

выявления схем отмывания денег, обеспечение безопасности и предотвращение аварий, управление сервисами бытовых услуг) за счет интеграции данных из различных источников, при этом госструктуры могут использовать источники информации, недоступные для коммерческих организаций».

Ю. Кудрявцева, директор по стратегическому развитию компании «Форсайт» [3], отмечает то, что «...специфика управления данными в госсекторе все-таки есть: объемы данных очень велики, зачастую они располагаются в территориально распределенных хранилищах и их использование требует решения задач по объединению и очистке. Иногда они охватывают системы нескольких ведомств, и тогда необходимо обеспечивать их непротиворечивость и актуальность. Нередко органы государственного управления проводят анализ социально-экономической ситуации, оперативно строят прогнозы развития экономики с учетом меняющихся условий, а для этого данные должны поддерживаться в актуальном состоянии и быть непротиворечивыми».

«С одной стороны, госструктуры обладают эксклюзивными данными, использование которых потенциально способно ускорить развитие экономики регионов, благосостояние и уровень жизни граждан, — рассуждает А. Белайчук, Chief Evangelist компании «Comindware», с другой, здесь возможны нарушения, связанные со злоупотреблением, монопольным положением и недобросовестной конкуренцией. Специфика, конечно, есть: в бизнесе пусть не всё, но почти всё измеряется прибылью, и если бизнес видит возможность извлечения дополнительной прибыли за счет данных, то его не надо дополнительно стимулировать. Предметом же заботы государственных организаций являются подведомственные им области жизни страны с набором определенных индикаторов» [3].

Библиографический список

1. Карьера без диплома – шаг к будущему [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>
2. В.Княгинин, Цифровая трансформация компаний [Электронный ресурс] / Княгинин В. - Режим доступа: econom.psu.ru
3. Управление данными в госсекторе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itweek.ru>
4. Цифровой экономике требуется цифровое управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itweek.ru/digitalization>

УДК 338.2

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ УСЛУГ

Коваль С.И.

Национальный университет водного хозяйства и природопользования,
Украина, г. Ровно

Голец О.В.

Брестский государственный технический университет,
Республика Беларусь, г. Брест

***Аннотация.** В статье исследованы проблемы социального проектирования в сфере предоставления социальных услуг, возможности использования современной концепции социального маркетинга в условиях трансформации экономики, а также использование соответствующей аналитической платформы для выявления проблем в сфере реформирования социальных услуг.*

***Ключевые слова:** маркетинг, социальный проект, социальные услуги, государственные расходы, децентрализация.*

SOCIAL MARKETING DESIGN SERVICES

Koval S. I.

National University of water management and nature management, Ukraine, Rivne

Golets O. V.

Brest state technical University Republic of Belarus, Brest

***Annotation.** The article discusses the problems of social design in the provision of social services, the possibility of using the modern concept of social marketing in the context of economic transformations, as well as the use of an appropriate analytical platform to identify problems in the reform of social services.*

***Keywords:** marketing, social project, social services, government spending, decentralization*

Успех социального проектирования в значительной степени зависит от правильной постановки целей проекта, отработанных соответствующих стратегий их достижения и выбора оптимальных методов влияния на общественное поведение и отношение общества к определенным социальным проблемам – то есть, от маркетинговой стратегии проекта. К сожалению, разработанная на данный момент технология социального проектирования не выделяет маркетинг как структурную или функциональную составляющую социального проекта, вследствие чего нет возможности использовать весь арсенал маркетинговых инструментов и средств для обнаружения или разработки максимально эффективных и оптимистических схем достижения целей проектирования [2].

Для социальных проектов важными есть конкретность и реальность ожидаемых результатов их реализации. Если вероятность достижения поставленных в проекте целей или получения положительных результатов низкая, то такой проект, во-первых, не имеет ценности, и во-вторых, не будет иметь поддержки со стороны населения его территории [1, с. 24].

Назначение любого социального проекта – изменение социальной среды,

осуществление инновации. Социальное проектирование в своей основе предполагает определенные социальные изменения. Можно утверждать, что оно представляет собой разновидность инновационной деятельности [1, с. 9].

Возникновение концепции социального маркетинга связывают, прежде всего, с резким увеличением государственных расходов в социальной сфере, которые оказались непосильным бременем для государственного бюджета и требуют участия бизнес-структур в решении социальных проблем общества.

Результативность использования современной концепции социального маркетинга обеспечивается его способностью, с одной стороны, активно влиять на разнообразные социальные процессы, с другой, - приспособляться к требованиям общества [3].

Особенно остро стоит вопрос в сфере социальных услуг и проблем комплексного их предоставления. Удобной аналитической платформой для демонстрации связи между ними есть анализ социальных услуг как программы государственных расходов. Ведь представление социальных услуг как государственных расходов позволяет увидеть, насколько эффективно общество решает три главные задачи в этой сфере:

1. Сохраняет реалистичность путем соблюдения фискальной дисциплины, то есть тратит столько, сколько общество может себе позволить, учитывая налоговую нагрузку и трезво оценивая сегодняшнюю и будущую стоимость социальных услуг.

2. Реализует стратегические приоритеты власти, расходуя государственный бюджет на достижение первоочередных задач, то есть на те сферы, от которых больше всего зависит достижение правительством поставленных перед собой стратегических целей.

3. Создает социально значимый результат, то есть максимизирует чистую выгоду, которую получают граждане от наличия системы социальных услуг. Для этого идет поиск наиболее эффективных способов расходования средств, которые дают наибольший результат при минимальной цене.

Кроме этого, оценка социальных услуг как программ государственных расходов позволяет увидеть также, насколько эффективно общество организует распределение функций и ответственности среди участников системы предоставления социальных услуг. Разделение руководящих и финансовых функций среди участников процесса государственных расходов существенно влияет на способность страны в целом успешно управлять процессом. В частности, исполнение каждого из трех вышеупомянутых заданий зависит от того, насколько эффективной есть структура отношений и сотрудничества между:

- законодательной, исполнительной и судебной властью;
- главными ведомствами правительства, в частности, профильными министерствами и Министерством финансов;
- уровнями власти;
- государством, частным сектором и гражданским обществом.

В процессе осуществления проекта «Содействие реформе социальных

услуг», который в свое время проводился в нескольких пилотных областях, был выявлен целый ряд проблем в сфере реформирования социальных услуг. Существующему процессу стратегического планирования государственной экономики и социального развития не хватает консультативности, механизмов оценки последствий государственной политики, государственные акты есть слишком детализированными и недостаточно надежными, вследствие чего тяжело их использовать как стратегию реформ.

Брак глубокого анализа и оценки последствий государственной политики и нормативных актов нередко приводит к непредвиденным последствиям и неожиданным расходам средств. Это объясняется тем, что контроль за исполнением программ государственных расходов хотя и осуществляется на каждом этапе бюджетного цикла, однако методы контроля, используемые контрольными органами, не предусматривают основательного анализа эффективности затрат и оценки их результатов. При этом, во многих случаях государственные и законодательные решения принимаются без надлежащей оценки стоимости их реализации. Например, в работе над стандартами социальных услуг не учитываются финансовые и бюджетные реалии. Но ведь если не придерживаться этих стандартов, развитие не будет стабильным, а осуществить запланированные мероприятия в полной мере будет невозможно. Поэтому реализация инициатив и инноваций, не заложенных в среднесрочный бюджет, может оказаться без длительного финансового обеспечения.

Для восстановления баланса между финансовыми функциями и нормативной свободой распоряжаться делегированными расходами важно определить оптимальный уровень власти с точки зрения способности осуществлять местное стратегическое планирование сферы социальных услуг. Эта способность предусматривает возможность разрабатывать пакет услуг по принципу баланса между разными видами и поставщиками услуг в пределах соответствующей территориальной единицы, осуществлять соответствующие системы сбора и обработки данных, оценивать местную социальную политику и т.п. Как показывает практика, этот потенциал сосредоточен на региональном (областном) уровне, которому и необходимо делегировать функции в полном объеме.

Надание региональным и местным бюджетам возможности в необходимой степени пользоваться источниками доходов так, чтобы эти доходы не просто оставались в местном бюджете, но и чтобы местная власть могла самостоятельно устанавливать ставку налогов и сборов, тем самым обеспечивая финансово свои решения.

Учитывая вышесказанное, необходимо принимать во внимание такие факторы, как политические и макроэкономические, а также техническую способность местной власти воплощать децентрализацию на региональном уровне. Для максимизации чистой выгоды в пользу получателей социальных услуг, система их предоставления должна иметь конкретные методы и полномочия для распределения средств между альтернативными видами помощи. В европейских странах это, как правило, достигается с помощью

использования так называемой «модели баланса услуг». Эта модель призвана обеспечить гибкость, реалистичность финансового распределения, а также быстрое реагирование на динамику спроса.

Библиографический список

1. Луков, В. А. Социальное проектирование [Текст] : учебное пособие / В. А. Луков. – 7е изд. – М. : Изд-во Московского гуманитарного университета: Флинта, 2007. – 240 с.
2. Цели и задачи маркетинга социальных проектов / И.А. Сенча [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу: [1http://donnasa.ru/publish_house/journals/esgh/2013-2/03_Sencha.pdf](http://donnasa.ru/publish_house/journals/esgh/2013-2/03_Sencha.pdf)
3. Shtal, T. V.; Tyshchenko, O. O. Social marketing and corporate social responsibility: relation and effects. In: Marketing and innovation management, 2012, Number 4, p. 97–104. (in Ukrainian)

УДК 004:371.31

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ

Козлов С.В.

Смоленский государственный университет, Россия, г. Смоленск

***Аннотация.** В статье обсуждаются вопросы применения цифровых технологий в процессах анализа и управления данными информационных сред. Автором рассматриваются особенности применения методов теории графов, соответствия Галуа и математического аппарата импликативных матриц для управления поведением информационной системы. Актуальность статьи связана с возрастанием интереса к проблеме прогнозирования функционирования информационной системе при принятии ключевых решений управления.*

***Ключевые слова:** цифровые технологии, процессы управления, информационные системы, информационно-коммуникационные технологии, функциональный анализ, графовая модель, соответствие Галуа, импликативные матрицы.*

THE PROSPECTS OF IMPLEMENTATION OF INTELLECTUAL DIGITAL TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT PROCESSES

Kozlov S. V.

Smolensk State University, Russia, Smolensk