальных сетях // Наука без границ. — 2017. — № 5 (10). — С. 27–31.
9. Демина Д. С., Коноплева М. В., Смагина И. В. Инструментарий и стратегии продвижения интернет-маркетинга // Экономическая среда. — 2016. — № 3 (17). — С. 6–10.
10. Ильина Д. В. Интернет-реклама как инструмент для продвижения коммерческой организации // Социально-психологические вызовы современного общества. Проблемы. Перспективы. Пути развития: Материалы III Международной научно-практической конференции. — Брянск: РИО БГУ, 2017. — С. 147–153.

11. Кузьменкова В. Н., Паламарчук Г. И., Красильников А. Б. Экономическая роль, особенности и возможности современной рекламы // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: VI междунар. науч.-практ. конф.: сб. ст. / под общ. ред. В.Н. Скворцова; отв. ред. Н.М. Космачева. — СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2016. — С. 29–34.
12. Лучинкин В. Ю. Сравнение возможностей таргетинговой рекламы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники» // Наука. Общество. Государство. — 2016. — Т. 4. — № 4 (16). — С. 143–149.
13. Правила защиты информации о пользователях сайта VK.com [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/privacy>
14. Правила пользования Сайтом ВКонтакте [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/terms>
15. Старостин В. С. Трансформация маркетинговых технологий в эпоху машинного интеллекта // Вестник Университета (Государственный университет управления). — 2018. — № 1. — С. 28-34.
16. Третьякова Е. О. Маркетинговое продвижение товара (услуг) в социальных сетях // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2014. — № 3 (35). — С. 59–60.

TARGETED ADVERTISING: CIVIL LEGAL ASPECT

N. A. Ablyatipova

Russian State University of Justice (Crimean Branch),
PhD (Law), Associate Professor, Honored lawyer of the Republic of Crimea

A.A. Kravtsova

Russian State University of Justice (Crimean Branch),
Simferopol, student

Targeted advertising simplifies the search for counterparties, significantly expands the possibilities of electronic civil legal relations, in particular, distance sales and the provision of services on the Internet. The article analyzes targeted advertising as a modern phenomenon in the civil aspect. The features of this concept, types and features are highlighted. The problems of data confidentiality, violation of the confidentiality of correspondence, the possibility of a user refusing to receive an offer are updated the features of targeted advertising are considered on the example of the VKontakte site. Based on the conducted research, suggestions were made for improving the mechanism of targeted advertising in the modern Internet space.

Keywords: *targeted advertising, Internet, information, Internet advertising, offer, information protection, privacy.*

УДК 343:122

К ВОПРОСУ ИНТЕГРАЦИИ ПРАВА ПОТЕРПЕВШЕГО НА ОБЖАЛОВАНИЕ ДЕЙСТВИЙ ПРОКУРОРА В РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛОЖЕНИЙ СТАТЬИ 221 УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО КОДЕКСА РОССИИ

А. Н. Куряшкин

В статье рассматриваются основные права потерпевшего на стадии досудебного расследования, акцентируется внимание на сущности содержания данных прав. Автором анализируются комплекс прав потерпевшего, как представителя стороны обвинения, обращается внимание на проблемные вопросы участия потерпевшего в части обжалования постановления прокурора о возвращении уголовного дела следователю, дознавателю. В результате проведенного исследования автор приходит к выводу, что отсутствует нормативно закрепленное право потерпевшего на обжалование данного решения, на основе общеметодологических подходов к институту обжалования предлагается выработать отдельные предложения по изменению Федерального законодательства России.

Ключевые слова: уголовно-процессуальный закон, потерпевший, права потерпевшего, прокурор, постановление, жалоба, интеграция.

Изучение дефиниции потерпевшего и его прав в уголовном судопроизводстве на сегодняшний момент продолжает быть достаточно актуальным и дискуссионным вопросом.

Когда и где было закреплено понятие «потерпевший» достоверно, на наш взгляд, не скажет никто, ведь оно, в первую очередь исходя из отрасли права и тех задач, которые перед ней стоят, будет характеризоваться различными специфическими качествами.

Для уголовного права эти качества могут выражаться в виде субъекта отношений, вреда и лица, для уголовно-процессуального права это юридически значимое основание и комплекс прав.

Вл. Случевский отмечал, что «столько ведется речь о потерпевшем, однако кого под этим понятием всё-таки следует при этом понимать — остается вопросом нерешенным» [1, с. 46].

Не единожды исследователи пытались решить проблему касаясь определения рассматриваемого понятия. Предлагались различные варианты по поводу содержания понятия «жертва преступления», «потерпевший», «пострадавший», которые в принципе соизмеримы и корреспондирующие, однако к общему выводу всё же теоретики не пришли.

Необходимо подчеркнуть особый вклад в изучение правовой природы понятия «потерпевший», его трактовки, перечня и особенностей личностных характеристик,

Куряшкин Алексей Николаевич — преподаватель, Крымский филиал Краснодарского университета МВД России, г. Симферополь

а также прав и обязанностей пострадавшего от преступления в уголовном процессе таких исследователей, как И. И. Потеружа, М. С. Строгович, М. А. Чельцов, В. М. Савицкий, Р. Д. Рахунов, Л. Я. Таубер и многие другие.

Рассматривая определение, закрепленное в уголовно-процессуальном законе РФ, становится очевидна позиция законодателя, согласно которой «потерпевшим от преступления лицом признается физическое лицо, которому преступлением причинен физический, имущественный, моральный вред, а также юридическое лицо в случае причинения преступлением вреда его имуществу и деловой репутации» [2, с. 381].

На сегодняшний день законодатель достиг определенных целей в части уголовно-процессуального статуса потерпевшего, разрешил спорный, на наш взгляд, вопрос о сроках принятия решения о признании потерпевшим, сформулировав в контексте закона незамедлительное вынесение постановления с момента возбуждения уголовного дела.

Следует остановиться на перечне и видовом разнообразии закрепленных в современном процессуальном законодательстве прав потерпевшего от преступления, ведь закон устанавливает строгую процедуру их соблюдения и неуклонно следит за этим, используя все имеющиеся в наличии процессуальные инструменты. Такая позиция служит залогом полноценного осуществления лицом, потерпевшим от незаконных действий, своего права, закрепленного в Конституции (идет речь о доступе к правосудию), после уже судебную защиту и в результате возмещение вреда, причиненного потерпевшему преступлением.

Анализ положений таких документов, как Всеобщая декларация прав человека от 10 декабря 1948 г., Декларация основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотреблений властью (принятой Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН от 29 ноября 1985 г. 40/34), Рекомендации Комитета министров Совета Европы «О положении потерпевшего в рамках уголовного права и процесса» от 28 июня 1985 г. № R (85), ратифицированные Российской Федерацией, во взаимосвязи с положениями статьи 52 Конституции Российской Федерации, подводят нас к тому, что функция уголовного правосудия в одном из ее основных контекстов направлена на уважение его достоинства, охрану законных интересов потерпевшего, повышение доверия потерпевшего к уголовному правосудию. Государство обязано не только предотвращать и пресекать в установленном законом порядке посягательства, способные причинить вред и нравственные страдания личности, но и обеспечить потерпевшему возможности отстаивать свои права и законные интересы любыми не запрещенными законом способами [3, с. 50].

Кроме того, достаточно интересно законодатель сформулировал понятие о лице, признанном потерпевшим, при наличии двух оснований по его заявлению, так и по инициативе органа, в производстве которого находится уголовное дело, что, на наш взгляд, отражает сущность положений статьи 20 УПК РФ, где предусмотрена градация уголовного расследования.

Разберем лишь некоторые аспекты прав потерпевшего, которыми его наделяет действующее законодательство.

1. Законодатель одним из первых прав потерпевшего закрепил его право знать о предъявленном обвинении обвиняемому. Это право, как первое, связано с тем, что потерпевший представляет в уголовном процессе сторону обвинения.

Продолжением реализации этих положений является возможность потерпевшего получать документы, отражающие процессуальное решение о прекращении уголовного дела и, соответственно, преследования, а также об избрании меры пресечения обвиняемому при заключении его под стражу.

2. Важным элементом системы прав потерпевшего является право на получение процессуальных документов (их копий), отражающих решения, непосредственно касающиеся производства уголовного дела и появления и участия в нём такой фигуры, как потерпевший: возбуждение уголовного дела, принятие дела к производству, производство предварительного следствия группой, признание лица потерпевшим и другие.

3. С целью получения достоверной и полной информации о ходе расследования и его результатах, потерпевшего наделили правом получения документов о процессуальных решениях о прекращении уголовного дела, о приостановлении производства по уголовному делу, о направлении уголовного дела по подследственности.

4. Как итог совместной и плодотворной работы следователя и потерпевшего по уголовному делу, законодатель наделил последнего правом ознакамливаться с материалами уголовного дела по окончании расследования, выписывать любые сведения в необходимом для него объеме, снимать копии с материалов уголовного дела, в том числе с помощью технических средств.

5. В п. 21 ч. 2 статьи 42 УПК РФ закреплено положение о том, что у потерпевшего, а также его представителя, есть право заявить ходатайство о применении к нему мер безопасности. Такое право должно быть разъяснено ему лицом, которое осуществляет предварительное расследование по уголовному делу. Важно отметить, что такое ходатайство может быть заявлено в уголовном процессе на любом этапе производства.

Подводя итог изложенному, видно, что потерпевший в полной мере имеет представление о значимых с точки зрения процесса расследования действиях и решениях следователя и, используя механизм своих прав, может в той либо иной степени влиять на ход расследования.

С потерпевшим неразрывно связано и то, что ему предоставлена возможность довести до сведения суда свою позицию по существу дела и те доводы, которые он считает необходимыми для ее обоснования.

Законодатель и Верховный суд разъяснил, что для реализации целей, предусмотренных положениями статей 15 и 86 УПК РФ судебным органам, при наличии к тому оснований следует принимать меры для оказания помощи потерпевшему в собирании доказательств (получении документов, истребовании справок и т. д.).

В соответствии с частью 1 статьи 44 УПК РФ, если пострадавший от преступных действий в процессе предварительного расследования с момента возбуждения уголовного дела, настаивает на возмещении причинённого ему имущественного и морального вреда, то он должен быть признан в установленном порядке гражданским истцом. Существенное значение имеет тот факт, что когда уполномоченный субъект не выполнил по каким-либо причинам предписанную ему обязанность разъяснить потерпевшему такое право, то суд должен устранить подобное нарушение и самостоятельно разъяснить, и принять меры к обеспечению гражданского иска при наличии к тому оснований.

Как видно из положений вышеперечисленных норм, законодатель проявляет большую заботу о потерпевшем и его правах на всех стадиях уголовного судопроизводства.

Отдельного внимания заслуживает право потерпевшего, которое предусмотрено п. 18 ч. 2 ст. 42 УПК, о праве обжалования действий участников уголовного судопроизводства.

Данное право в основной части дублирует положения ст. 123 УПК РФ.

Тем временем, применение в условиях практической деятельности ст. 123-125 УПК РФ сопряжено с рядом проблем, при дословной трактовке вышеуказанных положений усматривается расхождение с судебной практикой [4, с. 5].

Как следствие, — неопределенное понятие сущности обжалования процессуальных действий и решений уполномоченного субъекта на досудебных стадиях судопроизводства [5, с. 70].

В процессуальном законе установлена возможность лиц, в отношении которых допущены нарушения их прав и свобод, обжаловать решения и (или) действия должностных лиц, осуществляющих преследование. Также определено, чьи решения и действия (бездействие) могут быть обжалованы в соответствии с частью 1 статьи 125 УПК РФ.

По мнению Верховного суда России, не подлежат обжалованию в порядке статьи 125 УПК РФ решения, для которых уголовно-процессуальным законом предусмотрен иной (специальный) порядок их обжалования, например, решение прокуратуры о возвращении уголовного дела следователю для осуществления производства дополнительного расследования [6, с. 23].

Порядок обжалования п. 2 ч. 1 ст. 221 УПК РФ, определен положениями ч. 4 вышеуказанной статьи и изложен в таком контексте, что постановление прокурора о возвращении уголовного дела следователю подлежит обжалованию только им в определенный срок.

Возвращая уголовное дело следователю для производства дополнительного следствия, прокурор руководствуется положениями ст. 237 УПК РФ, которые имеют со стороны надзорных органов в большей степени субъективное изложение.

С практической точки зрения, нельзя обойти вниманием статистическую составляющую деятельности прокуратуры, предусмотренную приказом Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 20.02.2015 № 83, где одно из положений пункта 13 указывает нам на то, что в качестве положительного показателя для прокуратуры, как органа надзора, является «возвращение прокурором уголовных дел для производства дополнительного расследования», а отрицательной характеристикой является процесс обжалования данных решений полномочными субъектами.

Таким образом, лицо, которому причинен вред преступлением, его законный представитель и представитель, которые согласно пункту 47 статьи 5 УПК РФ относятся к участникам судопроизводства со стороны обвинения, их права на стадии досудебного расследования изложены в законе в достаточно большом объеме, на одном из самых важных этапов предварительного расследования, по сути, становятся «свободными наблюдателями» внутриорганизационной и внутриведомственной борьбы между органами прокуратуры и органами внутренних дел.

По мнению автора, действия прокурора, которые выражаются в безосновательном решении о возвращении следователю материалов уголовного дела для производства дополнительного следствия, наносят вред основным правам и свободам, предусмотренным действующим законом, лицу, которому причинен имущественный, моральный, физический вред, в части разумных сроков предварительного расследования, соблюдения основных принципов в уголовном судопроизводстве, неотвратимости наказания, а также затрудняют доступ потерпевшего к правосудию.

Предлагается в новом инновационном виде организовать участие прокуратуры на заключительном этапе расследования при принятии решения по уголовному делу, поступившему с обвинительным заключением, при этом узаконить право обжалования потерпевшего на решения, принимаемые надзорным органом о возвращении уголовного дела следователю для производства дополнительного следствия, производства иных альтернативных действий, предусмотренных УПК РФ.

Несомненно, порядок уголовного судопроизводства должен быть прозрачен для его участников, в обязательном порядке понятен на всех его этапах, позволять полностью и всегда учитывать мнения потерпевшего и иных его участников в вопросах принятия решений по делу, в которых он или его представитель уже участвовали на стадии досудебного расследования. Сотрудники правоохранительных органов не должны в погоне за статистическими показателями, используя пробелы в законе, ущемлять права одного из основных его участников — лица, которое уже пострадало от преступления.

Автором статьи предлагается интегрировать права потерпевшего в положения части 4 ст. 221 УПК РФ с целью изменения ее существующей редакции:

Постановление прокурора о возвращении уголовного дела следователю может быть обжаловано им, потерпевшим, гражданским истцом, представителем потерпевшего, гражданского истца в течение 72 часов с момента получения соответствующего постановления.

Постановление прокурора о возвращении уголовного дела следователю обжалуется им с согласия руководителя следственного органа.

Литература

1. Случевский В. Учебник русского уголовного процесса. Судопроизводство. — СПб., 1892.
2. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. № 174-ФЗ (с изм. от 12 апреля 2019 г.) // Собрание законодательства РФ. 2001. № 52 (ч. 1). Ст. 4921.
3. Шадрин В. С. Уголовно-процессуальная деятельность прокурора и органов предварительного расследования. Досудебное производство. — СПб.: СПб юрид. ин-т Генеральной прокуратуры РФ, 2005. — 180 с.
4. Осин В. В. Решения суда, принимаемые по правилам ст. 125 УПК РФ, не обеспечивают защиту от произвола должностных лиц, осуществляющих уголовное судопроизводство // Адвокат. — 2008. — № 4. — С. 3–24.
5. Воскобойник И., Кузнецова О. Обжалование в судебном порядке процессуальных действий и решений органов, осуществляющих уголовное преследование // Уголовное право. — 2010. — № 1. — С. 70.

6. Червоткин А. С. Как повысить эффективность судебного контроля за предварительным следствием // Уголовный процесс. — 2012. — № 4. — С. 21–24.

7. Приказ Генпрокуратуры России от 20.02.2015 N 83 "Об утверждении и введении в действие форм федерального статистического наблюдения N 1-Е "Сведения о следственной работе и дознании" и N 1-ЕМ "Сведения об основных показателях следственной работы и дознания", а также Инструкции по составлению отчетности по формам федерального статистического наблюдения N 1-Е, 1-ЕМ"6.

8. Пленум Верховного суда Российской Федерации Постановление от 10 февраля 2009 г. №1 «О практике рассмотрения судами жалоб в порядке статьи 125 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» // Российская газета. Федеральный выпуск. № 10 (4851). 18 февраля 2009 г. — С. 3.

9. Пленум Верховного суда Российской Федерации Постановление от 29 июня 2010 г. №17 «О практике применения судами норм, регламентирующих участие потерпевшего в уголовном судопроизводстве» // Российская газета. Федеральный выпуск. № 147(5226). — 7 июля 2010 г. — С. 8.

10. Белкин Р. С. Курс криминалистики: учебное пособие для вузов. — 3-е изд., доп. — М., 2001.

11. Белов А. В. Уголовно-процессуальные аспекты участия прокурора в системе частного уголовного преследования: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Воронеж, 2010.

12. Никаноров С. А. Процессуальное положение прокурора при производстве дознания в сокращенной форме // Юридическая наука и правоохранительная практика. — 2014. — №4 (30). — С. 211–216.

TO THE INTEGRATION THE RIGHT OF THE INJURED TO APPEAL THE PROSECUTOR'S DECISION TO THE IMPLEMENTATION OF ARTICLE 221 OF THE CRIMINAL PROCEDURE CODE OF THE RUSSIAN FEDERATION

A.N. Kuriashkin

Crimean affiliate of Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Simferopol

The article considers the fundamental rights of the victim at the stage of pre-trial investigation and emphasizes the essence of the content of these rights. The author analyses the set of rights of the victim, as a representative of the prosecution, draws attention to the problematic issues of the victim's participation in the appeal against the decision of the prosecutor to return the criminal case to the investigator, the person conducting the initial inquiry. As a result of the research, the author concludes that there is no established right of the victim to appeal against this decision, and it is proposed to develop separate proposals to amend the Federal legislation of Russia on the basis of the general methodological approaches to the institution of appeal.

Keywords: *criminal procedure law, injured, right of injured, prosecutor, decision, complaint, integration.*

УДК 615.1:346.7:34.096

ОСОБЕННОСТИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АПТЕК МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Д. С. Кожанкова., М. А. Коннова, М. А. Мищенко, Н. Н. Чеснокова

В статье рассматривается проблема организации деятельности аптек в медицинских организациях. Авторами проведён анализ нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность больничных аптек. Результаты исследования показывают устаревшую нормативно-правовую базу, которая не соответствует современным требованиям лекарственного обеспечения. Также были выявлены и рассмотрены основные проблемы аптек медицинских организаций, которые должны быть устранены в целях оптимизации их деятельности.

Ключевые слова: *больничная аптека, аптека медицинской организации, фармацевтическая помощь, нормативно-правовое регулирование фармацевтической деятельности.*

Качество и доступность медицинской помощи в значительной степени зависят от оказания своевременной, эффективной и безопасной фармацевтической помощи, которая представляет собой результат сотрудничества пациентов, медицинских и фармацевтических работников.

Большая роль в организации взаимодействия медицинских работников с фармацевтическими специалистами принадлежит аптеке медицинской организации (МО), которая существенно отличается от прочих видов аптечных организаций как по задачам, так и по организации деятельности.

Цель аптеки МО — удовлетворение потребностей данной МО в товарах аптечного ассортимента для организации лечебного процесса, поэтому перед аптеками МО ставятся определенные задачи: обеспечить лекарственными препаратами и медицинскими изделиями лечебный процесс как при оказании бесплатной медицинской помощи, так и при оказании платных услуг, предоставить медицинскому персоналу профессиональную информацию о лекарственных средствах, организовать фармацевтический надзор в МО [1].

В существующей отечественной системе здравоохранения аптечные организации играют важную роль в формировании и обеспечении взаимодействия её основных субъектов — медицинских и фармацевтических специалистов и пациентов/потребителей.

Кожанкова Дарья Сергеевна, Коннова Мария Алексеевна — студенты, ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Мищенко Максим Алексеевич — доцент, ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Чеснокова Наталья Николаевна — ассистент, ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Аптеки медицинских организаций (далее — МО) занимают особое место. Их основной задачей является удовлетворение потребностей конкретного лечебного учреждения в товарах аптечного ассортимента. Однако, существующая на сегодняшний день нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность именно аптек МО, давно устарела, так как была разработана ещё для советской экономической модели и не соответствует современным требованиям организации лекарственного обеспечения [2]. Несоввершенством правовой базы определяется наличие целого ряда проблем в функционировании больничных аптек на современном этапе развития.

Цель работы: провести анализ нормативно-правовой базы и выявить основные проблемы организации деятельности аптек МО.

Материалы и методы

Выполнен анализ нормативных и литературных данных по особенностям и проблемам организации деятельности аптек МО. Методы исследования — информационный поиск, анализ, синтез.

Результаты

По данным Росздравнадзора, в России насчитывается 3408 аптек МО, то есть приблизительно 67% медицинских организаций имеют аптеки, но их количество постоянно сокращается из-за сокращения коечной сети [3].

Приказ Минздравсоцразвития РФ № 553н [4] выделяет следующие виды аптечных организаций: аптека (готовых лекарственных форм; производственная; производственная с правом изготовления асептических лекарственных препаратов); аптечный пункт; аптечный киоск.

Упоминание о больничной аптеке, как разновидности аптечной организации, имело место в недействующем на данный момент приказе Минздравсоцразвития РФ № 319 [5], в котором были выделены: больничная аптека; межбольничная аптека; аптека учреждения здравоохранения.

Приказ Министерства здравоохранения РФ № 647н [6], который является одним из основных документов, регламентирующих осуществление розничной торговли аптечными организациями, и содержит Правила надлежащей аптечной практики (НАП), формально не распространяется на аптеки МО, поскольку они не осуществляют розничную торговлю лекарственными препаратами.

Единичные приказы, которые регламентируют деятельность больничных (межбольничных) аптек и аптек ЛПУ [7; 8], несмотря на то, что на данный момент не отменены, морально устарели, поскольку разрабатывались для аптек, действовавших в советской экономической системе. Так, например, приказ Минздрава СССР № 758 [7], регламентирующий деятельность аптеки МО (содержит Положение о межбольничной (больничной) аптеке, а также штатные нормативы), не отменен, но с выходом приказа Минздрава СССР № 504 [9] носит всего лишь рекомендательный характер.

Вопрос о необходимости стандартизации деятельности аптек МО и адаптации нормативно-правовой базы с учетом специфики деятельности больничных аптек назрел давно. Некоторыми исследователями на основании обобщения и систематизации результатов научных работ уже предлагались примеры индикаторов для оценки качества

выполнения фармацевтических работ в аптеках МО, а также модель структуры современного стандарта надлежащей аптечной практики для аптек МО [10].

В настоящее время недостаточный уровень нормативно-правового регулирования деятельности аптек МО приводит к отсутствию со стороны руководителей МО должного внимания и контроля за их деятельностью. К основным проблемам аптек МО, выявляемым в ходе контрольно-надзорных мероприятий, проводимых Росздравнадзором, относятся [11]:

- размещение аптеки в малоприспособленных для целей осуществления фармацевтической деятельности помещениях МО;
- низкий уровень материально-технического оснащения аптек МО;
- недостаток специалистов с фармацевтическим образованием, особенно с высшим фармацевтическим образованием, что связано с низким уровнем оплаты труда;
- недостаточный уровень профессиональной подготовки специалистов;
- отсутствие или недостаточный уровень автоматизации аптек МО;
- пробелы в знании действующего законодательства и нормативных актов, регламентирующих фармацевтическую деятельность, приводит к нарушению правил хранения, учета лекарственных препаратов, в т.ч. подлежащих предметно-количественному учету;
- отсутствие должного внутреннего контроля за деятельностью аптеки МО со стороны администрации.

Обращение лекарственных средств

В настоящее время регламентирующих документов по организации обращения лекарственных средств именно в медицинских организациях нет.

Поэтому на практике возможны три варианта:

- МО имеет аптеку;
- МО имеет в штате фармацевтических специалистов (провизора или фармацевта);
- МО не имеет ни аптеки, ни фармацевтических специалистов.

Вследствие общего тренда к сокращению расходов МО, наблюдается тенденция к сокращению числа больничных аптек. В результате за обращение лекарственных средств в МО, не имеющих больничных аптек, отвечают главная медсестра, экономист, специалист отдела закупок или бухгалтер, т.е. лица, не являющиеся специалистами в области обращения лекарственных средств и организации фармацевтической деятельности [12].

При этом только сотрудники аптеки МО, имеющие высшее или среднее фармацевтическое образование, могут в полном объеме обеспечить:

- точный расчет потребности в лекарственных средствах;
- приемку лекарственных средств;
- соблюдение условий хранения различных групп лекарственных средств в зависимости от их физико-химических и токсикологических свойств;
- полный учет движения лекарственных средств по всем отделениям МО;
- первичную бухгалтерскую отчетность по движению лекарственных средств.

Действовавший до 2010 г. Федеральный закон № 86-ФЗ [13] относил к аптечным организациям «аптеки учреждения здравоохранения» и не разрешал продажу лекарственных средств напрямую учреждениям здравоохранения, не имеющим в своей структуре аптеки. МО должны были открывать собственные аптеки или закупать лекарственные средства у аптек различных (чаще муниципальных) форм собственности, что влияло на стоимость лекарственной терапии.

С принятием Федерального закона № 61-ФЗ [14] этот запрет был отменен. То есть последние девять лет МО имеют право закупать ЛС напрямую у производителя или у оптовика, не имея в своей структуре аптеки.

При наличии же аптеки в МО действующими нормативными документами предусмотрено обязательное прохождение процедуры лицензирования фармацевтической деятельности [15; 16].

Аптеки МО работают на основании лицензии на фармацевтическую деятельность. Однако существующее определение фармацевтической деятельности не в полной мере соответствует выполняемым аптеками МО функциям.

В соответствии с Федеральным законом № 61-ФЗ, фармацевтическая деятельность — это деятельность, включающая в себя оптовую торговлю лекарственными средствами, их хранение, перевозку и (или) розничную торговлю лекарственными препаратами, их отпуск, хранение, перевозку, изготовление лекарственных препаратов.

Из приведённых выше видов работ, составляющих фармацевтическую деятельность, к аптеке МО применимы:

- хранение лекарственных средств;
- перевозка лекарственных средств;
- изготовление лекарственных препаратов, отпуск лекарственных препаратов (по требованиям МО).

Изготовление лекарственных препаратов

Изготовление лекарственных препаратов в условиях аптек МО регламентируется приказом № 751н [17]. При этом значительные ограничения на ассортимент изготавливаемых производственными аптеками лекарственных препаратов накладывает Федеральный закон № 61-ФЗ, который запрещает изготовление аптечными организациями экстенпоральных лекарственных препаратов, зарегистрированных в Российской Федерации, т.е. аналогов готовых лекарственных препаратов промышленного производства, хотя это не мешает аптекам МО изготавливать эти лекарственные препараты, но в других объемах или дозировках.

В результате подавляющее большинство производственных аптек значительно сократили ассортимент изготавливаемых лекарственных препаратов, а многие из них полностью прекратили изготовление экстенпоральных лекарственных препаратов, что не могло не сказаться на экономических показателях их финансово-хозяйственной деятельности.

При этом на практике аптеки МО сталкиваются с проблемой несоответствия фасовок готовых лекарственных препаратов промышленного производства потребностям лечебного процесса. Отсутствие необходимой фасовки приобретает особое значение, например, в педиатрической практике, где недопустим лишний объем инфузий в связи с малым весом больных.

С практической точки зрения, потребность в экстерпоральных лекарственных формах, несмотря на широчайший ассортимент лекарств промышленного производства, до сих пор сохраняется и остается актуальной. Достоинства экстерпоральной рецептуры заключаются в возможности подбора врачом индивидуального состава и дозировки лекарственного средства с учетом возраста, веса, сопутствующих заболеваний пациента, особенностей организма, состояния выделительных функций, переносимости тех или иных веществ, наличия аллергии, небольшой продолжительности времени между назначением, изготовлением и применением лекарственного средства. Важным является отсутствие необходимости использования консервантов для обеспечения стабильности лекарственной формы (стерильные растворы для внутреннего употребления новорожденными); возможность быстрого удовлетворения потребности в лекарственных средствах при экстремальных ситуациях [18].

Другим следствием вступления в силу Федерального закона № 61-ФЗ является сокращение объемов изготовления экстерпоральных лекарственных препаратов в аптеках, расположенных в отдаленных и труднодоступных местностях. В то же время особенностью лекарственного обеспечения МО, расположенных в отдаленных и труднодоступных районах, является невозможность оперативной доставки необходимых лекарств и нецелесообразность хранения большого запаса лекарств «на всякий случай».

Организация хранения лекарственных средств

С точки зрения нормативно-правового регулирования организации процесса хранения лекарственных средств аптеками МО, к ним предъявляются те же требования, что и к розничным аптекам.

Обязательным лицензионным требованием является наличие у аптечной организации принадлежащих ей на праве собственности или ином законном основании помещений и оборудования, необходимых для осуществления фармацевтической деятельности и соответствующих установленным к ним требованиям. Это одна из самых серьезных проблем в организации деятельности аптек МО, т. к. в настоящее время в Российской Федерации нет утвержденных нормативно-технических документов, регламентирующих состав и размеры помещений аптечных организаций. Поэтому очень часто помещения для аптеки МО выделяются по остаточному принципу, что зачастую не позволяет выполнить лицензионные требования, касающиеся соблюдения правил хранения лекарственных средств.

Кроме того, руководителями МО часто упускается из вида необходимость соблюдения требований к хранению лекарственных препаратов за пределами материальных комнат и отделов запасов аптеки МО. Бытует ошибочное мнение, что требования к хранению не распространяются на посты медицинского персонала, процедурные кабинеты МО, ассистентские рецептурных отделов и торговые залы аптек [19].

Стоит отметить, что в МО, где отсутствуют и аптека, и фармацевтические специалисты в штате МО, еще сложнее организовать правильное хранение лекарственных средств в отделениях МО, поскольку средний медицинский персонал не обучают правилам хранения лекарственных средств ни в медицинских училищах, ни на

курсах повышения квалификации. Поэтому одно из самых распространенных замечаний при проверках медицинских организаций — несоблюдение правил хранения лекарственных средств.

Заключение

Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность аптек медицинских организаций, требует актуализации по следующим основаниям:

- в действующих на данный момент нормативных документах не содержится понятие «больничная аптека» («аптека медицинской организации»);
- отсутствует «Положение об аптеке медицинской организации», «Положение о провизоре медицинской организации»;
- не соответствуют современным требованиям нормативы штатной численности специалистов больничных аптек;
- не имеют правового статуса Методические рекомендации Росздравнадзора «Об организации контроля за соблюдением лицензионных требований и условий при осуществлении фармацевтической деятельности аптеками лечебно-профилактических учреждений».

Основными проблемами аптек МО являются:

- слабая материально-техническая база;
- морально устаревшая нормативно-правовая база;
- дефицит фармацевтических кадров и отсутствие у них мотивации к работе в аптеке МО;
- недостаточное финансирование;
- недостаточное внедрение автоматизации в работу аптек МО;
- отсутствие внутрибольничного фармацевтического контроля;
- недооценка роли аптек МО в организации рациональной фармакотерапии и снижении ресурсоёмкости учреждений здравоохранения.

Недостаточная мотивация выпускников к деятельности в сфере больничной фармации обусловлена не только невысокой заработной платой [20], но и отсутствием достаточных теоретических знаний и практических навыков, необходимых для работы в больничной аптеке.

Необходима разработка мероприятий по повышению роли аптек медицинских организаций в системе оказания лекарственной помощи населению. Необходимо повысить качество теоретической подготовки студентов в части особенностей функционирования аптек медицинских организаций.

Литература

1. Ильин О. М. Организация работы аптеки в составе лечебно-профилактического учреждения: положительные аспекты и сложности обеспечения деятельности // Заместитель главного врача. — 2011. — № 12 (67). — С. 72–76.
2. Назарова М. С. Проблемы нормативно-правового регулирования деятельности больничных аптек // Вятский медицинский вестник. — 2009. — № 1. — С. 88–89.

3. Корецкая Л. В., Кузнецов Д. А. Формирование у студентов фармацевтического факультета навыков по организации работы в больничной аптеке // Фармакоэкономика: теория и практика. — 2018. — № 1. — Том 6. — С. 53.

4. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 27.07.2010 N 553н «Об утверждении видов аптечных организаций» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902229604/>

5. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 03.05.2005 N 319 «Об утверждении видов аптечных учреждений» (утратил силу с 26.09.2010 на основании приказа Минздравсоцразвития России от 27.07.2010 N 553н) — Утратил силу. [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901933259/>

6. Приказ Минздрава России от 31.08.2016 N 647н «Об утверждении Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420377391/>

7. Приказ Минздрава СССР от 23.06.1983 N 758 «О Положении и штатах хозрасчетных межбольничных (больничных) аптек» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9034496/>

8. Приказ Минздрава СССР от 02.06.1987 N 747 «Об утверждении "Инструкции по учету медикаментов, перевязочных средств и изделий медицинского назначения в лечебно-профилактических учреждениях здравоохранения, состоящих на Государственном бюджете СССР» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9014378/>

9. Приказ Минздрава СССР от 31.08.1989 N 504 «О признании рекомендательными нормативных актов по труду Минздрава СССР» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/9046595/>

10. Михайлова В. Н., Солонина А. В. Методический подход к стандартизации работы аптек медицинских организаций // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1-2 [Электронный источник]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20099>

11. Методические рекомендации "Об организации контроля за соблюдением лицензионных требований и условий при осуществлении фармацевтической деятельности аптеками лечебно-профилактических учреждений" (утв. Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития 1 августа 2008 г.) [Электронный источник]. URL: <https://base.garant.ru/4187155/>

12. Рыжова О. А. Организация деятельности больничных аптек в современных условиях // Управление качеством в здравоохранении. — 2016. — № 3. — С. 36–42.

13. Федеральный закон «О лекарственных средствах» от 22.06.1998 №86-ФЗ (утратил силу с 01.09.2010 на основании Федерального закона от 12.04.2010 №61-ФЗ) — Утратил силу [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901711207/>

14. Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 № 61-ФЗ [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902209774/>

15. Федеральный закон от 04.05.2011 N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902276657/>

16. Постановление Правительства РФ от 22.12.2011 N 1081 «О лицензировании фармацевтической деятельности» (вместе с «Положением о лицензировании фармацевтической деятельности») [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902321161/>

17. Приказ Минздрава России от 26.10.2015 N 751н "Об утверждении правил изготовления и отпуска лекарственных препаратов для медицинского применения аптечными организациями, индивидуальными предпринимателями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность" [Электронный источник]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420313316/>

18. Карабинцева Н. О., Джупарова И. А., Лебедева Т. А. Состояние экстермпоральной рецептуры в аптеках Новосибирска // Медицина и образование в Сибири: сетевое издание. — 2012. — № 4 [Электронный источник]. URL: http://ngmu.ru/cozo/mos/article/annotacy_full.php?id=757

19. Гарбузова Л. Стеллажные карты в отделениях не нужны и еще пять типичных заблуждений сотрудников больничных аптек // Новая аптека. — 2018. — № 9. — С. 24–29.

20. Мороз Т. Л. Проблемы нормативно-правового регулирования деятельности больничных аптек // Правовые вопросы в здравоохранении. — 2013. — № 3. — С. 26–32.

LEGAL REGULATION FEATURES OF PHARMACY ACTIVITY IN MEDICAL INSTITUTIONS

D.S. Kozhankova, M.A. Konnova, M.A. Mishchenko, N.N. Chesnokova

Privolzhsky Research Medical University,
Nizhniy Novgorod

The article deals with the problem of organizing the activities of pharmacies in medical organizations. The authors analyzed the legal framework regulating the activities of hospital pharmacies. The results of the study show an outdated regulatory framework that does not meet modern drug requirements. The main problems of pharmacies of medical organizations, which should be eliminated in order to optimize their activities, were also identified and considered.

Keywords: *hospital drugstore, drugstore of the medical organization, pharmaceutical help, legal regulation of pharmaceutical activity.*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ / ECONOMICAL SCIENCES

УДК 615.1:658.8

**АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ
АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ****Ю. О. Агаджанян, М. А. Коннова, М. А. Мищенко, А. А. Пономарева**

В статье рассматриваются пути совершенствования отношений аптечной организации с потребителями фармацевтических услуг. Разработаны мероприятия по повышению лояльности потребителей к аптечной сети. Для внедрения новой технологии работы с клиентами в краткосрочный период была использована четырёхэтапная стратегия CRM.

Ключевые слова: аптечная организация, фармацевтическая помощь, фармацевтический маркетинг, потребительская лояльность, управление взаимоотношениями с клиентами, ориентация на потребителя.

В настоящее время в Российской Федерации продолжается неуклонный рост количества аптечных организаций, что дает потребителю возможность свободного выбора при покупке лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента. По данным Управления лицензирования и контроля соблюдения обязательных требований Росздравнадзора, в России на одну аптеку приходится 1,5 тыс. жителей, в то время как, например, во Франции — 2,6 тыс. чел., в Германии — 3,9 тыс. чел., а в США — 4,5 тысячи человек [1].

Для аптеки одним из способов привлечения и удержания потребителя является повышение его удовлетворенности качеством оказанной фармацевтической помощи, т.к. основа существования и дальнейшего развития любой организации заключается в установлении долгосрочных и взаимовыгодных отношений с покупателями [2]. Непосредственное участие потребителя в процессе реализации фармацевтической помощи позволяет рассматривать качество ее оказания не только как набор объективных характеристик, но и как воспринимаемые потребителем субъективные оценки, возникающие в результате сравнения ожиданий от предоставленной фармацевтической помощи с восприятием ее реального исполнения [3].

Агаджанян Юлия Олеговна, Коннова Мария Алексеевна — студенты, ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Мищенко Максим Алексеевич — доцент, ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Пономарева Алена Анатольевна — ФГБОУ ВО «Приволжский исследовательский медицинский университет» Минздрава России, г. Нижний Новгород

Ориентация фармацевтических компаний на совершенствование отношений с клиентами обусловлена рядом факторов: усилением конкуренции, повышением требований покупателей к качеству предлагаемых товаров и уровню сервиса, снижением эффективности традиционных маркетинговых средств, а также появлением новых технологий взаимодействия с потребителями. Грамотное применение программ лояльности позволяет компаниям не только увеличивать прибыль, но и вызывать доверие у потребителей продукции или услуг, завоевывая больший объем рынка и его доли [4].

В свою очередь, исследование потребительской мотивации на фармацевтическом рынке, где существуют свои особенности и закономерности в области маркетинга и продвижения, и особую значимость приобретает социальная и этическая сторона, требует гораздо большего, чем просто понимание и удовлетворение потребностей [5].

Когда ожидаемые и полученные эмоции от посещения аптечной организации совпадают, человек испытывает удовлетворение от процесса покупки, которое со временем может перерасти в доверие и привязанность. В результате у аптечной организации появляется лояльный покупатель [3].

Забота о клиенте и длительное удержание его может значительно влиять на результаты деятельности компании. Зарубежные исследования показали, что программы лояльности приводят к уменьшению текучести покупателей на 30% и увеличению оборота на 10%, а удержание лишь 5% от общего количества покупателей через какое-то время приводит к увеличению получаемой от них прибыли на 25-85% [6].

Традиционно потребительская лояльность на фармацевтическом рынке рассматривается с точки зрения маркетингового подхода, как наиболее адекватно описывающего взаимоотношения всех субъектов, участвующих в процессе потребления. Это означает создание и развитие программ лояльности, которые способствовали бы установлению и поддержанию долгосрочных отношений между клиентами и организацией. В настоящее время все больше российских и зарубежных компаний используют цифровые технологии для формирования потребительской лояльности. Актуальными типами программ лояльности являются: бонусные, дисконтные, клубные, платные, геймифицированные и с использованием цифровых технологий [7].

Изучение потребительской лояльности при выборе товаров, факторов, влияющих на принятие решения о покупке, позволяет работникам аптек максимально удовлетворить потребности населения и создать оптимальные условия обслуживания потребителей фармацевтических услуг [8].

Существуют различные трактовки понятия «система управления взаимоотношениями с клиентами», но во всех из них ключевым элементом является клиенториентированность:

1) «Управление отношениями с клиентами (CRM) — бизнес-стратегия, предназначенная для оптимизации доходов, прибыльности и удовлетворенности клиентов» (по определению Gartner Group) [9].

2) «CRM — современная бизнес-стратегия, нацеленная на рост и повышение доходности бизнеса компании, путем повышения лояльности клиента на протяжении всего цикла взаимодействия с ними. Это направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес-стратегия, ядром которой является "клиентоориентированный" подход» (по определению Microsoft Corp.) [10].

3) «CRM — это стратегия, нацеленная на создание долговременных и прибыльных взаимоотношений с клиентами через понимание их индивидуальных потребностей» (по определению Pricewaterhouse Coopers) [11].

Конечной целью внедрения системы CRM для аптечной организации должно стать увеличение прибыли за счет оптимизации взаимодействия с потребителями фармацевтических услуг, что складывается из повышения доходности клиентской базы и снижения затрат на ее обслуживание. Однако многие компании рассматривают CRM систему именно как средство снижения затрат, а не увеличения доходов, хотя она помогает решать обе задачи [4].

С целью разработки мероприятий по повышению лояльности посетителей одной из аптечных сетей г. Нижнего Новгорода был проведен обзор особенностей использования маркетинговых технологий в ходе деятельности по управлению отношениями с потребителями фармацевтических организаций, а также анализ действующей системы управления взаимоотношениями с клиентами.

В рассматриваемой сети аптек на первом этапе реализации системы CRM среди потребителей с течением времени выделяется категория постоянных покупателей. Обслуживающий персонал каждого подразделения в соответствии с заранее определенными условиями выделяет постоянных клиентов среди общего количества посетителей. Этими условиями являются частая посещаемость определенного подразделения аптеки и средняя сумма покупок. Если посещаемость высокая, а средняя сумма чека выше определенного уровня, то покупателю предлагается получить карту постоянного покупателя (КПК). Предъявляя КПК в любой из аптек аптечной сети, клиент получает скидку в размере 7,77% на товары аптечного ассортимента. Для того, чтобы получить КПК, покупателю необходимо заполнить анкету, в которой он сообщает свои имя и отчество, возраст, дату рождения, контактный телефон, почтовый адрес, электронный адрес, номер карты, которая выдается покупателю, а также указываются номер подразделения, в котором выдается карта, и дата выдачи. Заполненные анкеты ежедневно отсылаются в центральный офис, где поступившая информация тщательно обрабатывается. Личные данные каждого клиента, получившего КПК, заносятся в общую базу данных. В базе данных клиентов помимо личной информации отражается каждое посещение клиента любого из подразделений, время посещения, приобретенные товары, сумма чека и общий товарооборот по каждой КПК. База данных работает в режиме реального времени. Если клиент придет в любую из аптек аптечной сети и предъявит карту, то провизору или фармацевту будет мгновенно предоставлена информация о данном клиенте. Это необходимо для того, чтобы обслуживающий персонал подразделения мог обратиться к клиенту по имени или по имени и отчеству, что позволяет сформировать у покупателя ощущение индивидуального подхода.

На втором этапе управления отношениями с потребителями анализируется полученная информация о клиентах аптеки, характере, размере и частоте совершаемых ими покупок с целью определения покупателей, представляющих наибольшую ценность для компании. Для этого осуществляется сегментирование — разделение общего количества потребителей на сегменты по определенным критериям. Критериями являются среднемесячный товарооборот, общее количество посещений аптеки и др.

В процессе сегментирования выделяются 12 групп клиентов. Процесс сегментирования выглядит следующим образом (рис. 1):

1) Все клиенты делятся на 4 группы исходя из среднемесячного товарооборота: группа А — свыше 2000 рублей; группа В — от 1000 до 2000 рублей; группа С — от 500 до 1000 рублей; группа D — менее 500 рублей.

2) Группы клиентов подразделяются на подгруппы, исходя из среднего количества визитов за месяц: подгруппа 3 — более 3; подгруппа 2 — от 2 до 3; подгруппа 1 — менее 2.

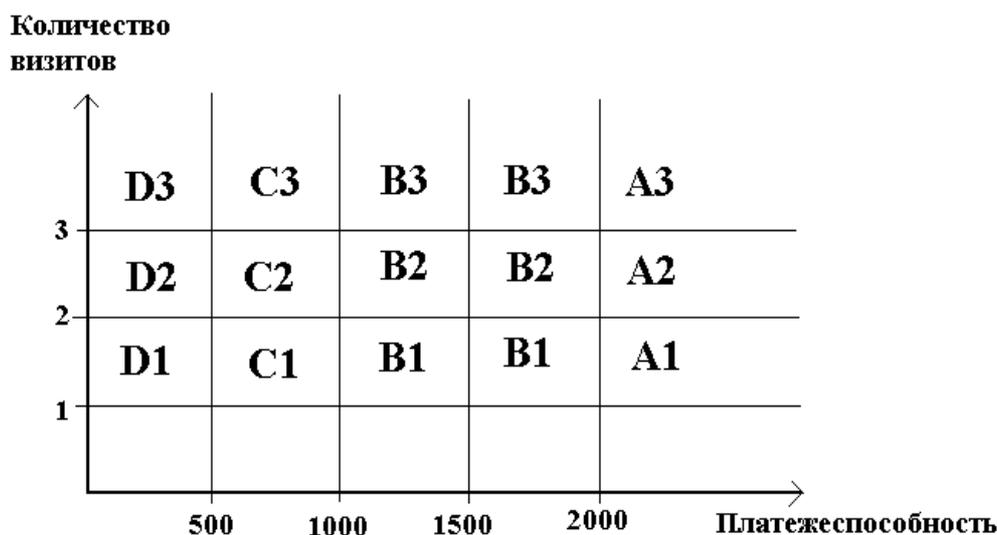


Рис. 1. Сегментирование клиентов на группы.

Источник: составлено авторами.

На третьем этапе, после того как определены основные сегменты потребителей, разрабатывается программа взаимодействия применительно к каждой группе. Такая программа представляет собой план работы по управлению отношениями с потребителями в каждом сегменте, определяются сроки выполнения планов, сотрудники аптечной организации, ответственные за проведение мероприятий, планируется бюджет. В целях оптимизации системы CRM разрабатывается план мероприятий по повышению лояльности клиентов к рассматриваемой аптечной сети. Способы работы аптеки с покупателями являются типичным примером маркетинга по родству, суть которого состоит в использовании пристрастия перспективного покупателя к третьей стороне, как правило, к обществу, к которому он принадлежит, в данном случае к аптечной сети.

Четвертым этапом стратегии CRM является кастомизация товара, то есть адаптация товаров к потребностям покупателя при поддержании разумного уровня доходов. В рамках своей деятельности аптечной сети невозможно адаптировать товар к потребностям покупателей, так как аптеки являются организациями розничной торговли и реализуют товары аптечного ассортимента путем их перепродажи от оптовых организаций конечному потребителю.

Однако и в арсенале аптечных организаций могут использоваться приемы, направленные на повышение удовлетворенности покупателей. Первым способом

является жесткий контроль качества предлагаемой продукции. Так, в штате организации имеется сотрудник, отвечающий за качество. Его главная задача — не допустить попадание в оборот недоброкачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. Обеспечение потребителей доступной информацией о товарах аптечного ассортимента является вторым способом, используемым аптекой для повышения удовлетворенности покупателей. Необходимую информацию клиенты аптеки могут получить у провизоров, каждый из которых имеет высшее фармацевтическое образование, также в аптеках аптечной сети работает медицинский работник, который может дать консультацию по применению препаратов.

Помимо этого, в аптечной организации действует интернет-аптека, что позволяет снизить затраты на продвижение товаров. На данном Интернет-ресурсе потребители могут получить информацию о наличии, стоимости и характеристиках лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента, оформить заказ на отсутствующие товары. Широкий спектр услуг, предоставляемых аптечной организацией, обеспечивает значительные конкурентные преимущества и позволяет значительно повысить удовлетворенность потребителей.

Внедрение новой технологии позволило решить ряд важных задач:

- увеличилась скорость и эффективность принятия оперативных решений; благодаря доступности информации удалось исключить постоянные контакты “вверх и вниз” и появилась возможность принимать решения на месте. В результате время, необходимое для принятия оперативных решений, сократилось в несколько раз;
- значительно упростилось планирование товарных и финансовых потоков на основе маркетинговых данных и анализа ситуаций, что позволило осуществлять более качественную ассортиментную и клиентскую политику;
- повысился контроль за работой персонала коммерческой службы, в том числе контроль не только за количественными показателями (число обращений, рабочее время и пр.), но и за качественными (адекватность работы с клиентом, выполнение стратегических задач, поставленных руководством);
- налажено управление сетью дочерних компаний на новых принципах; новая технология позволила сделать всю работу этих компаний абсолютно прозрачной и обеспечить индивидуальный подход к каждому региону.

Для выявления причин снижения количества чеков и интенсивности продаж (было отмечено снижение выручки за февраль-май 2019 г. на 19,6% по сравнению с аналогичным периодом в 2018 г.) в рассматриваемой аптечной сети было проведено анкетирование 136 посетителей в возрасте от 18 до 62 лет (средний возраст 48,6; 66% опрошенных — женщины; средняя частота посещения аптеки — 0,83 раза в месяц).

Было выявлено, что одной из главных причин снижения выручки может быть отказ от покупки по причине дороговизны товаров в данной аптечной сети: 69% респондентов отметили, что цены на товары аптечного ассортимента в среднем выше, чем у конкурирующих аптек; 28% опрошенных считают цены соответствующими среднему уровню по аптекам города; только 3% опрошенных не высказали свою неудовлетворенность уровнем цен.

В качестве мероприятий по повышению лояльности потребителей к аптекам аптечной сети в краткосрочном периоде было предложено и внедрено:

1) Оптимизация системы предоставления скидок (например, была введена 10%-ная скидка на лекарственные препараты, не входящие в список ЖНВЛП с 9:00 до 12:00; увеличение размера стандартной скидки по КПК до 7,77% с 8:00 до 20:00).

2) Оптимизация работы с аптечным ассортиментом (поиск лекарственных препаратов-аналогов с более низкой ценой).

3) Оценка ценовой и маркетинговой политики конкурентов.

Таким образом, можно констатировать, что для фармацевтического рынка характерен крайне высокий уровень конкуренции, поэтому нередко привычные технологии маркетинга перестают работать. Здесь на помощь приходит стратегия CRM, которая для фармацевтических организаций состоит из четырех этапов:

1) Получение информации о покупателях, чтобы понять, кто именно и что покупает.

2) Использование этой информации для понимания, кто из покупателей представляет наибольшую ценность, а также для анализа потенциала различных покупателей по покупке разных товаров.

3) Использование полученных знаний в целях маркетинга. Необходимо предложить покупателю нужный ему товар, причем в правильно выбранное время и через соответствующий канал.

4) По мере повышения уровня близости к покупателю изыскиваются способы кастомизации товаров, то есть адаптации товаров к потребностям покупателей при поддержании разумного уровня расходов, что в свою очередь требует сбора новых данных о покупателях.

Литература

1. Аптека: взгляд изнутри // КатренСтиль. — 2018. — № 172 [Электронный ресурс]. URL: www.katrenstyle.ru/articles/journal/pharmacy/aleksandr_apazov_apteki_vtselyah_vyizhivaniya_narushayut_vsyo_ivsya

2. Андреева Л. Ю., Лушкин С. А., Савченко С. В. Маркетинг взаимоотношений как стратегическая основа управления развитием компетенций персонала // Terra Economicus. — 2012. — № 2-3. — Т. 10. — С. 45–49.

3. Райсян М. Г., Максимкина Е. А. Исследование потребительской лояльности на фармацевтическом рынке // Медицинская наука Армении. — 2008. — №2. — С. 104–113.

4. Анализ и планирование деятельности фармацевтической организации: доходы и прибыль: электронное учебное пособие / [М. А. Мищенко, С. В. Кононова, Н. Н. Чеснокова и др.]; Приволжский исслед. мед. ун-т. — Казань: Бук, 2019.

5. Борискина Т. Б., Пескова О. С. Модель управления потребительским поведением на социально значимом рынке (на примере фармацевтического рынка) // Вестник РУДН. Серия: Экономика. — 2013. — № 1. — С. 113–122.

6. Тётушкин В. А. Анализ программы лояльности покупателей как инструмента формирования маркетинговой стратегии взаимоотношений в условиях кризиса на

примере розничной сети «Магнит» АО «Тандер» // Экономический анализ: теория и практика. — 2016. — № 8 (455). — С. 147–163.

7. Полусмакова Н. С., Серова О. Ф., Чернова А. А. Анализ и совершенствование типологии программ потребительской лояльности // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2017. — № 4. — Т. 10. — С. 146–154.

8. Кузнецова Л. В., Брусенцова Л. С. Оцениваем и повышаем лояльность потребителей. Методы оценки лояльности потребителей // Российское предпринимательство. — 2012. — № 12 (110). — С. 71–76.

9. Портал о ERP системах и комплексной автоматизации предприятий. Список терминов ERP [Электронный ресурс]. URL: <http://www.erp-online.ru/erp/dictionary/>

10. Сулейманов Р. И. Применение CRM-систем в целях эффективного управления в энергосбытовых компаниях ОАО «Энергосбыт Плюс» // Национальная Ассоциация Ученых. — 2016. — № 3-1 (19). — С. 112–116.

11. Портал об управлении отношениями с клиентами, CRM консалтинге и услугах по выбору и внедрению CRM. Что такое CRM? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.crmonline.ru/crm/introduction/>

ANALYSIS OF CUSTOMER-RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM IN PHARMACIES

Yu.O. Agadzhanian, M.A. Konnova, M.A. Mishchenko, A.A. Ponomareva
Privolzhsky Research Medical University,
Nizhniy Novgorod

The article discusses ways to improve the relations of the pharmacy organization with consumers of pharmaceutical services. Measures have been developed to increase consumer loyalty to the pharmacy network. A four-step CRM strategy was used to introduce new customer service technology in the short term.

Keywords: *pharmacy, pharmaceutical care, pharmaceutical marketing, customer loyalty, customer relationship management, customer orientation.*

УДК: 331.5

АНАЛИЗ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

С. В. Землячев, О. А. Землячева

В статье рассматривается современное состояние безработицы в Республике Крым, основные показатели, характеризующие рынок труда данного региона, динамика их развития, предложены направления снижения уровня безработицы в регионе. Автором анализируются факторы, влияющие на уровень безработицы.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, трудоспособное население, занятость, образование.

Введение. Актуальность темы исследования заключается в том, что рынок труда занимает важное место в системе экономических отношений. Развитие трудового потенциала и качества рабочей силы выступает важнейшим фактором увеличения степени конкурентоспособности экономики, достижения устойчивых темпов экономического роста, повышения уровня социальной стабильности и роста благосостояния работников и членов их семей. Региональные отличия в характере и развитости производительных сил, условиях и размере оплаты труда влияют на сбалансированность рынка труда, формируют соотношение спроса и предложения на рабочую силу. Проблема безработицы является важным индикатором как степени развитости экономики отдельных регионов, действенности системы государственной и региональной поддержки занятости населения, так и отражает существующие социальные проблемы территорий.

Отрицательные последствия безработицы и необходимость финансирования мероприятий, связанных с поддержкой незанятого населения, обуславливают важность этой проблемы и необходимость ее дальнейшего исследования.

Поэтому для Российской Федерации в целом и Республики Крым, как ее активно развивающегося региона, актуальным является рассмотрение причин безработицы и факторов, снижающих ее уровень.

Цель исследования заключается в изучении и анализе проблемы безработицы и путей ее преодоления, рассмотрении возможностей совершенствования, развития занятости на рынке труда Республики Крым.

Землячев Сергей Викторович — к.э.н., доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», г. Симферополь

Землячева Ольга Андреевна — к.э.н., старший преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», г. Симферополь

Изложение основного материала. В соответствии со ст. 3 Закона РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 г. №1032-1, «безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней» [5].

На уровень безработицы влияет ряд факторов, имеющих разнообразную степень влияния, как на макроуровне, определяющих характер и тенденции развития рынка труда в масштабах государства (тип экономической системы, экономическая политика государства, уровень развитости рыночных отношений и внедрения новых форм хозяйствования, динамика экономического цикла, социальная политика государства и др.), так и на мезо уровне, влияющих на формирование рынка труда в отдельных регионах (уровень экономического развития региона, средний размер заработной платы, уровень развитости экономической инфраструктуры и др.). По своей природе влияющие факторы разделяются на: 1) физиологические и демографические (состояние здоровья, половозрастная структура населения, средняя продолжительность жизни); 2) социально-экономические (размер средней заработной платы, образование и уровень квалификации работников, условия труда, миграция трудовой силы, предпринимательская инициатива); 3) организационно-экономические (хозяйственная специализация региона, его уровень развития, научно-технический прогресс и формы организации производства, степень механизации и автоматизации производства); 4) технико-экономические (структура и виды деятельности предприятий, уровень производительности труда, ассортимент выпускаемой продукции).

При этом каждая группа влияющих факторов формируется при воздействии региональных условий. Так, на первую группу факторов влияют уровень развития здравоохранения, физической культуры и спорта, экологическая ситуация в регионе; вторая группа факторов зависит от уровня развития образования в регионе, уровня жизни населения, региональной политики социальной защиты населения; на третью и четвертую группы факторов влияют региональная экономическая политика, темпы экономического роста, структурные сдвиги в экономике региона и др.

Региональная политика в области занятости должна учитывать комплекс этих взаимодополняющих условий и влияющих факторов, в целом содействующих обеспечению бесперебойного функционирования региональной экономической среды и повышения темпов роста производительности труда.

Это подтверждается и значениями тех ключевых индикаторов, которых планируется достигнуть при реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. Так, в 2030 году относительно 2015 г. планируется достижение роста производительности труда при консервативном, модернизационном и инновационном сценариях соответственно 180%, 341%, 509%; удельного веса высококвалифицированных работников в общей численности квалифицированных работников соответственно 37%, 40%, 45%; доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом региональном продукте соответственно 25%, 27%, 30% [11].

При оценке состояния безработицы Республики Крым будем использовать ряд показателей:

– численность официально зарегистрированных безработных — численность трудоспособных граждан, не имеющих работы и заработка (трудового дохода), проживающих на территории Российской Федерации, зарегистрированных в органах службы занятости населения по месту жительства в целях поиска подходящей работы, ищущих работу и готовых приступить к ней;

– уровень участия в рабочей силе — отношение численности населения, входящего в состав рабочей силы определенной возрастной группы к общей численности населения соответствующей возрастной группы, рассчитанное в процентах;

– уровень безработицы — отношение численности безработных к численности рабочей силы (занятых и безработных), рассчитанное в процентах;

– уровень зарегистрированной безработицы — отношение численности безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения, к численности рабочей силы, в процентах. При исчислении уровня зарегистрированной безработицы по субъектам Российской Федерации используется численность рабочей силы в возрасте 15–72 лет в среднем за предыдущий год;

– заявленная работодателями потребность в работниках — число вакансий (требуемых работников), сообщенных работодателями в органы службы занятости населения;

– нагрузка незанятого трудовой деятельностью населения на одну заявленную вакансию — отношение численности лиц, не занятых трудовой деятельностью, состоящих на учете в органах службы занятости населения, к числу вакансий, сообщаемых работодателями в эти органы [18].

Таблица 1.

Показатели динамики численности незанятых трудовой деятельностью граждан, численности и состава рабочей силы, потребности работодателей в работниках в Республике Крым за 2018–2019 гг.

№ п/п	Название показателя	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г. (1-й квартал)
1	2	3	4	5	6	7
1	Численность официально зарегистрированных безработных, человек	7422	6143	5670	4981	6433
2	Уровень участия в рабочей силе, %	64,8	63,8	64,4	56,1	55,9
3	Уровень безработицы, %	7,2	6,8	6,4	5,7	6,2
4	Уровень зарегистрированной безработицы, % к экономически активному населению	0,8	0,6	0,6	0,5	0,7

5	Потребность работодателей в работниках, заявленная в государственных учреждениях службы занятости, человек	8168	10248	11589	12002	15199
6	Нагрузка незанятого населения на одну заявленную вакансию, человек	1,2	0,7	0,6	0,5	0,5

Источник: [18].

Мы видим, что на рынке труда Республики Крым наблюдаются позитивные тенденции. Повышение значения показателя в 1 квартале 2019 г. связано с сезонными колебаниями в занятости населения и в целом соответствует поквартальной динамике за предыдущие годы.

Так, за период 2015–2018 гг. снизилось количество официально зарегистрированных безработных (на 2441 человек). Снижение уровня участия в рабочей силе в период 2015–2018 гг. связано с уменьшением численности занятого населения (с 894,8 тыс. человек в 2015 г. до 840,4 тыс. человек в 2018 г.), а также существованием теневого сектора экономики и скрытой занятости населения. Наблюдается снижение как уровня безработицы (на 1,5% за 2015–2018 гг.), так и уровня зарегистрированной безработицы (на 0,3% за 2015–2018 гг.). В то же время потребность предприятий в трудовых ресурсах возрастает (в 1,86 раза за 2015–2018 гг.), что на фоне снижения безработицы сопровождается снижением нагрузки незанятого населения на одну заявленную вакансию (в 2,4 раза за 2015–2018 гг.).

Данные тенденции на рынке труда отражают общее улучшение экономической ситуации в регионе, повышение уровня заработной платы работников и улучшение условий их труда, действенность мер государственной и региональной политики в сфере содействия занятости населения.

При этом многие исследователи [1; 15; 17] обоснованно уделяют внимание необходимости дополнительных мер регулирования структурной и сезонной безработицы в Республике Крым.

Несмотря на снижение уровня безработицы в Республике Крым, в целом разброс показателя по городам и районам значителен и зависит от уровня социально-экономического развития территорий. Наивысший уровень зарегистрированной безработицы (2,1% рабочей силы) — в Раздольненском районе; 1,8% — в Нижнегорском районе; наименьший — в Симферополе — 0,1%. Также отличается и предложение вакансий работодателями по регионам Республики Крым: в Симферополе на 1 ищущего работу приходится свыше 13 предложений, в Ялте — около 6 предложений приложения труда. Ситуация обратная в сельскохозяйственных районах — Раздольненском, Ленинском, Нижнегорском и Первомайском, где на 1 вакансию претендуют более 2

человек. В среднем, на одного соискателя приходится более 2 предложений приложения труда [4].

При этом на рынке труда существуют дополнительные риски увеличения количества безработных, один из которых — работа предприятий в режиме неполной занятости, высвобождение работников.

Между плановым и фактическим высвобождением существует значительный разрыв, который обусловлен изменением формы собственности предприятий, их реорганизацией, в том числе в виде присоединения либо слияния двух и более хозяйствующих субъектов. При этом практически все заявленные к высвобождению граждане остаются работать в реорганизованном предприятии, сокращаются только отдельные рабочие места [3, с. 28].

Уровень безработицы в Республике Крым пока превышает показатель как по Южному федеральному округу, так и по Российской Федерации в целом. Так, в 2018 г. уровень безработицы по Южному федеральному округу и Российской Федерации составил соответственно 5,6% и 4,8%, а по состоянию на 1 квартал 2019 г. уровень безработицы по Южному федеральному округу и РФ составляет соответственно 5,5% и 4,8% [7; 8]. В то же время, в Республике Крым этот показатель составляет соответственно 5,7% и 6,2% в 2018 г. и по состоянию на 1 квартал 2019 г.

Существенное влияние на это оказывают процессы трансформации и развития экономической инфраструктуры, создания крупных проектов в сфере реального сектора экономики, которые пока находятся в Крыму в активной стадии развития, но не завершены. Нужно отметить существующие тенденции к повышению степени занятости в производственном секторе (рост в промышленности -1,7%, в строительстве — 0,6%) [16, с. 41], развитие отраслей строительства и судоремонта, что содействует также притоку рабочей силы из материковых регионов Российской Федерации.

Кроме этого, важна мотивация безработного населения к получению места работы. Так, по данным проведенных исследований установлено, что для безработного населения в структуре мотивационных ожиданий наиболее важны материальные формы мотивации (заработная плата, премии и надбавки), только потом следуют социальные гарантии и условия труда [14, с. 179]. Наблюдающееся снижение уровня безработицы в Крыму неразрывно связано с повышением среднего уровня заработной платы в регионе.

Однако проблемой, которая сдерживает повышение уровня благосостояния работников, выступает отставание покупательной способности крымчан от показателей Южного федерального округа и среднероссийских показателей [12; 13].

При этом можно согласиться с мнением исследователей о том, что наблюдающееся неравномерное распределение трудовых ресурсов по территории Республики Крым связано с особенностями размещения производительных сил на полуострове, что, в свою очередь, обусловлено природно-климатическими, транспортно-географическими и социально-экономическими факторами [10, с. 73]. Так, на конец 2018 г. значительное количество безработных признано в Первомайском районе — 138 чел., Красноперекопском регионе — 124 чел., Нижнегорском районе — 119 чел.

Образовательный уровень безработных не претерпел коренных изменений, по-прежнему значительная доля безработных имеет среднее профессиональное образование (41,0%).

Пособие по безработице на конец 2018 г. получали 4488 человек, в том числе пособие в минимальном размере получали 35,3% безработных, в интервале от минимального до максимального — 2,9%, в максимальном размере — 61,5%, выше максимального — 0,3%.

Трудоустроено в 2018 г. 22093 человека. Уровень трудоустройства от обратившихся граждан составил 68,9%. Уровень трудоустройства выше среднего по Республике Крым сложился в 10 районах.

Из общего числа актуальных на конец декабря 2018 г. вакансий потребность по рабочим профессиям составила 52,9%.

В 2018 г. работодатели испытывали наибольшую потребность в подсобных рабочих (заявлено 4755 вакантных рабочих мест), уборщиках производственных и служебных помещений, территорий (3768 вакантных рабочих мест), врачах (2832 вакантных рабочих места), водителях автомобиля (2783 вакантных рабочих места), слесарях различных специальностей (2601 вакантное рабочее место), продавцах (2421 вакантное рабочее место), поварах (1860 вакантных рабочих мест), медицинских сестрах (1791 вакантное рабочее место), официантах (1787 вакантных рабочих мест), горничных (1695 вакантных рабочих мест), инженерах различных специальностей (1635 вакантных рабочих мест), специалистах (1560 вакантных рабочих мест), виноградарях (1491 вакантное рабочее место).

Активно предоставляется помощь нуждающимся в трудоустройстве гражданам с инвалидностью, предоставляются меры социальной и психологической поддержки, проводится профориентационная работа. В 2018 г. трудоустроен 1591 гражданин с инвалидностью.

В 2018 г. закончили профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование 65 безработных граждан с инвалидностью, в том числе 13 человек по направлению «Оператор котельной», 12 человек — «Основы предпринимательской деятельности», 9 человек — «Пользователь ПК, Internet», 8 граждан с инвалидностью повысили квалификацию по направлению — «Организация и управление кадровой службой с изучением программы 1С:Кадры», 5 человек — «Бухгалтерский учет и налогообложение с изучением программы 1С:Бухгалтерия» и др.

В 2018 г. обратилось в службу занятости за содействием в поиске работы 756 выпускников образовательных организаций, в том числе высшего образования — 309 человек, среднего профессионального — 404 человека, общеобразовательных организаций — 43 человека.

Трудоустроено 552 человека, уровень трудоустройства от обратившихся выпускников составил 73,0%. В общем числе нашедших работу при содействии службы занятости 241 человек — выпускники высшего образования, 288 — среднего профессионального, 23 человека — общеобразовательных организаций.

С 2019 г. организуется профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование граждан предпенсионного возраста по программам: «Бухгалтерский учет и налогообложение с изучением программы 1С: Бухгалтерия», «Приемщик сельскохозяйственных продуктов и сырья», «Этика и психология общения с клиентами в рамках проекта «Вежливый Крым», «Основы предпринимательской

деятельности», «Горничная», «Кухонный рабочий», «Музейный смотритель», «Портъе», «Оператор котельной», «Слесарь по ремонту автомобилей и др.» [9].

Для уменьшения уровня безработицы применяется система государственного регулирования, которая нашла свое отражение на региональном уровне в принятой Государственной программе труда и занятости населения Республики Крым на прогнозный период 2018-2020 гг. В соответствии с данной программой в 2018 г. оказаны следующие государственные услуги:

- организовано обучение востребованным профессиям 2031 гражданина, в числе которых 1873 безработных, 30 пенсионеров и 128 женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до 3 лет;
- организовано временное трудоустройство 1411 подростков в свободное от учебы время;
- 1554 незанятых и безработных граждан направлены на общественные работы, которые проводились за счет работодателей;
- организовано временное трудоустройство 599 безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы, включая безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет, имеющих среднее профессиональное образование и ищущих работу впервые;
- 436 человек открыли собственное дело, получив соответствующую единовременную выплату;
- 2357 безработным оказана государственная услуга по психологической поддержке;
- 2450 безработным оказаны услуги по социальной адаптации на рынке труда;
- с 35196 гражданами проведены профориентационные мероприятия в целях выбора сферы деятельности, трудоустройства и профессионального обучения;
- государственная услуга по информированию о положении на рынке труда оказана 79187 гражданам и работодателям.

Поддерживая мнение ученых [2; 8] о дальнейшем совершенствовании мер государственной поддержки безработных граждан, считаем целесообразным реализацию Центром занятости населения ряда мероприятий с целью совершенствования его деятельности и взаимодействия с участниками рынка труда, а именно:

1. Развитие системы предварительного уведомления об изменении потребностей в трудовых ресурсах. При принятии решения о высвобождении рабочей силы работодатель и работники, которые уведомляют Центр занятости населения, получают пакет услуг информационно-образовательного характера (доступ к дистанционной системе переподготовки и повышения квалификации работников, консультации психологов, кадровиков, ассоциаций работодателей). Это дает возможность ускорить процесс трудоустройства высвобождаемых работников, улучшить показатели уровня занятости населения, улучшить морально-психологическое состояние работников.

2. Создание системы оценки качества образования совместно Центром занятости населения и ассоциациями работодателей. Возможность по индивидуальным запросам работодателей через Центр занятости населения осуществлять отбор потенциальных кандидатов, их собеседование посредством каналов Скайп-связи с работодателями, дистанционное обучение в обучающем центре и удостоверение полученных

профессиональных компетенций представителями ассоциаций работодателей. Это позволяет ускорить процесс взаимодействия работников, работодателей, образовательных организаций и улучшить процесс подготовки специалистов под потребности конкретных работодателей.

3. Активизация процессов привлечения безработных к самозанятости. Создание условий для получения безработными статуса индивидуального предпринимателя, сопровождение их деятельности посредством привлечения региональных фондов поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторов, банков и фондов микрофинансирования, специализирующихся на предоставлении кредитных ресурсов по льготным процентным ставкам даст дополнительный импульс развитию предпринимательской активности граждан.

Литература

1. Байракова И. В., Романюк К. В. Анализ безработицы и ее форм в Республике Крым // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. — 2018. — №4. — С.49–55. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37035274_39345528.pdf

2. Борщ Л. М. Государственное регулирование: анализ рынка труда на примере субъекта Российской Федерации Республики Крым // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2015. — №7-1. — С.139–147. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23791689_71690652.pdf

3. Бродовский С. Л., Бурец А. В., Иванникова М. В. Современные тенденции развития рынка труда Республики Крым // Современные технологии управления персоналом: Сборник трудов V Международной научно-практической конференции (27–28 сентября 2018 г.) / Под ред. О. С. Резниковой. — Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2018. — С.26-32. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36288827_22388131.pdf

4. В первом квартале 2019 года в Крыму нашли работу 3750 граждан. — [Электронный ресурс]. URL: <https://mtrud.rk.gov.ru/ru/article/show/1599>

5. Закон Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 № 1032-1. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/

6. Информация для ведения мониторинга социально-экономического положения субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1246601078438

7. Обзор: социально-экономическое положение регионов РФ в 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: www.riarating.ru/industry_newsletters/20190315/630119735.html

8. Романюк Е. В. Государственное регулирование занятости населения в Республике Крым в переходный период / Е.В. Романюк // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2015. — №3-1. — С.232-237 [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23215225_28033730.pdf

9. Рынок труда Республики Крым в 2018 году [Электронный ресурс]. URL: <http://czrk.ru/o-rynke-truda/2528-rynok-truda-respubliki-krym-v-2018-godu.html>

10. Скараник С. С., Черемисина С. Г. К проблеме территориального дисбаланса трудового потенциала Республики Крым // Успехи современной науки. — 2017. — Том 3. — №2. — С. 73–76 [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28830170_63493478.PDF
11. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: <https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-fullvers.pdf>
12. Твердохлебов Н. И. Анализ социальных показателей «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Региональная экономика. Юг России. — 2018. — №1 (19). — С.131–138. — [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_34942547_19914834.pdf
13. Твердохлебов Н. И. Сравнительная оценка уровня жизни населения Республики Крым // Материалы XIII Международной научно-практической конференции «Интеграция Республики Крым в систему экономических связей Российской Федерации: теория и практика управления» (Симферополь, 27–30 октября 2017 г.) / Под общей редакцией Майданевич Ю.П. — Симферополь: Издательство «Полипринт», 2017. — С.242-245 [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_32441911_64133431.pdf
14. Симченко Н. А., Цёхла С. Ю., Солодовников С. Ю., Павленко И. Г., Подсмашная И. Н., Кузьмицкая Т. В., Сергиевич Т. В. Трудовая мотивация и модернизация экономики: Россия и Беларусь: монография. — Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2016. — 224 с. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28816818_39113442.pdf
15. Фадеева О. А., Яценко А. О. Анализ факторов неформальной занятости и пути повышения эффективности центра занятости населения в Республике Крым // Аллея науки. — 2018. — Т.1. — №4 (20). — С. 691–698. [Электронный ресурс]. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_34975184_45480019.pdf
16. Царенко Н. В., Хмеленко П. С. Трансформация рынка труда Республики Крым после вхождения в состав РФ // Сборник трудов III региональной научно-практической конференции «Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы (г.Симферополь, 12–13 апреля 2018 г.). — Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2018. — С. 38–43. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35239429_29231240.pdf
17. Ячменева В. М. Изменения на рынке труда: реалии и перспективы // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVII Международной научно-практической конференции (18–20 октября 2018 г.) / Под редакцией Н. В. Апатовой. — Симферополь: Издательство: ИП Зуева Т. В., 2018. — С. 92-93 [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36518553_47306497.pdf
18. Сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г.Севастополю [Электронный ресурс]. URL: <http://crimea.gks.ru/>

ANALYSIS OF UNEMPLOYMENT IN THE REPUBLIC OF CRIMEA AND WAYS TO REDUCE IT

S.V. Zemlyachev, O.A. Zemlyacheva

Federal State Budget Educational Institution higher education
«Russian State University of Justice», Crimean branch, Simferopol

The article discusses the current state of unemployment in the Republic of Crimea, the main indicators characterizing the labor market in this region, the dynamics of their development, suggested ways to reduce unemployment in the region. The author analyzes the factors affecting the unemployment rate.

Keywords: labor market, unemployment, able-bodied population, employment, education.
