ness management. — 2019. — Vol. 2. — № 2. — P. 77–94.

19. Consumers are willing to pay more for sustainable products despite inflation, according to Capterra Line [Electronic resource]. — URL: https://www.yahoo.com/entertainment/consumers-willing-pay-more-sustainable-120000094.html.

20. *Dangelico, R. M., Vocalelli, D.* Green marketing: analysis of definitions, strategy steps and tools through a systematic review of literature // Journal of cleaner production. — 2017. — Vol. 165. — P. 1263–1279.

21. *Fuller, D.* Sustainable marketing: managerial-ecological issues // Sage. — 2000.

22. Going Green: How corporate social responsibility can boost your bottom line [Electronic resource]. — URL: https://www.nielsen.com/insights/2014/going-green-how-corporate-social-responsibility-can-boost-your-bottom-line.

23. *Henion, K., Kinnear, T.* Ecological marketing // American Marketing Association. — 1976.

24. *Peattie, K.* Towards sustainability: Third age of green marketing // Marketing Review. — 2000. — № 2. — P. 129–146.

25. *Wu, J., Rangan, S., Zhang, H.* Green communications: theoretical fundamentals, algorithms and applications // CRC Press. Taylor & Francis Group.

DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.010

С. С. Змияк, С. В. Шепилов

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГНОЗНО-АДАПТИВНОГО ПОДХОДА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация

В статье рассматривается совершенствование системы социального менеджмента на основе прогнозно-адаптивного подхода, применяемого в различных сферах производственно-коммерческой деятельности. Использование данного подхода в социальной сфере предполагает формирование индивидуального прогноза потребности получателя социальных сервисов и разработку комплекса управленческих действий по обеспечению доступа к благам, которые будут востребованы в будущем. Формирование индивидуально-сценарного прогноза предлагается осуществлять на основе анализа условий жизнедеятельности, этапов жизненного цикла с учетом личных обстоятельств получателя социальных услуг. Данная работа должна производиться как подсистемами социального менеджмента предприятий и организаций, так и управленческими структурами поставщиков социальных услуг.

Ключевые слова

Социальный менеджмент, социальные услуги, прогнозно-адаптивное управление.

S. S. Zmiyak, S. V. Shepilov

KEY ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF PREDICTIVE ADAPTIVE APPROACH IN SOCIAL MANAGEMENT SYSTEM

Annotation

Article discusses the improvement of social management system based on predictive and adaptive approach used in various fields of industrial and commercial activity. Use of approach in social sphere involves the formation of individual forecast of needs of recipient of social services and development of set of management actions to ensure access to benefits that will be in demand

in future. Formation of individual scenario forecast is proposed to be carried out on basis of analysis of life conditions, life cycle stages, taking into account the personal circumstances of recipient of social services. This work should be carried out both by subsystems of social management of enterprises and organizations, and by management structures of social service providers.

Keywords

Social management, social services, predictive adaptive management.

Введение

Способность общества предоставить своим членам блага, обеспечивающие его физическое и духовное развитие, является одним из ключевых элементов воспроизводства и цивилизационного развития самого общества. Доступность данных благ должна быть максимально полной и не зависеть от уровня доходов, места нахождения и иных условий существования человека. Особенно это важно для людей, находящихся в сложной жизненной ситуации и не способных по различным причинам получить значимые для себя блага на платной основе. Для помощи таким категориям граждан во всех развитых странах функционирует система социальной защиты, гарантирующая получение социальных услуг всем категориям населения. Деятельность данной системы основывается на установленных законом процедурах предоставления социальных услуг, имеет четко оформленную организационную структуру, которая является базовой для функционирования всей социальной сферы. Однако сфера предоставления социально значимых благ значительно шире, чем помощь определенным категориям нуждающимся и комплекс управленческих механизмов производства и распределения данных благ — менеджмент в социальной сфере — значительно более сложная и многоуровневая система, развитие которой крайне важно для полноценного общественного воспроизводства.

В научной литературе понимание социального менеджмента реализуется по ряду направлений управленческой активности [1, с. 20]:

– управление конкретными видами общественно значимых услуг и услуг, предоставляемых отдельным категориям граждан, находящихся в сложной жизненной ситуации;

– управление любыми социально значимыми услугами и благами, относящимися к непроизводственной сфере;

– особая ориентация системы управления на учет социального аспекта производственно-хозяйственной деятельности.

Наиболее распространенное понимание социального менеджмента как управленческой системы по предоставлению социальных услуг остро нуждающимся ограничивает сферу управления и разрабатываемые подходы функциональной областью деятельности бюджетных организаций социальной защиты, поскольку понятие социальной услуги и основные компоненты ее предоставления четко и однозначно закреплены в законодательных формулировках именно как нацеленные на отдельные категории граждан [2].

Такое однозначное понимание социальных услуг как предоставление благ остро нуждающимся позволяет конкретизировать предмет и методы управления, но концентрирует внимание на работе системы социальной защиты и сужает сферу применения социального менеджмента. Понятие «социальная услуга» закреплено в нормативно-правовых документах, широко используется в информационных ресурсах системы социальной защиты и обозначает блага, удовлетворяющие базовые потребности, обязательные к получению всеми гражданами, прежде всего, индивидов или групп, испытывающие нужду в результате какой-либо жизненной ситуации. Чтобы не трансформировать уже сложившееся и активно используемое понимание соци-

альной услуги в рамках данного исследования для корректного обозначения предмета изучения — широкого спектра социальных благ, направленных на общество в целом, ориентированных не только на удовлетворение потребностей, но и на целенаправленную работу по физическому и духовному развитию членов общества, оказываемых в том числе и на платной основе с использованием механизма предпринимательства, — используется понятие «социальный сервис». То есть, несмотря на синонимичность двух понятий для раскрытия направлений совершенствования социального менеджмента в рамках настоящего исследования под социальными услугами понимаются обязательные для предоставления и оплачиваемые за счет бюджета нормированные блага, а под социальными сервиса — значимые для человека и групп людей блага, которые содействуют его воспроизводству, физическому и духовному развитию, получение которых стимулируется обществом.

Материалы и методы

Исследование социальных сервисов как емкой категории, обозначающей предоставление социальных благ всем категориям получателей, а не только нуждающимся, требует уточнения состава и структуры сервисного управления, расширения методов информационно-аналитического обеспечения социального менеджмента, использования современных подходов в области прогнозирования и моделирования социальных процессов.

Информационные материалы, касающиеся получателей социальных сервисов, не ограничиваются отдельными категориями граждан, а охватывают всех членов общества и должны быть достаточно объемны и детальны, чтобы помимо описания текущего состояния позволить сформировать прогноз потребности в социальных сервисах в будущем. Эти данные формируются на основе статистических показателей, математических моделей и экспертных оценок.

Обсуждение

Изучение социальных сервисов, предоставляемых всем членам общества, делает необходимым уточнение состава и структуры системы менеджмента, образующего многоуровневую сетевую структуру оказания помощи и поддержки гражданам.

В настоящее время в качестве основного субъекта социального менеджмента рассматриваются государственные и муниципальные учреждения социальной защиты населения. Наличие данного субъекта управления важно для нуждающихся граждан, но для широкой аудитории потребителей социальных сервисов необходим иной субъект управления. В советском прошлом такую роль играли профсоюзы, которые в административной экономической системе не были достаточно самостоятельными для отстаивания прав трудящихся (более того, эту функцию даже на низовом звене — предприятии — через партийные организации реализовывала сама правящая политическая партия, которая выступала как партия рабочего класса). Но функцию распределения благ, предоставления дополнительных социальных сервисов работникам предприятия выполняли именно профсоюзные организации. Они поддерживали работников в сложных жизненных ситуациях, обеспечивали детский отдых, санаторно-курортное лечение и иные социальные сервисы.

В современных условиях только единичные организации наделяют подразделения по работе с кадрами достаточными возможностями для предоставления социальных сервисов. Для реализации целей и задач социального менеджмента такая практика должны быть расширена и стать повсеместной — на предприятиях и организациях необходимо формировать специализированные управленческие позиции в рамках прямых или дополнительных полномочий специалистов по работе с персоналом. Конкретные формы могут быть любыми — от заместителя руководителя предприятия или организации по

социальным вопросам до отдельного специалиста, в функциональные обязанности которого будут входить задачи по содействию решению социальных проблем сотрудников. Формирование такой управленческой позиции необходимо согласовать с совершенствованием менеджмента предприятий и организаций, производящих социальные сервисы: медицинские, образовательные, культурно-просветительские и пр. Менеджеры поставщиков сервисов обеспечивают их распределение среди потребителей на территории, которую обслуживает предприятие, но делают это в массовом порядке без точной настройки на состав и структуру получателей сервисов.

Для распространения социальных сервисов среди широкой аудитории потребителей необходимо формирование сети менеджеров на предприятиях и организациях, где данные потребители реализуют основные процессы своей жизнедеятельности — работают, учатся. Тем самым затрагивается часть аудитории, не испытывающая острую нужду и для которой большинство бюджетных услуг социальной защиты не предназначены, но которой также необходимы социальные сервисы в сфере культуры и образования, медицинского обслуживания, физической культуры, туризма и пр. Сама сфера социального обслуживания от иерархической системы социальной защиты трансформируется к сетевой форме предоставления услуг.

Нужно еще раз подчеркнуть, что выделение фигуры менеджера по социальным вопросам в организации не является чем-то необычным для управленческой практики, но наделение его функционалом продвижения социальных сервисов и перехода от решения задач содействия в жизненных проблемах сотрудников к системной работе по обеспечению физического, духовного и социального роста персонала является новым направлением управленческой деятельности.

Основанием системной работы социального менеджмента является высокая предопределенность потребностей в социальных сервисах — несмотря на то что жизненный путь отдельного человека уникален, общие возрастные и социальные ситуации (состояние здоровья, семейные события, потребности в коммунальных, транспортных, правовых, информационных и иных ресурсах) широких слоев населения схожи и требуют комплекса мер поддержки и содействия. Степень достоверности прогноза возникновения потребностей и оценка масштабов социальных сервисов, необходимость в которых определяется циклом жизни отдельного индивида, достаточно высокая, что позволяет проводить системную работу по настройке системы производства и распределения данных сервисов в рамках социального менеджмента.

Следует отметить, что прогнозирование будущего состояния объекта управления для планирования действий по достижению поставленных целей и адаптация существующих приемов и методов деятельности к складывающимся условиям является основой управления в любой сфере — как в технике, так и в социуме. Но в социальной сфере в большинстве случаев точное прогнозирование невозможно, поскольку общественные процессы носят сложный и многообразный характер, зачастую стихийны, а устремления большинства индивидов во многом непредсказуемы, определяются не только объективными потребностями человека, но и его эмоциональным состоянием, субъективными предпочтениями. В то же время биологическая природа человека и устоявшиеся правила проживания в обществе во многом предопределяют состав и структуру жизненного цикла, этапы которого формируют четко выраженные потребности в получении соответствующих социальных сервисов. Таким образом, прогноз потребности в социальных сервисах может быть достаточно точным, как и методология адаптации производства и получения сервисов с учетом конкретной жизненной ситуации их потребителя. Поэто-

му для социального менеджмента представляется обоснованным использование прогнозно-адаптивного подхода как методологического комплекса, обеспечивающего максимально эффективное управление социальной сферой.

Основные положения прогнозно-адаптивного подхода представлены в научной литературе для промышленных [3] и транспортных [4] предприятий, в сфере АПК [5], на региональном уровне [6]. В социальной сфере такой подход имеет значительный потенциал для реализации.

Содержанием прогнозно-адаптивного подхода является регулярная работа по формированию прогнозов, на основе которых выстраиваются основные управляющие воздействия на регулируемые процессы и явления. Большинство разработчиков прогнозно-адаптивного подхода в качестве основы прогнозирования рассматривают математические модели объектов управления. То есть предполагается использовать не столько прогнозирование, сколько имитационное моделирование, более точно описывающее параметры будущего состояния объектов управления. Отмечая эффективность прогнозно-адаптивного управления, гибкость и высокую скорость реакции на изменения [4, с. 38], сами авторы констатируют, что математическое моделирование социально-экономических процессов достаточно сложное [6, с. 3], не всегда может быть обеспечено информационной базой, что затрудняет практическое использование данного подхода. Поэтому вполне логичным является дополнение математических методов прогнозирования сценарным подходом, который представляет собой многовариантное описание ожидаемых состояний объекта управления [5, с. 192].

В социальной сфере есть все возможности для математического моделирования будущих состояний различных групп населения исходя из демографических показателей и статистики уровня жизни населения — такие прогнозы формируются, их методология совершенствуется [7, 8]. Достаточно высокая определенность наступления основных биологических и социальных этапов жизненного цикла человека позволяет сформировать достоверный сценарий будущего индивида. Таким образом, есть предпосылки для использования прогнозно-адаптивного подхода для информационно-аналитического обеспечения социального менеджмента, поскольку прогноз потребности в социальных сервисах будет достаточно точным, а прямые управленческие воздействия на процессы обслуживания позволяют адаптировать состав и структуру производимых социальных сервисов на запросы конкретного производителя.

Особенностью социального менеджмента является нацеленность на работу с каждым человеком, учет его личной жизненной ситуации. Поэтому прогнозирование потребности в социальных сервисах может основываться на большом числе индивидуально-сценарных прогнозов запросов каждого индивида.

Формирование таких прогнозов возможно в процессе прямого контакта с получателем социальных сервисов (в том числе и с помощью информационных сетей) на основе анализа его жизненных условий, оценки перспектив его жизнедеятельности, его ресурсной обеспеченности и возможностей роста. Безусловно, рассчитать точный количественный прогноз с конкретными датами жизненных событий каждого отдельного человека невозможно, но сформировать достоверный сценарий среднесрочных перспектив представляется достаточно обоснованным действием.

Рассмотренный состав субъектов социального менеджмента позволяет выделить в качестве основных акторов индивидуально-сценарного прогнозирования специалистов по социальной работе на уровне организаций, так как они обладают возможностью прямых контактов с получателями социальных сервисов, являющихся членами трудового коллектива. Данная работа должна поддерживаться и

на уровне поставщиков социальных сервисов, но они не обладают достаточным объемом информации для прогнозирования, прежде всего, сведениями, характеризующими этапы жизненного цикла отдельного получателя социальных сервисов.

Устойчивые события и этапы развития индивида, семьи, домохозяйства достаточно давно и полно исследованы в рамках социологии, педагогики, экономики, маркетинга и в других гуманитарных науках [9]. Эти исследования не прекращаются и нацелены на изучение трансформаций, который постоянно происходят с человеком, его семьей. В маркетинге на практике рыночной деятельности подтверждается точность того или иного понимания значения этапа жизненного цикла для формирования индивидуального или семейного спроса на товары и услуги. Наиболее распространенным описанием жизненного цикла семьи (домохозяйства) является формирование цепочки: «холостая жизнь — молодожены — полное гнездо (несколько стадий) — пустое гнездо (несколько стадий) — вдовствующее лицо» [10]. Это наиболее общая структура жизненного цикла, и для каждой товарной группы или комплекса услуг могут быть выделены иные этапы жизни, влияющие на их потребление. Выстраивание маркетинговой политики на основе жизненного цикла семьи апробировано в системах продвижения огромного числа продуктов и услуг, поэтому вполне обоснованным является выстраивание индивидуального прогноза потребления социальных сервисов с использованием данного подхода. Возраст, пол, ожидаемые семейные события, состояние здоровья, существующие условия жизни и работы, образ жизни и увлечения — все эти параметры позволяют оценить потребность в получении широкого спектра социальных сервисов. Например, образование семьи является событием, предполагающим использование целого комплекса социальных сервисов (церемониальных, правовых, рекреационных, информационных и пр.). В дальнейшем, с появлением детей, уходом из жизни близких родственников и других значимых неизбежных событий возникает потребность в ряде специализированных сервисов. Наличие и развитие данных сервисов важно не только для их потребителей, но и для общества, поскольку непосредственно связано с физическим и духовным состоянием как непосредственно получателей сервисов, так и их детей. Социальные сервисы, ориентированные на детей, имеют высокую общественную значимость и различные сферы реализации: здравоохранение, образование, культура, спорт, досуговая деятельность. Не всегда родители имеют возможность приобретения платных детских услуг, но это не должно влиять на доступность данных услуг для детей, для чего необходимо изыскивать дополнительные средства, что является одной из задач социального менеджмента организации (выше уже отмечался исторический опыт реализации этой функции профсоюзными организациями). Важно подчеркнуть, что получателями сервисов являются дети, но процессы предоставления соответствующих услуг важны для родителей, взаимодействие с которыми реализуется в рамках социального менеджмента организации.

Наряду с детьми можно выделить категории пожилых людей и инвалидов, которые также нуждаются в широком спектре социальных сервисов, получение которых важно как для них самих, так и для их родственников. Данные категории населения являются потребителями сервисов в сфере лечебно-оздоровительной и рекреационно-досуговой деятельности, получателем значительно числа коммунальных и социальных льгот. Социальный менеджмент организации должен учитывать потребности данных категорий населения как значимых факторов жизненных циклов сотрудников организаций для оценки их потребностей в социальных сервисах.

Результаты

Обоснованность проведения персональной прогностической работы подтверждается наличием практики оценки потребностей в социальных сервисах — на законодательном уровне установлен

индивидуальный порядок определения объема социальных услугах нуждающихся категорий граждан [11]. Установленный законодательством порядок важен не столько методологией формирования оценки потребности в социальных услугах, сколько тем, что данная методика сосредоточена на индивидуальной оценке потребности отдельного человека, на анализе конкретных условий его существования.

Разработка индивидуально-сценарного прогноза потребности в социальных сервисах расширяет данную применяемую практику социальной защиты для оценки необходимых объемов потребления более широкого спектра социальных благ.

Получатели социальных сервисов должны быть обеспечены широким спектром благ в здравоохранении, образовании, культуре, рекреации, спорте и иных областях, определяемых в зависимости от индивидуальных устремлений и условий жизнедеятельности.

Важно еще раз подчеркнуть, что речь не идет о нуждающейся категории получателей социальных услуг, находящихся в сложной жизненной ситуации. В качестве получателей сервисов выступают дееспособные индивиды, а процесс предоставления им соответствующих благ важен для реализации процессов физического и духовного развития и поэтому должен стимулироваться обществом. Социальный менеджмент способен реализовать эти функции, но для этого необходимо развитие самой системы менеджмента. Так, кроме использования прогнозно-адаптивного подхода для развития системы предоставления социальных сервисов необходим анализ ресурсов и возможностей организации по содействию своим сотрудникам в получении соответствующих благ. То есть для обеспечения доступа к широкому составу социальных сервисов на основе индивидуальных потребностей менеджеру необходимо оценить имеющиеся ресурсы и определить возможные способы взаимодействия с поставщиками сервисов.

Ресурсы по предоставлению социальных сервисов могут рассматриваться с точки зрения возможностей организации как внутренние и внешние.

Внутренние ресурсы — это финансовые, материальные, организационные, информационные и иные возможности самой организации. Масштабы ресурсов организаций различен и определяется, прежде всего, численностью персонала, хозяйственным оборотом и иными показателями, но они существуют в любых организациях и должны быть использованы для решения социальных вопросов.

Внешние ресурсы — это возможности поставщиков предоставить социальные сервисы на доступных условиях. Для социальных услуг характерно то, что не все они платные, а имеющиеся платные в большинстве случае доступны потребителям. Поэтому для получения ресурсов внешних поставщиков необходим не только поиск источников финансирования, но и координация межведомственных действий, информационная поддержка потребителей.

Формирование прогноза потребностей в социальных сервисах и анализ ресурсной базы их удовлетворения позволяют определить меры, которые могут быть реализованы в рамках социального менеджмента для предоставления благ потребителям.

Основу данных мер образуют механизмы взаимодействия с поставщиками социальных услуг — договоры, заявки на получение сервисов, помощь потребителям в формировании обращений в соответствующие органы и учреждения. Концентрируя потребности получателей сервисов, социальный менеджмент способен наиболее эффективно содействовать распределению производимых услуг. Это позволяет сформировать емкий и устойчивый спрос на социальные сервисы, привлечь предпринимателей в сферу социально значимых услуг и тем самым расширить возможности получателей благ удовлетворять свои потребности. Расширение возможностей индивида пользоваться общественными благами,

ориентированными на физическое и духовное совершенствование личности, напрямую связано с развитием общества, с социально-экономическим прогрессом и устойчивым воспроизводством — это глобальные значимые эффекты совершенствования социального менеджмента, которые становятся все более важными для современной цивилизации.

Выводы

Для решения задач обеспечения социальными услугами широких слоев населения необходимо совершенствование системы менеджмента на основе прогнозно-адаптивного подхода, предполагающего формирование комплекса индивидуально-сценарных прогнозов потребностей в социальных сервисах и подбор мер, позволяющих получить доступ к данным сервисам.

Основой индивидуально-сценарных прогнозов выступает анализ перспективных стадий жизненного цикла личности, элементы которого уже применяются в маркетинге. Точное прогнозирование потребности в социальных сервисах позволяет произвести оптимальный подбор средств обеспечения доступа к данным сервисам и способов взаимодействия с поставщиками социальных благ.

Библиографический список

1. Социальный менеджмент / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. — Саратов, 2008.

2. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : Федеральный закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2013. — № 52. — Ст. 7007.

3. *Коренная, К. А., Логиновский, О. В., Максимов, А. А.* Информационно-ресурсное обеспечение управления промышленными предприятиями на основе прогнозно-адаптивного подхода // Информационные ресурсы России. — 2012. — № 2 (126). — С. 16–20.

4. *Корчагин, В. А., Турсунов, А. А., Ризаева, Ю. Н.* Системное представление структуры адаптивного управления предприятием транспорта // Вестник ТТУ. — 2011. — № 2 . — С. 34–36.

5. *Шихова, О. А., Бутенина, Я. М.* Государственная поддержка машиностроительной отрасли промышленности как фактор роста экономического потенциала сельхозмашиностроения в Вологодской области // Молочнохозяйственный вестник. — 2016. — № 4 (24). — С. 190–204.

6. *Скопина, И. В.* Формирование прогнозно-адаптивной системы управления региональной экономикой // Управление экономическими системами. — 2006. — № 1 (5). — С. 26–31.

7. *Сафронова, В. М.* Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе. — М., 2011.

8. *Сиволап, Н. Н.* Прогнозирование основных показателей социальной сферы региона // Региональная экономика: теория и практика. — 2007. — № 7 (46). — С. 121–123.

9. *Антонов, А. И., Медков, В. М.* Социология семьи. — М., 1996.

10. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга. — М. : СПб., 2019.

11. Об утверждении рекомендаций по определению индивидуальной потребности в социальных услугах получателей социальных услуг : Приказ Минтруда России от 30.07.2014 № 500н.

Bibliographic list

1. Social management / ed. by P. Romanov, E. Yarskaya-Smirnova. — Saratov, 2008.

2. On basics of social services for citizens in Russian Federation : Federal Law № 442-FZ from 28.12.2013 // Collection of Legislation of Russian Federation. — 2013. — № 52. — Art. 7007.

3. *Korennaya, K. A., Loginovsky, O. V., Maksimov, A. A.* Information and resource support of management of industrial enterprises on basis of predictive and adaptive approach // Information resources of Russia. — 2012. — № 2 (126). — P. 16–20.

4. *Korchagin, V. A., Tursunov, A. A., Rizaeva, Yu. N.* System representation of structure of adaptive management of transport enterprise // Bulletin of TTU. — 2011. — № 2. — P. 34–36.

5. *Shikhova, O. A., Butenina, Ya. M.* State support of machine-building industry as factor in growth of economic potential of agricultural machinery in Vologda oblast // Dairy bulletin. — 2016. — № 4 (24). — P. 190–204.

6. *Skopina, I. V.* Formation of predictive adaptive management system of regional economy // Management of economic systems. — 2006. — № 1 (5). — P. 26–31.

7. *Safronova, V. M.* Forecasting, design and modeling in social work. — M., 2011.

8. *Sivolap, N. N.* Forecasting the main indicators of social sphere of region // Regional economy: theory and practice. — 2007. — № 7 (46). — P. 121–123.

9. *Antonov, A. I., Medkov, V. M.* Sociology of family. — M., 1996.

10. *Kotler, F.* Fundamentals of marketing. — M. : SPb., 2019.

11. On approval of recommendations for determining the individual need for social services of recipients of social services : Order of Ministry of Labor of Russian Federation from 30.07.2014 № 500n.

DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2022.79.3.011

Н. В. Карпова

УРБОГЕОСИСТЕМНЫЙ КОНЦЕПТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА: СОДЕРЖАНИЕ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Аннотация

В статье рассматривается специфика рассмотрения сущностного содержания современного городского поселения как урбогеосистемы, характеризуемой специфическим сочетанием природной, техногенной и социальной сред, взаимодействие которых происходит в рамках достаточно ограниченной по своей площади территории. При этом обосновывается, что именно взаимодействие населения города с окружающей средой формирует присущую урбогеосистеме специфическую природно-антропогенную среду. Отмечается особая важность формирования экологического каркаса городской территории как важнейшего элемента урбогеосистемы, который в значительной степени определяет направленность ее развития. На примере г. Ростова-на-Дону показаны направления структурного совершенствования экологического каркаса городской территории.

Ключевые слова

Город, городское развитие, системный подход, урбогеосистема, ландшафтный подход, экологический каркас, Ростов-на-Дону.

N. V. Karpova

URBAN GEO-SYSTEMIC CONCEPT OF MODERN CITY DEVELOPMENT: CONTENT AND IMPLEMENTATION MECHANISMS

Annotation

Article discusses the specifics of considering the essential content of modern urban settlement as urban geosystem characterized by specific combination of natural, man-made and social environments, interaction of which occurs within fairly limited area of territory. At the same time, it is proved that it is interaction of city's population with environment that forms a specific natural and anthropogenic environment inherent in urban geosystem. Special importance of for-