

Бежовец Андрей Александрович, Абдулаева Софья Мухрадиновна

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ В РАМКАХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Статья раскрывает понятие механизма реализации социальных программ в рамках торговых сетей Алтайского края. Основное внимание в работе автор акцентирует на проблеме удовлетворения потребности в продовольственных товарах социально незащищенных слоев населения, в частности пенсионеров. Широко рассматриваются недостатки действующих нормативно-правовых актов в части норм потребления продовольственных товаров, а также предлагаются рекомендации по их пересмотру.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2013/2/7.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2013. № 2 (69). С. 32-34. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2013/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 33

Экономические науки

Статья раскрывает понятие механизма реализации социальных программ в рамках торговых сетей Алтайского края. Основное внимание в работе автор акцентирует на проблеме удовлетворения потребности в продовольственных товарах социально незащищенных слоев населения, в частности пенсионеров. Широко рассматриваются недостатки действующих нормативно-правовых актов в части норм потребления продовольственных товаров, а также предлагаются рекомендации по их пересмотру.

Ключевые слова и фразы: социальные программы; торговые сети; продовольственные товары; социально-незащищенные слои; пенсионеры.

Бежовец Андрей Александрович, к.э.н., доцент

Абдулаева Софья Мухрадиновна

Алтайский государственный университет

sophialily@mail.ru

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ В РАМКАХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ[©]

Современный финансовый кризис негативно отразился не только на отраслях, предприятиях и рынках, но и на населении. Так, на потребительском рынке произошел ряд изменений, которые касаются снижения платежеспособного спроса.

В условиях роста цен особо острой является проблема удовлетворения потребности в продовольственных товарах социально незащищенных слоев населения. Это приводит к необходимости разработки ритейлерами системы обслуживания, учитывающей индивидуальные особенности этой группы потребителей.

Нами рассмотрен «Механизм реализации социальных программ в рамках торговых сетей Алтайского края» в условиях кризиса. Актуальность изучения данного вопроса подтверждают статистика и мнения экспертов рынка. Только по официальным данным сейчас у огромной части населения края доходы ниже прожиточного минимума, среди них около 60 тысяч пенсионеров, чья пенсия не достигает этой границы.

Старение населения заставляет ритейлеров пересмотреть политику в отношении покупателей-пенсионеров. Проведенное нами исследование среди пенсионеров показало, что 38% респондентов недовольны обслуживанием в торговых сетях. При этом уже через 3 года людей старше трудоспособного возраста будет в 1,5 раза больше, чем тех, кто еще не достиг его.

В ходе проведенного исследования в области реализации социальных программ ритейлерами нами выявлены следующие проблемы:

1. отсутствие ориентации на обслуживание социально незащищенных слоев населения у ритейлеров;
2. отсутствие во многих продовольственных магазинах программы по обслуживанию пенсионеров и ветеранов труда;
3. несоответствие государственных нормативов и реального положения на потребительском рынке.

Что касается первой проблемы, покупатели в возрасте ведут себя иначе, нежели молодые посетители. Результаты проведенного нами исследования подтверждают это. На рынке ритейла прослеживается тенденция открытия гипермаркетов с большими парковками за пределами городских центров. Ясно, что это делается в расчете на молодого покупателя, который не часто ходит в магазин и покупает товары впрок. Однако больше половины пенсионеров не ездят в гипермаркеты, а 14% покупают продукты на рынках и оптовых базах. Пенсионеры же нуждаются в качественных продуктах, при этом они выбирают товары, исходя из качества обслуживания, небольшого снижения цены, а также из удобства расположения магазина. Недовольство обслуживанием объясняется огромными очередями, грубостью персонала магазинов, а также несвежими продуктами на полках супермаркетов.

Результаты опроса показали, что старшее поколение активно реагирует на большое количество дешевых товаров со скидкой, акции, товары собственных торговых марок магазинов, 41% респондентов отдают предпочтение именно таким товарам.

Если говорить об акциях из серии «2 по цене 1», то больше половины пенсионеров не покупают товары впрок, что в большинстве случаев связано с низкими доходами. Сейчас размер прожиточного минимума пенсионера в крае составляет 5147 рублей, что значительно ниже границы средних потребительских расходов жителя края.

Полученные данные свидетельствуют о том, что к покупателям в возрасте необходим иной подход. Сейчас в Барнауле по инициативе администрации города создан Союз социальных магазинов. По нашему мнению, количество магазинов и их расположение нельзя назвать удобными, следовательно, обслуживаться в них смогут не все социально незащищенные категории граждан.

Перейдем ко второй проблеме. По нашему мнению, ещё одним фактором, усугубляющим положение пенсионеров, является то, что в Барнауле отсутствуют продовольственные магазины по обслуживанию пенсионеров и ветеранов труда. Однако работают 16 социальных магазинов, где обслуживаются 15 льготных категорий граждан:

1. инвалиды Великой Отечественной войны;
 2. участники Великой Отечественной войны;
 3. участники локальных войн, воины-интернационалисты (Афганистана, Чечни и т.д.);
 4. вдовы участников Великой Отечественной войны;
 5. родители сыновей, погибших во время прохождения воинской службы;
 6. инвалиды I, II, III групп;
 7. инвалиды по зрению;
 8. семьи с детьми-инвалидами, инвалиды детства;
 9. дети многодетных семей (по согласованию с районными комитетами по социальной защите населения);
 10. награжденные медалью «За доблестный труд в годы Великой Отечественной войны»;
 11. реабилитированные и лица, признанные пострадавшими от политических репрессий в годы Великой Отечественной войны;
 12. участники ликвидации последствий аварии на ЧАЭС;
 13. жители блокадного Ленинграда в годы Великой Отечественной войны;
 14. инвалиды по слуху всех групп;
 15. малообеспеченные граждане (семьи, в которых средний доход ниже прожиточного минимума).
- К их числу пенсионеры не относятся.

Стоит отметить, что эти категории граждан могут приобрести дисконтную карту и покупать продукты и предметы быта по более низкой цене. Но карта действует лишь в некоторых магазинах. Список этих магазинов предоставляется каждому при выдаче карточки. Размер скидки по дисконтной карте определяется магазином, который обслуживает покупателей. В сети «Мария-Ра» раньше действовала скидка ветеранам 3%, но сейчас отсутствует. Также в сети «Новэкс» действуют скидки 10%, если сумма купленных товаров превышает 2000 рублей, скидка перестает действовать до следующего месяца.

Чтобы приобрести дисконтную карту гражданам, обладающим правом на льготы, нужно обратиться в Центр социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов, где предоставят направление на выдачу карточки.

Третья проблема заключается в несоответствии государственных нормативов и реальной ситуации на потребительском рынке. Величина трудовой пенсии для почти 10% граждан ниже величины прожиточного минимума. На показатель прожиточного минимума оказывает влияние стоимость товаров потребительской корзины, величина которой рассчитывалась 6 лет назад. По нашему мнению, количественные характеристики потребительской корзины устарели как в части продовольственных товаров, так и непродовольственных. Например, на год пенсионеру положено 2 пары носочно-чулочных изделий. Если обратиться к данным по продовольственным товарам, то пенсионер должен съесть, например, 190 граммов картофеля и 300 граммов хлебобулочных и макаронных изделий в сутки, что явно не соответствует ежедневной суточной потребности. К тому же расходы на покупку данного набора продуктов, которые включены в прожиточный минимум, в большинстве случаев больше нормативных.

По данным проблемам нами предложены следующие рекомендации:

1. Решение проблемы отсутствия ориентации на обслуживание социально незащищенных слоев населения мы связываем с увеличением количества магазинов формата «магазин у дома» и «дискаунтер», а также разработкой грамотной ассортиментной политики. Необходимо повышение качества товаров, в том числе под собственной торговой маркой. Для повышения уровня сервиса мы рекомендуем регулярное отслеживание степени удовлетворенности качеством обслуживания. Большую роль в решении проблемы играет дополнительный контроль качества товаров, корректирование программы обучения сервисного персонала.

2. Рекомендации по проблеме отсутствия во многих продовольственных магазинах программы обслуживания пенсионеров и ветеранов труда касаются совершенствования системы дисконтных карт. В частности, введение дисконтных карт с 10% скидкой на продовольственные товары в торговых сетях, но с ограничением по сумме, по достижению которой скидка не будет действовать. Пороговое ограничение должно рассчитываться, исходя из цены минимального набора продуктов. Несмотря на понесенные расходы от введения системы скидок, это позволит ритейлерам края, по нашим подсчетам, увеличить количество покупателей на 100 тыс. человек, следовательно, повысить продажи более чем на 10 миллионов рублей.

3. Проблема несоответствия государственных нормативов и реального положения на потребительском рынке должна решаться на законодательном уровне. Необходимо внесение изменений в закон «О потребительской корзине в Алтайском крае», т.к. ныне действующие нормы 2006 года требуют пересмотра.

В предлагаемой корзине схеме питания объемы потребления ограничены цифрой около двух тысяч калорий. Ученые-физиологи определили, что этого хватит для поддержания основных функций человеческого организма, находящегося в состоянии абсолютного покоя. В среднем пожилой человек должен потреблять продуктов, энергетическая ценность которых составляла бы не менее двух с половиной тысяч калорий. Внесение поправок в закон также позволит изменить размер субсидий на оплату жилья и коммунальных услуг, изменить оценку уровня жизни населения края, повлияет на формирование краевого бюджета. Таким образом, предложенные рекомендации позволят, прежде всего, повысить качество жизни пенсионеров, а также увеличить число покупателей-пенсионеров в торговых сетях края.

Табл. 1. Потребительская корзина (продукты питания)

Наименование продукта	Единица измерения	Объем потребления (в среднем на одного человека в месяц)
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	кг	9
Картофель	кг	5,8
Овощи и бахчевые	кг	7,7
Фрукты свежие	кг	1,8
Сахар и кондитерские изделия в пересчете на сахар	кг	1,8
Мясопродукты	кг	2,8
Рыбопродукты	кг	1,3
Молоко и молокопродукты в пересчете на молоко	кг	14,4
Яйца	шт.	15
Масло растительное, маргарин и другие жиры	кг	1
Прочие продукты (соль, чай, специи)	кг	0,3

Список литературы

1. **О потребительской корзине в Алтайском крае:** закон Алтайского края от 04.07.2006 № 55-ЗС (принят Постановлением АКСНД от 03.07.2006 № 328) // Сборник законодательства Алтайского края. 2006. № 123. Ч. 1. Июль.
2. **Официальный сайт издательского дома «Алтапресс»** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.altapress.ru>
3. **Официальный сайт издательского дома «Коммерсантъ»** [Электронный ресурс]. <http://www.kommersant.ru>

УДК 81

Филологические науки

В статье рассматриваются глаголы эмоциональных состояний как средство олицетворения космических образов в поэзии К. Бальмонта, В. Брюсова, Н. Гумилева. Автором отмечены космические наименования, персонифицируемые посредством глаголов эмоциональных состояний, а также особенности эмоциональных глаголов-персонификаторов в поэтических текстах К. Бальмонта, В. Брюсова, Н. Гумилева.

Ключевые слова и фразы: олицетворение; персонификация; олицетворяющиеся наименования; глаголы эмоциональных состояний; глаголы-персонификаторы; олицетворяющие признаки; космические наименования.

Биль Ольга Николаевна, к. филол. н.

Белгородский государственный университет
bilolg@yandex.ru

ГЛАГОЛЫ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ КАК СРЕДСТВО ПЕРСОНИФИКАЦИИ КОСМИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ В ПОЭЗИИ К. БАЛЬМОНТА, В. БРЮСОВА, Н. ГУМИЛЕВА ©

Особенностью человеческого сознания всегда была склонность к одушевлению предметов и явлений окружающей действительности, которые отождествлялись с жизнью человека, с его чувствами; элементы сходства могли основываться на внешнем виде, на звуках, которые напоминают речь, на движении, в результате чего природа в целом, космос, пейзажи и т.д. наделялись не частными признаками людей, а приобретали реальный человеческий образ. Олицетворение является древнейшим художественным приемом и состоит из «олицетворяемого понятия и слова катализатора, благодаря которому осуществляется акт олицетворения» [3, с. 4].

В поэтических текстах К. Бальмонта, В. Брюсова, Н. Гумилева спектр космических олицетворяющихся наименований широк, однако наиболее персонифицируемыми являются солнце, луна (месяц), звезда, небо, туча, облако, луч, заря, что не является случайным, поскольку мифологической персонификации подвергалось все, с чем связан человек, что он делает, о чем думает, так появились персонажи, воплощающие солнце, луну, зарю, тучи и т.д. [11, с. 8]. Как отмечает А. Н. Афанасьев, «древний славянский народ был погружен в простую, повседневную жизнь, которая устанавливалась матерью-природой, которую он видел как живое существо, всегда готовое отозваться на скорбь и веселье... Всякое явление, содержащееся в природе, делалось приятным и более доступным человеку только через сближение со своими собственными ощущениями и действиями... Наши праотцы обожествляли небо, ибо с неба падают солнечные лучи, оттуда блистают луна и звезды, проливается благодатный дождь. Народная фантазия, создавшая для разнообразных явлений, связанных с небом, различные поэтические олицетворения, представляла их в едином, нераздельном образе» [1, с. 31-33].

Олицетворяющие признаки в поэтических текстах К. Бальмонта, В. Брюсова, Н. Гумилева реализуются посредством глаголов, а также глагольных форм, которые объединяются на основе семантических признаков в