

## **Перспективы создания моделей социального управления вузами страны в условиях конкуренции на рынке образовательных услуг.**

***Башарина А.В.***

*Преподаватель, кандидат социологических наук*

*Ульяновский филиал Современной гуманитарной академии, Ульяновск, Россия*

*E-mail: alimona@mail.ru*

За последние годы система высшего профессионального образования претерпела значительные изменения, связанные с разрушением монополии государства на предоставление образовательных услуг и ростом конкуренции в данном сегменте. Рыночная конъюнктура стала оказывать заметное влияние на поведение вузов, а конкуренция в сфере высшего образования определила не только положительные сдвиги в функционировании института образования, но и выявила значительные противоречия, сопряженные с необходимостью трансформации модели социального управления вузами.

Возникновение конкуренции в сфере высшего профессионального образования, часто связывают с зарождением и развитием негосударственных высших учебных заведений. В целом функционирование рынка образовательных услуг происходит в соответствии с законами рыночной экономики, вместе с тем имеется и ряд отраслевых отличий, в частности можно отметить: высокий динамизм обновления информации, при невозможности динамического изменения содержания образовательного продукта; значительная территориальная сегментация производителей образовательных услуг, в условиях локализации и регионализации спроса на продукт; высокая чувствительность образовательных услуг и спросу на них к рыночной конъюнктуре; индивидуальность производства; возможность государственного вмешательства и регулирования условий предоставления образовательных услуг и др. Эффективность функционирования рыночного механизма реализации образовательных услуг определяется экономико-правовыми и социально-политическими условиями, в частности: самостоятельность и независимость субъектов рынка в сочетании с экономической и правовой ответственностью; наличие условий для рыночной конкуренции, в условиях развития инновационных экономически эффективных механизмов; свободное ценообразование, основанное на административном и рыночно-экономическом регулировании. Вместе с тем, основой эффективности развития любого рынка, и рынка образовательных услуг в частности, является наличие конкурентных взаимоотношений. Вопрос о конкуренции на образовательном рынке значительно обострился в последнее время, что в первую очередь обусловлено демографическими причинами, а также неоправданным ростом количества вузов, предоставляющих образовательные услуги только в одном сегменте. С экономической точки зрения конкуренция и структура рынка определяется количеством продавцов и степенью дифференцированности предоставляемых услуг. В 2006 год высшее образование получали 33% молодежи в возрасте от 17 до 25 лет. Столь высокий спрос на высшее образование определяется потребностями рынка труда и спросом на квалифицированных и дипломированных специалистов. Вместе с тем не все направления подготовки и специальности испытывают на себе влияние конкуренции и внедрения рыночной экономики в сферу образования. Наибольшим спросом пользуется специальность и направление подготовки «экономика и управление», на них обучаются 36% и 28% соответственно. На втором месте у покупателей образовательных услуг гуманитарные специальности, на них обучаются 18% будущих специалистов, и 27% бакалавров и магистров. Соответственно и конкуренция в данных сегментах имеет более явные проявления в отношении ценообразования на продукцию и создания новых специализаций в данном направлении. Другим аспектом обострения конкуренции в данном ракурсе является регулирование ценообразования в государственных и негосударственных вузах и рост проходного бала в конкурсе на бюджетные места.

Создание конкурентных преимуществ и преодоление конкурентных недостатков выступает как одна из основных целей соперничества заинтересованных сторон, определяющая степень конкурентоспособности участников рынка образовательных услуг, выраженную в тех или иных показателях имеющих результирующий характер. Учет конкурентных преимуществ на рынке образовательных услуг целесообразно рассматривать с учетом разнообразия высших учебных заведений в рамках сегментации сферы образования или выделения конкурентных кластеров в ней. Сегментация рынка образовательных услуг идея далеко не новая, еще в советские времена существовало деление вузов на классические университеты, отраслевые профильные вузы очного обучения и отраслевые профильные вузы заочного обучения, обладавшие сетью филиалов и учебно-консультативных пунктов. В настоящее время сегментация рынка образовательных услуг имеет несколько иную природу, с учетом реорганизации высшего профессионального образования. Российские вузы, в соответствии с организационной структурой и стратегическими целями, могут принадлежать к исследовательскому, предпринимательскому, сетевому, корпоративному, исследовательско-предпринимательскому и конкурентному кластеру. Рассмотренная сегментация рынка образовательных услуг не удовлетворяет требования рыночной конъюнктуры и реалиям настоящего времени. Более правомерной является сегментация, основанная на направлениях обучения, реализуемых высшими учебными заведениями: естественно-математический, гуманитарный и социально-экономический, педагогически, технический. В рамках данных сегментов целесообразно применять конкурентные кластеры с учетом моделей вузов, предложенных Грудзинским А.О. (отзывчивый вуз, предпринимательский, сетевой, предприятие университет и университет - технополис). Следует отметить, что не все модели представлены на российском рынке образования в полном объеме, имеются как промежуточные, так и трансформирующиеся формы.

Создаваемые модели управления развитием вузов должны отвечать не только на внешние и внутренние вызовы, они должны быть так же и конкурентоспособными на мировом рынке. Наибольшее развитие в последнее время приобретает модель «предпринимательского университета», характерная практически для всех вузов лишенных государственного финансирования в полном объеме. Вместе с тем, развитие данной модели и степень ее проявления варьирует в зависимости от стратегий и миссии вузовского состава. Фундаментальную основу будущих моделей социального управления должны: профессионализация управленческого кадрового обеспечения; интеграция учебных и научных подразделений; развитие концепции непрерывного обучения в течение всей жизни; ориентация на внешние критерии оценки деятельности вуза и многоканальное финансирование; идентификация стейкхолдеров и развития взаимоотношений с ними, посредством попечительских советов и создания подразделений соответствующих тенденциям развития рынка образования. Концептуальными основами и предпосылками создания моделей управления вузами, основанных на социальной природе государственного управления и участия общества в институционализации сектора высшего профессионального образования, являются политико-правовые, экономико-технологические и социокультурные изменения, в условиях усиливающейся конкуренции и автономии вузов.

### **Литература**

1. Горелик О.М. (2003) Модели и методы управления системой образовательных услуг высшей школы в регионе / О.М. Горелик // Дис. док. экон. наук, Краснодар, - 2003, - С.64.
2. Юданова А.Л. (2005) Понятие конкурентоспособности вуза // Вестник БИЭФ: межвуз. сб. науч. тр., вып. 33, т.1. – Калининград: БИЭФ, 2005 - С .246-250
3. Материалы Международного семинара «Факторы качества высшего образования и их влияние на формирование рейтинга вузов (опыт развитых стран запада)», Вена, 2002.

## Российский рынок труда в условиях экономического кризиса

*Белая Анна Владимировна*

*Аспирантка*

*Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
факультет социальных наук, Нижний Новгород, Россия*

*White\_Anna@mail.ru*

Под рынком труда понимаются социально-экономические отношения между нанимателями (работодателями) и нанимающимися (работниками), которые и являются основными субъектами рынка труда. Он охватывает всех работников и претендующих на рабочие места в рамках определенной территории, отрасли или группы профессий [1, С. 184; 1, С. 174-175].

Проблема изучения рынка труда и профессий в современном обществе представляется актуальной, поскольку профессиональная принадлежность имеет важное значение в определении достигнутого статуса индивида и его места в стратификационной системе общества. Профессиональная принадлежность является одним из критериев идентификации социального положения (П. Сорокин). Работа приносит доход, обеспечивая средствами существования, влияет на социальное признание и одобрение (социальный престиж в концепции М. Вебера), способствует самореализации личности.

Как показывают результаты кабинетного исследования, проведенного автором в январе-феврале 2009 года<sup>1</sup>, российский рынок труда в условиях экономического кризиса характеризуется следующими чертами и изменениями:

### *1. Повышение уровня безработицы, в том числе скрытой.*

В начале 2009 года уровень безработицы в определении Международной организации труда (МОТ) достиг 8,1%, или 6,1 млн человек, увеличившись с октября 2008 года на 1,1 млн, численность зарегистрированных безработных составила 1,807 млн человек. При этом темпы прироста безработицы составляли около 0,7% в месяц, или 0,36 млн человек в месяц [2].

Среди населения существенно повысился уровень тревожности и обеспокоенности по поводу потери работы. За последние полгода<sup>2</sup> доля россиян, назвавших безработицу в числе первоочередных наиболее острых общественных проблем, увеличилась с 25% до 57%. Опасения роста числа безработных выросли более чем в два раза (с 34% до 76%) [3].

### *2. Замедление или прекращение роста размеров заработной платы.*

Согласно результатам исследований<sup>3</sup>, две трети российских предприятий и организаций (66%) в ближайшее время не планируют повышение или индексацию заработной платы из-за сложившейся в стране непростой экономической ситуации. В некоторых других компаниях планируется сокращение зарплаты [4].

---

<sup>1</sup> Цель исследования заключалась в анализе влияния экономического кризиса на российский рынок труда на основе информации, содержащейся в открытых источниках. В частности, были собраны и структурированы результаты исследований ведущих аналитических компаний по указанной проблеме, таких как Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр), Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Исследовательский центр портала SuperJob.ru, Служба исследований Группы компаний HeadHunter, Исследовательский центр портала Rabota.ru.

<sup>2</sup> Данные приводятся по результатам регулярно проводимых опросов Аналитическим Центром Юрия Левады (Левада-Центр). Размер выборки: 1600 россиян в 128 населенных пунктах 46 регионов страны.

<sup>3</sup> Данные приводятся по результатам исследования Исследовательского центра портала SuperJob.ru, проведенного в ноябре-декабре 2008 года среди представителей кадровых служб организаций и предприятий, ответственных за работу с персоналом. Размер выборки: 700 респондентов.

3. *Снижение уровня требовательности со стороны работников к условиям труда и заработной плате.*

Финансовый кризис внёс заметные коррективы в зарплатные ожидания работников<sup>4</sup> – за полгода доля россиян, готовых рассматривать предложения о работе с таким же, как и на нынешнем месте, окладом, выросла вдвое и в декабре 2008 года составила 20%, в то время как еще в мае 2008 года этот показатель находился на уровне 11% [5].

Кроме того, как показывают результаты исследований<sup>5</sup>, экономический кризис вынуждает всё большее число россиян соглашаться на работу с так называемой «чёрной» зарплатой. В январе 2009 года на такие условия считали для себя возможным пойти 60% населения [6].

4. *Отсутствие баланса между спросом и предложением на рынке труда.*

Так, согласно данным сайта Работа.ру, в первой половине февраля 2009 года количество новых резюме превысило количество вакансий в 1,7 раза, а в январе был зафиксирован разрыв более чем в 2 раза [7]. По информации Службы исследований HeadHunter, в октябре-ноябре 2008 года количество ежедневно публикуемых вакансий составляло лишь 25-40% от уровня августа. Число ежедневно поступающих резюме, напротив, увеличилось [8].

5. *Снижение спроса на специалистов некоторых профилей.*

В условиях кризиса в наибольшей степени подвержены сокращению сотрудники таких отраслей, как финансы, юриспруденция, маркетинг, строительство, управление персоналом, транспорт, оптовая и розничная торговля.

Массовые увольнения наблюдаются среди банковских работников. Заметно снижается спрос на аналитиков, бухгалтеров, финансовых специалистов, PR-менеджеров, маркетологов, дизайнеров, а количество резюме по этим специальностям стремительно растет [9].

### Литература

1. Радаев, В.В. (1997) Экономическая социология: Курс лекций. М.: Аспект-Пресс.
2. Новых безработных уже более миллиона // Доступ через <http://www.rbc.ru/digest/index.shtml?commerzant/2009/02/20/32312686>
3. *(РосБизнесКонсалтинг).*
4. Ситуация на рынке труда по данным опросов общественного мнения // Доступ через <http://www.levada.ru/press/2009020907.html> (*Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр)*).
5. Две трети российских компаний в ближайшее время не планируют повышать заработную плату своим сотрудникам // Доступ через <http://www.superjob.ru/research/news/966/> (*Исследовательский центр портала SuperJob.ru*).
6. Кризис внес коррективы в зарплатные ожидания россиян // Доступ через <http://www.superjob.ru/research/news/979/> (*Исследовательский центр портала SuperJob.ru*).
7. Россияне готовы работать за черную зарплату // Доступ через <http://www.superjob.ru/research/news/1011/> (*Исследовательский центр портала SuperJob.ru*).

---

<sup>4</sup> Данные приводятся по результатам исследования Исследовательского центра портала SuperJob.ru, проведенного в декабре 2008 года среди экономически активных россиян старше 18 лет, имеющих постоянную работу. Размер выборки: 1800 респондентов.

<sup>5</sup> Данные приводятся по результатам исследования Исследовательского центра портала SuperJob.ru, проведенного в январе-феврале 2009 года среди экономически активных россиян старше 18 лет. Размер выборки: 2500 респондентов.

8. Что нового на рынке труда? // Доступ через [http://www.rabota.ru/vesti/kak\\_preodolet\\_krizis/chto\\_novogo\\_na\\_rynke\\_truda\\_.html](http://www.rabota.ru/vesti/kak_preodolet_krizis/chto_novogo_na_rynke_truda_.html) (Исследовательский центр портала Rabota.ru).
9. Рынок труда. Итоги 2008 года // Доступ через <http://hh.ru/file/1787150.pdf> (Служба исследований Группы компаний HeadHunter).
10. Кто больше всего пострадал от кризиса // Доступ через [http://www.rabota.ru/vesti/kak\\_preodolet\\_krizis/kto\\_bolshe\\_vsego\\_postradal\\_ot\\_krizisa.html](http://www.rabota.ru/vesti/kak_preodolet_krizis/kto_bolshe_vsego_postradal_ot_krizisa.html) (Исследовательский центр портала Rabota.ru).

## **Социальная политика государства в условиях глобального кризиса**

**Бурдейный Н.Н.<sup>6</sup>**

*аспирант*

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,  
социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: burdeyniy\_n@mail.ru*

Кризис во всех сферах жизнедеятельности общества уже приобрел значимый масштаб. Становится общепризнанным фактом, что его характер еще далеко не полностью ясен. Итоги 2008 года свидетельствуют, что России не удалось переждать бурю в тихой гавани. Серьезные проблемы возникли и в реальном секторе российской экономики, в ее финансовой и социальной сферах. К началу 2009 года российская экономика вступила в промышленную рецессию, сопровождающуюся обесцениванием рубля, ростом безработицы и сокращением инвестиционных программ. Российская финансовая система оказалась не готова к мировому шоку 2007-2008 гг. и повторила путь более развитых стран: через финансовый кризис к промышленному спаду. В целом мир прошел за год от выдающегося экономического подъема к системному кризису, представляющему собой комбинацию глобального циклического и финансового кризисов.

В социальной сфере кризис проявляется в возрастании напряжения по обязательствам на всех уровнях, в частности, в бюджетной сфере, в трудовых отношениях, меняются ожидания и даже ценностные ориентиры разных социальных групп. Тяжелый финансовый кризис вызвал несколько дополнительных негативных эффектов: свертывание ипотеки, подрыв потребительского кредита, бегство от национальной валюты.

В настоящее время на рынке труда наблюдается рост безработицы, снижение числа вакансий, заявленных в службах занятости. Предприятия переходят с двух- на односменный режим работы. Работники отправляются в неоплачиваемые или частично-оплачиваемые отпуска, переводятся на сокращенную рабочую неделю, на другие формы неполной занятости. Отмечается увеличение задолженности по зарплате.

Но, несмотря на сложившуюся ситуацию, предприятия не спешат увольнять рабочих. Это связано с тем, что у них были серьезные проблемы по привлечению рабочей силы в 2005-2007 гг., т.е. в период устойчивого развития. Сейчас они боятся растерять этот потенциал. Заново собрать коллектив очень трудно, это требует времени и больших затрат. Помимо того, по опросам, руководители предприятий до сих пор считают, что платят своим работникам низкую заработную плату.

В последние годы на рынке труда в РФ сложилась интересная ситуация - опережающий рост зарплат над производительностью труда. Такого не было ни в одной стране мира, в том числе в странах СНГ. Очевидно, данная ситуация требует корректировки для устранения этой диспропорции. В этом плане кризис назревал, он был вполне прогнозируемым, но, тем не менее, для многих оказался неожиданным.

---

<sup>6</sup> Автор выражает признательность доценту, к.э.н. Холоденко Ю.А. за помощь в подготовке тезисов.

Поэтому всех сегодня интересует прогноз - что будет дальше, как будут развиваться события, какие существуют варианты.

Поведение всех экономических субъектов - государства, бизнес-сообщества, домашних хозяйств, региональной власти строится на понимании высокой неопределенности развития кризиса. У разных субъектов складываются очень разные и быстро меняющиеся ожидания в отношении сценария кризиса.

Пока наибольшее внимание сосредоточено на ситуации вокруг безработицы. На 1 января 2009 г. в государственных центрах занятости было зарегистрировано 1,5 млн. человек. Общая безработица (по методологии МОТ) составила 5 млн. человек или 6,6% от экономически активного населения.

Главное беспокойство вызывают показатели динамики и, главное, быстрая концентрация проблемы в отдельных отраслях, регионах и городах. Так, весьма значительное снижение занятости отмечается в металлургии, химической и угольной промышленности, машиностроении, строительстве. Среди регионов в наиболее тревожном положении оказались Челябинская, Свердловская, Новосибирская, Самарская, Воронежская, Вологодская области, Пермский и Приморский края. В случае, если складывающиеся тенденции будут развиваться, именно в этих отраслях и регионах уровень общей безработицы может достигнуть 40-50%, а в некоторых моногородах - и более высоких показателей.

Правительство сформировало антикризисные программы, цель которых - максимально сохранить рабочие места и обеспечить выполнение базовых социальных обязательств. В частности для смягчения ситуации с безработицей реализуется комплекс мер, в числе которых:

1. организация и ведение еженедельного мониторинга ситуации;
2. выделение дополнительных средств на финансирование курсов переподготовки безработных;
3. стимулирование переезда в другую местность в поисках работы;
4. повышение размера и облегчение доступа к пособию по безработице.

Однако, несмотря на то, что впереди не самые легкие времена, кризис будет иметь не только негативные последствия, но должен создать и ряд новых возможностей, в частности, по освоению новых рыночных пространств для роста производительности труда. В то же время существует большой потенциал не только для преодоления кризиса, но и для развития. Все крупные программы социально-экономического развития должны быть сохранены. И для этого есть все возможности.

Таким образом, в условиях кризиса значимость реализации социальных программ не только не снижается, а, наоборот, повышается. Для этого задействуются все экономические рычаги и ресурсы, даже в ущерб решения других, менее значимых задач.

### **Литература**

1. Дергилев А. (2008) Антикризисный щит Москвы / Тверская, 13 от 25.11.2008
2. Мау В. (2009) Драма 2008 года: от экономического чуда к экономическому кризису // Вопросы экономики. № 2.
3. Медведев Д.А. (2008) Речь на совещании по вопросам развития Уральского федерального округа. 11.12.2008 / Пресс-служба Президента РФ
4. Экономический кризис в России: экспертный взгляд (2009) / Под ред. Юргенса И.Ю. М.: ИСР.
5. Ясин Е., Яковлев А. (2004) Конкурентоспособность и модернизация российской экономики // Вопросы экономики. №5.

## Социальная реклама как элемент управления социальной сферой города

*Исакова И.А.*

*Студент*

*Муромский Институт (филиал) Владимирского Государственного университета,  
факультет права и социальных технологий, Муром, Россия*

*E-mail: inna\_isakova@mail.ru*

На сегодняшний день реклама – одна из крупнейших отраслей рынка услуг.

Самым молодым и перспективным видом рекламы является социальная.

Понятие «социальная реклама», несмотря на повышенное внимание к ней, до сих пор остается дискуссионным, и в действующем законодательстве вопрос о ней не урегулирован должным образом, поскольку имеющееся определение не достаточно четко очерчивает проблемное поле данного феномена.

В соответствии с Законом Российской Федерации «О рекламе»: «Социальная реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства».

Несмотря на то, что закон определяет основы создания социальной рекламы, в нем недостаточно выделены признаки, отличающие её от других видов – коммерческой и политической. Особенно актуально это сейчас, когда социальная реклама завоевывает рекламный рынок и доверие клиентов.

Социальная реклама является одной из разновидностей рекламной деятельности и потому ей присущи определенные признаки, характерные для данной отрасли рынка услуг:

1. Привлечение внимания к специфическому объекту рекламирования, поддержание внимания к нему и продвижение в общественном сознании;
2. Адресность информации неопределенному кругу лиц;
3. Платный характер, но с определенными льготами.

Однако в соответствии с законом социальная реклама имеет некоторые особенности и льготы, которые определяют её специфические признаки, такие как:

1. Отсутствие информации или упоминаний о платных услугах, товарах, коммерческих организациях и индивидуальных предпринимателях, конкретных марках их товаров, являющихся результатом предпринимательской деятельности коммерческих организаций.
2. Социально-ориентированный характер, то есть основана на социально-значимой идее и имеет социальное содержание.

Однако выше перечисленные признаки являются лишь одной из возможных классификаций. Социальная реклама также отличается от коммерческой по таким основаниям: отличия в цели, в содержащейся информации, в целевой аудитории, в новизне идей, основных используемых мотивах, эмоциональном воздействии, воздействии на поведение, рекламодателе.

Отсутствие на законодательном уровне полного и достаточного понятия «социальная реклама» и её отличительных признаков может привести к смешению понятий коммерческой и политической рекламы, а также лишить возможности защиты в суде, в связи с разными возможностями трактовки ситуаций мимикрии.

В связи с этим целесообразно определение социальной рекламы в следующей редакции:

Социальная реклама – это распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств социальная информация о социальных услугах (за исключением платных) социальных служб, социально-значимых ценностях и идеях, имидже государственных социальных служб и преодолении отрицательного образа

организаций в глазах общественности, то есть привлечение внимания к социальным и общественным проблемам с целью побудить население к их разрешению путем пассивного (в виде денежных взносов, обращение в социальную службу) и активного (в виде работы в волонтерских движениях, общественных организациях, проводимых акциях и т.п.) участия.

В настоящее время популярны ролики социальной рекламы на телевидении, например, на темы «Берегите свое сердце», или «Позвоните родителям». Социальную рекламу активно используют налоговая полиция, ГАИ-ГИБДД. Объем её мал, но активен, например, в течение последнего месяца сдачи налоговой декларации.

Все примеры говорят о высокой ценности и востребованности социальной рекламы в России. Пришло время - она выходит на первый план рекламного пространства. Однако она недостаточно используется для управления социальной сферой города.

Как элемент социального прогнозирования в управлении социальная реклама может служить отражением спроса населения на определенные услуги и реакцией на некоторые проблемы. Механизм реализации данной функции будет определяться количеством отзывов и откликов на волнующую тему, опубликованную в социальной рекламе. Например, после организации «горячей линии» на тему наркомании в службу поступит множество звонков, значит, эта тема актуальна для населения и руководство социальной сферой должно проводить работу антинаркотической направленности. Если реакции на рекламное сообщение не последовало, следовательно, население не заинтересовано в решении данной проблемы и её не следует включать в текущий план работы. Подобный опыт представлен в крупнейших городах России, таких как Санкт-Петербург и Москва.

Социальная реклама является отражением социальной политики города. Например, в г.Муроме в 2008 году активно проводилась политика благоустройства автомобильных дорог: обновлялось дорожное покрытие, появилось много новых светофоров, у светофоров появились звуковые сигналы для слепых и слабовидящих. В рамках данной программы в городе появились плакаты, посвященные формированию культуры поведения на дорогах: «Осторожно, дети» в районах школ и другие.

Необходимо использование событийной социальной рекламы – это такая её разновидность, которая посвящена определенному событию. 2008 год – был годом семьи. Муром был центром проведения данного праздника, поэтому на улицах появилось множество рекламных щитов с тематикой события.

Социальная реклама патриотического характера – это такая частная её разновидность, созданная на основе проникнутых патриотизмом идей: любовь к Родине, защита её интересов, преданность Отечеству, с целью повышения гражданской ответственности. Патриотизм горожан – это любовь к Мурому, выражающаяся в уважении, бережном отношении и хранении культурного и духовного наследия, а также деятельная защита города. Социальная реклама, поддерживающая данную тематику, стала появляться в канун 1145-летия города, и впоследствии приняла массовый характер. Большинство рекламных щитов посвящалось теме: «С Днем Рождения, Любимый город!»

Таким образом, социальная реклама как элемент управления социальной средой города может использоваться для решения конкретных социальных проблем, информирования населения о реализуемых социальных программах, побуждения населения к участию в мероприятиях социально значимого характера, повышения имиджа социальных служб, создания максимально открытой и прозрачной системы социальной помощи (за счет подробного всестороннего информирования о деятельности социальных учреждений), привлечения спонсоров и благотворителей. На практике реализуется только малая часть потенциала социальной рекламы, однако заметное увеличение её доли в рекламном пространстве крупных и малых городов является залогом её дальнейшего развития.



## **Проблема стабильности в полиэтничном регионе**

*Карымова Л.С.*

*Аспирант кафедры теории и социологии управления  
Уральская академия государственной службы, Екатеринбург, Россия  
gosslugashiy@yandex.ru*

Для такой многонациональной страны как Россия вопрос о взаимоотношениях этно-национальных общностей будет звучать актуально всегда. Сегодня, в условиях изменений как внутренней ситуации в стране, так и международной обстановки, глобального перемещения трудовых ресурсов, не обошедших и Россию, тем более в условиях кризиса, вопрос о стабильности в межнациональных отношениях приобретает особую значимость.

Указанные процессы приводят к тому, что быстро искусственно меняется соотношение этно-национальных общностей в региональном социуме Среднего Урала по численности и значимости. Сложившаяся инфраструктура институтов и отношений не успевает меняться столь стремительно. Это чревато угрозой нарастания нестабильности и возникновения межэтнических конфликтов.

Так, анализ данных Управления Федеральной миграционной службы по Свердловской области свидетельствует этому. В 2008 году на территорию Свердловской области въехали только через аэропорт «Кольцово» граждане из следующих государств: Таджикистан – 51709 человек, 49,1%; Узбекистан – 15137 человек, 14,4% Казахстан – 6275 человек, 6,0% и многих других. Всего в 2008 году на территории области работало 109167 иностранных граждан.

В Свердловской области есть опыт эффективной организации национальной политики. Она была сформулирована еще в 1996 г. Указом Губернатора «Об утверждении основных направлений национальной политики в Свердловской области». В настоящее время и за последние годы в регионе не зафиксировано межнациональных конфликтов.

Приходится констатировать, что эта политика успешно действовала в условиях практического отсутствия миграции. Основные программные документы и нормативные правовые акты относительно национальной политики в Свердловской области датированы, в лучшем случае, 2004-ым годом. Кроме того, они слабо учитывают наличие трех различных категорий этно-национальных общностей, которые условно можно обозначить следующим образом: коренные народы России; длительно проживающие в регионе представители не российских этно-национальных групп; вновьприбывшие представители некоренных наций и народностей (хотелось бы подчеркнуть еще раз условность данного разделения).

Достаточно успешно действует политика, направленная на первую категорию общностей. Ее цель – развитие уникальных черт группы, возможностей для сохранения и реализации индивидуальных культурных особенностей, что не ставит под угрозу единую культурную целостность, способствует формированию толерантности. В этом направлении органами государственной власти совместно с этно-национальными общностями проводится целый ряд мероприятий. В отношении двух других групп национальная политика не столь эффективна.

Можно назвать ряд проблем, которые сегодня имеют место. Размер экономических потерь, которые несет Свердловская область, от нелегальных мигрантов достаточно велик и включает в себя наличные деньги, скрытые от налогообложения. Ухудшение состояния криминогенной обстановки в Свердловской области, ее санитарно-эпидемиологической, общественной безопасности. Мигранты создают на Среднем Урале неконтролируемый рынок товаров и услуг, ведут незаконную коммерческую деятельность, способствуют осложнению криминогенной ситуации, росту

попрошайничества и бродяжничества. Все это дополняется таким явлением как «мигрантофобия», недоверием приезжающих к местному населению из-за отсутствия, зачастую, необходимых бытовых условий, напряженностью во взаимоотношениях.

В этой связи необходима корректировка национальной политики, которая учитывала бы особенности как их образа жизни, целей проживания, жизненных ориентаций, так и отношения к коренным этно-национальным общностям и социуму в целом. Эта корректировка должна включать и грамотную миграционную политику.

Одним из важнейших элементов миграционной политики Свердловской области должны стать научный подход к определению оптимальной миграционной емкости рынка труда Свердловской области и ограничение на перспективу внешней трудовой миграции соответствующими оптимальными пропорциями, позволяющими с одной стороны, решить проблему дефицита трудовых ресурсов в области, с другой стороны, максимально снизить социальные риски на национальной почве.

Важно осуществление контроля органов государственной власти за условиями жизни и работы мигрантов, соблюдению прав со стороны работодателей.

Необходимо привлечение в Свердловскую область дополнительных трудовых ресурсов, прежде всего - представителей коренного российского населения из стран ближнего зарубежья.

Существенным вкладом в решение данной проблемы будет реализация областной Программы по оказанию содействия добровольному переселению в Свердловскую область соотечественников, проживающих за рубежом, на 2007-2012 годы.

Хотелось бы подчеркнуть, что важно уделить внимание и принимающей стороне – коренному народу России, который, как было сказано выше, не только формирует негативный собирательный образ «чужака», но и испытывает страх потери собственной культурной целостности, страх быть подавленным активным потоком приезжих. В этих условиях миграция не только не будет иметь положительного значения, но и поставит под угрозу социальную стабильность в регионе. Чтобы справиться с этим, необходимо разработать систему действий по адаптации населения к существующей ситуации, в том числе, проводить мероприятия, направленные на патриотическое воспитание собственных граждан в условиях толерантности, формирование чувства уважения к собственной истории и культуре, гордость за Отчизну. Только на основе чувства собственного достоинства может формироваться адекватный образ чужого, взаимодействие будет направлено на партнерство.

Кроме того, необходимо равное, справедливое отношение ко всем коренным народностям. Предоставление особых прав национальным меньшинствам, их выделение вызывает раздражение у основной части населения. Национальная политика должна быть взвешенной и осторожной.

Изменения в соотношении этно-национальных общностей являются неизбежными, поэтому необходимо осуществлять превентивные меры, своевременно реагировать на возможные очаги нестабильности.

### **Литература**

1. Аналитический отчет УФМС по Свердловской области за 2008 год
2. Кузнецов И.М. Интеграционный потенциал мигрантов // Демоскоп Weekly № 271 – 272 1 - 21 января 2007 // <http://www.demoscope.ru>
3. Мониторинг по ксенофобии в Свердловской области. Уральский правозащитный сайт // [humanrights@inbox.ru](mailto:humanrights@inbox.ru)

## **Роль государственного управления в оптимизации социальной структуры общества.**

**Куликова Н.А.**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: work84@mail.ru*

Роль государства в общественном развитии тесно связывается с социальной структурой общества, которая отражает разнообразие интересов различных классов, социальных слоев и групп населения. Государственное управление, оптимизируя социальную структуру общества, под которой понимается совокупность социальных групп, включенных в общественную систему посредством структурных отношений, может при помощи различных методов регулировать, контролировать и даже определять место данных групп в социальной иерархии. Так государство при выравнивании социальной структуры общества перераспределяет ресурсы за счет взимания налогов, а также материальной помощи, дотаций, субвенций. Современную социальную структуру российского общества нельзя рассматривать как стабильное устойчивое явление. Специфическая социальная структура, обусловленная во многом социально-имущественной дифференциацией, поляризующей интересы различных групп и слоев населения, приводит к возникновению социальных и политических конфликтов, которые подчеркивают значимую роль государственного управления в ее оптимизации.

В социально-имущественной дифференциации населения наблюдается, как восходящая социальная мобильность, так и низводящая, во многом это зависит от государственного управления. Следует отметить, что процессы социальной мобильности чаще прослеживаются в низших и средних слоях социальной структуры российского общества. Верхний же слой устойчив и закрыт для проникновения, в силу сохранения значительной «дистанции» с другими слоями.

Существуют также группы, характеризующиеся значительной интеграцией и относительной стабильностью, не препятствующей переменам. К ним мы относим средний класс. Именно средний класс принято считать условием стабильности развития государства и критерием эффективности социально-экономической политики, проводимой в стране, за счет характеристики его материальных ресурсов, культурного капитала и социального статуса, которому присущи следующие признаки: уровень доходной обеспеченности, измеренный величиной доходов, владение недвижимостью, имущественная обеспеченность, профессионально-квалификационные характеристики.

Положение низших слоев в значительной мере зависит от усилий правительства и социальных программ. Эта группа в основном состоит из традиционно бедных категорий населения (пенсионеры, безработные, инвалиды и пр.), материальное положение которых в основном определяется системой социальной защиты.

Таким образом, роль государственного управления в оптимизации социальной структуры российского общества заключается в стимулировании социально-экономических реформ, социальной политики, которые расширяли бы рост среднего класса за счет развития инновационных производств, сектора услуг, науки, образования и здравоохранения. Для качественного изменения социальной структуры общества государственное управление должно осуществлять ряд мер, направленных на инвестирование в человеческий капитал. Среди них:

-Увеличение расходов государства на образование и здравоохранение. В частности в области здравоохранения законодательное закрепление государственных гарантий в отношении объемов и условий оказания бесплатной медицинской помощи. Создание конкурентной модели обязательного медицинского страхования. Управление качеством оказываемой медицинской помощи. В сфере образования - развитие образовательных

кредитов, введение новых систем оплаты труда с целью улучшения образовательных услуг.

-Развитие пенсионной системы за счет введения новых инструментов пенсионного страхования и накопления.

-Формирование оптимального рынка труда. Так, создание правовых, экономических и институциональных условий, обеспечивающих развитие рынка труда, позволит: преодолеть структурное несоответствие спроса и предложения на рабочую силу, сократить долю нелегальной и неформальной занятости, повысить мотивацию к труду и трудовую мобильность.

-Усиление адресности социальной политики, направленной на отдельные группы населения с целью уменьшения абсолютной бедности.

-Содействие развитию рынка жилья. Формирование основных направлений государственной жилищной политики, включающих разработку новых финансовых инструментов и методов кредитования населения, в частности ипотечного кредитования, доступного для большинства социальных групп.

### **Система муниципальной поддержки малого и среднего бизнеса на территории г. Липецка и пути её совершенствования**

***Литвинов П.И.***

*студент*

*Липецкий государственный педагогический университет, факультет информационных и социальных технологий, Липецк*

*lit-pi@yandex.ru*

Становление и развитие малого и среднего бизнеса как мощной структуры, двигающей экономику муниципальных образований, является частью общегосударственной экономической политики. Малый и средний бизнес в России имеет ряд проблем, среди которых административные проволочки, слабая заинтересованность местных властей в развитии малого предпринимательства, недостаток финансовых ресурсов, сосредотачиваемых в направлении льготного кредитования малого бизнеса.

В 2006-2008 гг. в Липецке действовала программа развития и поддержки малого предпринимательства. С 2009 года началась реализация программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в городе Липецке на 2009 – 2011 годы». Однако ФЗ №159 «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», вступивший в силу 22 июля 2008 года, внёс определённые коррективы в политику муниципальных образований в сфере поддержки малого и среднего бизнеса, что реализовалось в негативной реакции со стороны предпринимателей города, вызванной опасениями отрицательных для предпринимателей перемен в области взаимодействия бизнеса и муниципалитета. Данная проблема в комплексе с мировым финансовым кризисом обуславливают актуальность исследования эффективности работы системы поддержки малого и среднего бизнеса в г. Липецке.

В связи с этим, целью данного исследования является определение эффективности работы системы поддержки малого и среднего бизнеса на территории г. Липецка.

В качестве методов исследования были выбраны опрос, который проводился среди предпринимателей города, и экспертный опрос среди работников департамента экономики администрации города Липецка. В рамках научно-практического исследования проблем малого и среднего бизнеса, проводимого факультетом

информационных и социальных технологий ГОУ ВПО «ЛГПУ» по заказу Общественной палаты Липецкой области, была использована квотная структурированная выборка, опрошено 276 предпринимателей города Липецка. В рамках экспертного опроса было опрошено 8 работников департамента экономики администрации города.

В качестве направлений оценки эффективности были выбраны направления программы развития и поддержки малого предпринимательства в г. Липецке, поскольку данная программа являлась главным документом, регулирующим поддержку малого и среднего бизнеса.

Предпринимателям и экспертам из числа работников администрации предлагалось оценить эффективность каждого из направлений. Кроме того, экспертам предлагалось оценить значимость каждого направления по 10-ти бальной шкале.

Анализ полученных данных показал, что, по мнению предпринимателей, наиболее эффективно реализуется такое направление как обеспечение доступа субъектов малого предпринимательства к коммерческим кредитам, наименее эффективно – повышение качества подготовки кадров малого бизнеса; по мнению экспертов наиболее эффективно реализуется направление повышения качества подготовки кадров малого бизнеса, наименее эффективно – оказание информационной и методической помощи предпринимателям по организации и ведению бизнеса. По мнению экспертов из числа работников департамента экономики наиболее значимыми являются такие направления как обеспечение доступа субъектов малого предпринимательства к коммерческим кредитам; продвижение инвестиционных проектов и инновационных предложений субъектов малого предпринимательства; организационная и финансовая поддержка инфраструктуры развития малого предпринимательства, в т.ч. кредитно-потребительских кооперативов граждан, бизнес-инкубаторов. Рассмотрев ответы предпринимателей, затруднявшихся дать оценку эффективности реализации некоторых направлений, были выделены направления, о которых лучше всего информированы предприниматели: обеспечение доступа субъектов малого предпринимательства к коммерческим кредитам; формирование благоприятного общественного мнения и популяризация идей предпринимательства; развитие инфраструктуры поддержки малого бизнеса и предпринимательства.

Интерес для исследования представляет зависимость между информированностью предпринимателей об отдельных направлениях программы и значимостью этих направлений. В результате анализа этой зависимости было выяснено, что присутствует определённая зависимость между значимостью направления поддержки малого и среднего бизнеса и информированностью о нем предпринимателей, но эта зависимость незначительна (коэффициент корреляции между двумя «массивами» равен 0,5).

На основе оценки эффективности и значимости каждого из направлений были определены интегральные оценки для каждого направления и подведена итоговая оценка эффективности программы, по мнению экспертов из администрации, и, по мнению предпринимателей, в результате чего, по мнению предпринимателей, программа реализуется менее эффективно, чем по мнению экспертов из числа работников департамента экономики администрации г. Липецка.

Следуя представленным выводам, органам муниципального управления г. Липецка необходимо уделить внимание таким вопросам как кредитование малого и среднего бизнеса, повышение качества подготовки персонала для малого и среднего бизнеса, необходимо улучшать осведомленность предпринимателей о мерах поддержки малого и среднего бизнеса, проводимых на территории города Липецка.

### **Литература**

1. Программа развития и поддержки малого предпринимательства в городе Липецке на 2006-2009 годы.
2. ФЗ №159 «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в

муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

3. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. – 2-е изд. – М.: «Ось-89», 1998. – 396 с.
4. Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения. Вопросы экономики, 1996, №7. С.52

## **Структура социального государства в России.**

***Никишина Е.С.***

*аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: kudinova\_lena@mail.ru*

Сегодня современное социальное государство призвано разрешать ряд острых социально-экономических проблем, имеющих место в конкретно взятой стране. Среди них: бедность, безработица, низкое качество образования, недостаточно хорошая медицина, уровень жизни населения и др. Верным решением данных проблем является развитие в стране системы социального обеспечения.

В России формируются новые пути и способы реализации концепции социального государства. В основу этих подходов положен принцип солидарности. Он заключается в ответственности всего общества за судьбу своих членов. При функционировании модели социального государства происходит перераспределение благ и услуг между членами общества, способствующее возможности реализации государством своих социальных функций по защите малообеспеченных групп населения. Система государственного управления и органы власти несут ответственность за социальное благополучие своих граждан, реализуя основные направления социальной политики в обществе.

Главным инструментом социальной политики является система социальной защиты населения. Она выступает как механизм, призванный ограждать людей от разного рода неблагоприятных для их жизнедеятельности воздействий со стороны социальной среды и смягчать эти последствия. Система государственной социальной защиты в России состоит из:

- 1) социального страхования (больше в области медицинского обеспечения);
- 2) социального обеспечения (ориентировано на нетрудоспособных);
- 3) социальной помощи (оказывается только малоимущим гражданам).

На сегодняшний день система социальной защиты населения не в полной мере реализует задачи по обеспечению и созданию благополучного положения малообеспеченных слоев населения. На протяжении большого промежутка времени государство пыталось решить какие-то наиболее остро стоящие проблемы отдельных категорий граждан. Но это не имело больших успехов, так как не было нацелено на профилактику повторений таких кризисных ситуаций. В связи с этим, для повышения уровня социальной защищенности человека создается государственная социальная стандартизация по всем важнейшим направлениям социальной политики. Это социальные нормы и нормативы, обеспечивающие реализацию социальных прав граждан.

Построение в России социального государства, которой отвечало бы всем потребностям современного общества, возможно только на основе принципов солидарности и справедливости, принципах предоставления гражданину возможности самообеспечения путем оказания ему социальной помощи.

## **Литература**

1. Концепция социального государства Российской Федерации ([http://www.ksocpol.rags.ru/soc\\_st.htm](http://www.ksocpol.rags.ru/soc_st.htm))
2. Социальная политика: Учебник / Под общ. ред. Н.А. Волгина. - М.: Экзамен, 2003.
3. Калашников С.В. Становление социального государства в России. - М.: Экономика, 2003. - 157 с.
4. На пути к социальному государству: Материалы заседания круглого стола по обсуждению проекта Концепции социал. государства, 19 нояб. 2002 года/ Под ред. Н.Н. Гриценко. - М.: Акад. труда и соц. отношений, 2003. - 210 с.
5. Преодоление бедности – необходимое условие экономического роста и развития социального государства: «круглый стол» Совета Федерации 31 октября 2003 года / Под ред. Михалева И.В., Анисимова В.М. - М., 2004. - 138 с.
6. Храмцов А.Ф. «Социальное государство: Россия и европейский опыт». М., 2005. - 419 с.

**Модернизация связей с общественностью органов муниципального управления  
в условиях информационного общества**

*Радченко Светлана Владимировна*

*Соискатель*

*Орловская региональная академия государственной службы,  
факультет государственного и муниципального управления, Орёл, Россия  
E-mail: lanaorel@mail.ru*

Международный опыт показывает, что информационные и коммуникационные технологии выводят многие страны мира на передовой уровень. 7 февраля 2008 года Президентом Российской Федерации была утверждена «Стратегия развития информационного общества в России»<sup>7</sup>, которая явилась основой для подготовки доктринальных и концептуальных документов, определяющих направления деятельности органов государственной власти и муниципального управления. В условиях формирования и развития информационного общества в Российской Федерации ещё более актуализируются проблемы взаимодействия органов муниципального управления с ключевыми группами общественности.

Современное общественное устройство все более и более следует тенденциям развития информационного общества. Уже в феврале 2009 года Президентом Российской Федерации была подписана справка к Федеральному закону «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». В настоящее время есть все предпосылки и реальные пути формирования и развития информационного общества. При этом необходимо понять, что главная цель построения информационного общества – улучшение жизни людей, которая может быть достигнута путем тесного взаимодействия органов муниципального управления и общественности.

*К условиям информационного общества относятся:* 1) формирование единого информационного пространства, углубление процессов информационной интеграции муниципалитетов; 2) создание рынка информации и знаний, переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально-экономического развития, удовлетворение потребностей общества в информационных ресурсах; 3) развитие инфраструктуры; 4) повышение уровня образования, информационный обмен; 5) создание эффективной системы обеспечения прав граждан на получение информации.

---

<sup>7</sup> Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 года № Пр-212 // Российская газета. – 2008. – 16 февраля.

В новых условиях естественно должна происходить, и происходит модернизация всех социальных институтов, в том числе и ещё только институционализирующихся связей с общественностью. *Модернизация связей с общественностью органов муниципального управления* включает в себя следующие направления: 1. Обеспечение поддержки деятельности органов муниципального управления всеми слоями общества, посредством обновления содержания, функций и структуры связей с общественностью 2. Обеспечение предельно возможной информационной открытости. 3. Выполнение подразделением по связям с общественностью мужграничной функции. 4. Поддержание единой корпоративной культуры внутри органа муниципального управления. 5. Использование современных информационно-коммуникативных технологий.

На основании проведенного исследования социальной группы муниципальных служащих г. Орла можно с высокой долей вероятности утверждать, что квалифицированному специалисту по связям с общественностью, пришедшему в органы муниципального управления, несмотря на видимую готовность муниципальных служащих к ведению публичных коммуникаций, придется столкнуться с непониманием со стороны специалистов аппарата, привыкших действовать имеющимися методами и уверенных, что они защищают «народ» от населения.

Вместе с тем, постоянство основных вопросов, волнующих муниципальных служащих (гарантии занятости и социальная защищенность, возможности получить повышение, материальное вознаграждение) позволяет утверждать, что при их неприкосновенности специалисты по связям с общественностью могут наладить эффективные коммуникации с внутренней общественностью.

По результатам теоретических и эмпирических исследований тенденциями развития связей с общественностью органов муниципального управления в условиях информационного общества являются:

1. Тенденция к информационной открытости – главное направление в новых условиях.
2. Тенденция к построению конструктивного коммуникативного диалога между органами муниципального управления, подразделением по связям с общественностью в их структуре и широкой общественностью.
3. Тенденция к активному использованию современных информационно-коммуникативных технологий (в частности, интернет) в совокупности с традиционным инструментарием связей с общественностью.
4. Тенденция к научному сопровождению процесса функционирования организационно-технологического механизма связей с общественностью. Стремление к повышению профессионализма специалистов муниципальной службы посредством обучения.

Важным звеном модернизации связей с общественностью является их оптимизация. Оптимизация связей с общественностью в условиях информационного общества осуществляется в соответствии с определенными критериями, так называемыми оптимизирующими критериями. Можно выделить три оптимизирующих критерия:

- соответствие условиям современного информационного общества содержания (цели, задач, функций) деятельности по связям с общественностью;
- соответствие условиям современного информационного общества коммуникативных связей и каналов передачи информации органов муниципального управления;
- соответствие условиям современного информационного общества потребности в информации общественности, а также количества и качества информации и коммуникаций.

### **Литература**

1. Игнатъев, Д.И. Настольная энциклопедия Public Relations [Текст] / Д.И. Игнатъев. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
2. Карпунин, О.И., Макаревич, Э.Ф. Формирование масс: Природа общественных связей и технологии «публик рилейшнз»: Опыт историко-социолог. исследования. Калининград, 2001



3. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика [Текст] / Ф. Китчен: пер. с англ. под ред. Б.Л.Ерёмина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454с.
4. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования / М.М. Назаров. – М.: УРСС, 1999. – 239 с.
5. Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества: третья Всероссийская научно-практическая конференция. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 119 с.

### **Муниципальная служба и гражданское общество**

***Рочева Я.С.***

*Аспирантка*

*Санкт – Петербургский государственный университет,  
факультет социологии, Санкт - Петербург, Россия*

*E-mail: rocheva\_yana@mail.ru*

В последние годы, в связи со становлением в России демократического режима и формированием развитого гражданского общества, все более актуализируются вопросы, связанные с функционированием местного самоуправления. В такой ситуации важной становится задача выявления форм и механизмов взаимосвязи гражданского общества и государства. Одним из способов разрешения этой проблемы является местное самоуправление. Интерес к этому институту народовластия значителен и со стороны общества, и структур политической системы, и научного сообщества. Одним из составляющих местного самоуправления, по замыслу политических лидеров современной России должны стать муниципалитеты. Их функционирование, статус, род деятельности неоднозначны и не достаточно ясны как для представителей власти, так и населения. Это при том, что муниципальная служба, по определению, является «самой близкой властью к народу». Поэтому, обращение к исследованию данного феномена видится автору актуальным, интересным, востребованным.

Среди множества проблем, стоящих перед кадровым составом муниципальной службы, одной из базовых характеристик следует признать содействие становлению развитого гражданского общества. Поэтому чтобы способствовать этому развитию муниципальным образованиям, следует эффективно функционировать по направлениям: информационному, организационному и образовательному.

Информационная функция реализуется в непосредственной работе с населением в рамках постановки и решения проблем данного муниципального образования, активизации населения и помощи по их решению. Например, установка детских площадок, вывоз не габаритного мусора, благоустройство дворов и др. Не менее значимым элементом названной функции становится собственно доведение информации о существовании подобной службы, роде ее деятельности, формированию позитивного имиджа. Как в глазах населения, так и собственно самих муниципальных служащих. Так, по данным авторского исследования проведенного в Санкт - Петербурге, значительная часть муниципальных чиновников не четко представляет ее назначение и задачи.

Средствами осуществления информационной обеспеченности в муниципальных образованиях выступают печатные средства массовой информации. У каждого муниципального образования ежемесячно выходит муниципальная газета, информационный бюллетень.

Большую роль, по мнению автора, должна играть работа с населением по актуальным вопросам жизни округа. Поэтому становится очевидной и следующая проблема, частично озвученная выше это возможность самоорганизации населения и способность его оказывать влияние на положение дел в округе, как одно из важнейших

проявлений гражданского общества. Попытки организованно участия населения реализуются слабо, например, в территориальное общественное самоуправление (ТОС). Последнее призвано стать составным элементом муниципального управления и выразителем инициатив населения, которое они представляют.

Помимо традиционного «написания жалоб» и обращений населения по насущным проблемам следует способствовать и развивать активные действия самого населения. Реализация функционирования в рамках заданного направления невозможна без соответствующего подбора, обучения кадрового состава.

Помимо требований, обозначенных в федеральном законе № 25 «О муниципальной службе», от 2 марта 2007 года, а именно наличие высшего образования, стажа работы и соответствие требованиям к муниципальной должности, компетенция и профессионализм, существуют и дополнительные характеристики. К последним, следует отнести наличие образования по специальности «государственное и муниципальное управление», организационные способности, толерантность, активная жизненная позиция и прочее.

Отдельные требования, безусловно, выполняются, что нашло отражение в результатах авторского социологического исследования проведенного в Санкт-Петербурге, некоторые сведения которого необходимо озвучить.

Уровень образования у муниципальных служащих достаточно высок. Относительное большинство имеют высшее образование (79,6 %), в некоторых случаях не единственное. Однако, профессиональная специализация не всегда совпадает с родом деятельности, так специализация «государственное и муниципальное управление» наличествует у 12,2 %, экономика и управление - 18,4 %, техническое - 12,2 %, военные специальности – 10,2 %, сфера сервиса – 8,2 %, юриспруденция – 4,1 %, психология и педагогика – 6,1 %, другие специальности - 2 %.

Для успешной работы в занимаемой ныне должности муниципальным служащим, по их собственному мнению, не хватает знаний нормативно-правовых законов, актов и иных документов (15 %), контроля, анализа и прогнозирования последствий принимаемых решений (15 %), а также оперативного принятия и реализации управленческих решений (9,8 %) и умение организовать деятельность подчиненных, своей «команды» по (9,8 %).

Таким образом, муниципальные служащие как самостоятельная группа обладает не полным перечнем профессиональных характеристик для эффективного функционирования местного самоуправления.

В завершении, следует согласиться с мнением Е.Г. Анимица, о том, что для формирования местного самоуправления необходимо устоявшееся гражданское общество. Для его становления нужны соответствующие условия: а) у людей должны сложиться общие интересы; б) интересы следует не только осознать, но и подкреплять готовностью их осваивать; в) юридическая и экономическая независимость друг от друга должна позволять людям принимать решения свободно и самостоятельно; г) требуется равенство прав всех граждан; д) нужна коллективная воля к самостоятельному и ответственному решению проблем, возникающих перед сообществом.

### **Литература**

1. Федеральный закон (от 2 марта 2007 года № 25 ФЗ) «О муниципальной службе в Российской Федерации». // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. №.10. Ст. 1152.
2. Анимица Е.Г. Факторы и условия развития местного самоуправления в России // Чиновник. 2006. №5 (45).

## **Особенности развития человеческого потенциала в условиях глобального кризиса.**

*Тавадова А.В.*

*Аспирантка*

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Российская Федерация*

*avtav@list.ru*

На пороге перехода к экономике знания актуализируются такие жизненные проблемы, как управление инновационными процессами и интеллектуальным капиталом. И эти потребности продиктованы научно-техническим прогрессом. Американский исследователь Томас А. Стюарт определил интеллектуальный капитал, как «интеллектуальный материал, включающий в себя знания, опыт, информацию и интеллектуальную собственность и участвующий в создании ценностей». В понятие интеллектуальный капитал входят три компонента: человеческий капитал, структурный капитал и потребительский капитал. Для нас представляет интерес первый компонент, т.к. именно в него заложены основы созидательной деятельности, присущей человеку, как существу социальному.

Основаниями исследования человеческого потенциала послужили механизм исчисления «индекса развития человеческого потенциала» (ИРЧП), предложенная ООН, и концепция национального богатства Всемирного Банка.

Примененный в исследовании метод оценки состояния человеческого капитала не является всеохватывающим и касается лишь некоторых сфер жизнедеятельности населения нашей страны. Чтобы наиболее эффективно изучать динамику изменений в структуре человеческого капитала, необходимо проводить регулярные, широкомасштабные междисциплинарные исследования, постоянно совершенствуя и дополняя методику новыми инструментами.

На пороге нового тысячелетия правительством России были сформулированы следующие первоочередные цели и задачи, стоящие перед страной:

1. удвоение валового внутреннего продукта;
2. сокращение масштабов бедности, т.е. сокращение дистанции между уровнями доходов и качеством жизни богатых и бедных;
3. реформирование систем здравоохранения, образования и ЖКХ;
4. улучшение социальных условий жизни отдельных категорий граждан (военнослужащих, врачей, учителей и пр.);
5. сокращение разрыва в валовых региональных продуктах субъектов РФ;
6. обеспечение экологической устойчивости;
7. формирование глобального партнерства в целях развития и др.

Эти и другие задачи не могут быть решены без внимания к устойчивому развитию человеческого потенциала, как основы для формирования национального богатства страны. Делая ставку на природный капитал, государству не удастся достичь, например, стабильного экономического рота в долгосрочной перспективе, тем более что конъюнктура мировых цен на сырье, становится все менее устойчивой и предсказуемой.

С другой стороны, у России сегодня есть хороший шанс направить сверхприбыль, полученную от природной ренты на восстановление интеллектуального потенциала, который на пороге новой научно-технической революции, призван обеспечить стране лидирующее положение в отрасли высокотехнологического сектора экономики.

Это не означает, что государство должно возложить на себя решение всех проблем, связанных с финансированием инноваций и развития человеческого потенциала. Напротив, государство с рыночной экономикой должно только создавать благоприятные условия для инвестиционной и инновационной активности, посредством создания институтов, способных осуществлять качественное и гибкое регулирование этих вопросов. Американский теоретик Френсис Фукуяма пишет: «Сила государства

заключается в его способности планировать и проводить политические курсы и обеспечивать следование законам, честно и открыто... В широком смысле сила государственных институтов более важна, чем сфера влияния государственных функций».

Доклад Всемирного Банка о мировом развитии 2007г. посвящен проблемам молодежи. Основным постулатом авторов служит утверждение, «наше время, как никакое другое, благоприятно для инвестирования в молодежь». По данным международной организации, численность населения планеты в возрасте 12-24 года достигла максимального за всю историю человечества уровня – 1,3 млрд. человек. Рассматриваемая возрастная группа населения наиболее здорова и образована, и это может служить мощным фундаментом для совершенствования знаний и умений в мире, где от индивида требуется нечто большее, чем базовые навыки. Снижение уровня рождаемости у современной молодежи может послужить дополнительным толчком для экономического роста в развивающихся странах. В России ситуация обстоит несколько иначе, на современную молодежь по прошествии определенного времени ляжет тяжелое бремя по содержанию огромного числа нетрудоспособных граждан нашей страны. Поэтому от продуманности инвестиционной политики в развитие потенциала молодого поколения зависят качественные и количественные показатели экономического роста и социальной стабильности нашего отечества.

Необходимо минимизировать риски потери молодого поколения для общества будь-то угрозы здоровью и жизни или миграционные процессы, побуждающие талантливых людей покидать пределы своей родины в поисках более благоприятной среды для самореализации. Перед системой здравоохранения стоят непростые задачи, призванные не только уменьшить показатели преждевременной смертности, но и продлить трудоспособный возраст россиян, уменьшив травматизм и заболеваемость, приводящие к инвалидности.

Навсегда должны быть разорваны цепи «ловушки бедности». Социальная мобильность населения РФ должна иметь положительную динамику. Этому призван способствовать комплекс социальных программ, разработанных Правительством РФ совместно с крупными бизнес единицами и международными организациями.

Система образования сегодня принадлежит к числу ключевых приоритетов государственной политики. Основная задача стратегии модернизации образования в России – повышение его эффективности и сокращение расходов на него при одновременном учете требований, предъявляемых сегодня рыночной экономикой.

Помимо развития программ национальных приоритетных проектов, государство должно уделять внимание технологической оснащенности затронутых сфер жизнедеятельности общества. Необходимо осуществлять мониторинг новейших технологий в области медицины, образования, социального обслуживания, применяемых в различных странах мира. Такой подход в перспективе позволит сократить неоправданные расходы и повысить эффективность функционирования рассматриваемых институтов.

### **Литература**

1. Российский статистический ежегодник 2007. Статистический сборник. Федеральная служба государственной статистики. М., 2007
2. Беккер Гэри С. Человеческое поведение: экономический подход. М.: ГУ ВШЭ, 2003
3. П. Сорокин. Социальная стратификация и мобильность. Серия «Мыслители XX века». М., 1992 г
4. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал: новый источник богатства организаций. М.: изд. Поколение, 2007
5. Ф. Фукуяма. Сильное государство. М.: изд. Хранитель. 2006
6. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации 2006/2007. Регионы России: цели, проблемы, достижения. Программа развития ООН. 2007

7. Доклад о мировом развитии 2007. Развитие и новое поколение. Издано для Всемирного банка. М.: изд. Весь мир. 2007

## **Внедрение антикризисной PR-технологии на примере Пензенской области**

**Янборисова Э.Р.**

*Аспирант*

*Пензенский государственный университет*

*Институт государственного и муниципального управления, Пенза, Россия*

*E-mail: yaelmi@rambler.ru*

Проводимые в последнее время социально-экономические преобразования на федеральном и региональном уровнях власти нашли свое логическое продолжение на муниципальном уровне. Основная цель которых – укрепление социальной стабильности общества и улучшение качества жизни населения. Местное самоуправление на сегодняшний день является одновременно:

1. формой самоорганизации граждан (и в этом качестве – составной частью гражданского общества);
2. уровнем публичной власти (инструментом демократического участия граждан в управлении общими делами);
3. элементом рыночной экономической системы (восполняя пробелы рынка в части оказания услуг жителям и координации хозяйственной деятельности).

Современная ситуация и обусловленные ей последствия, диктуют необходимость принятия экстренных мер. Нельзя сказать, что современный экономический кризис – это нечто такое, что возникло в один миг. В октябре-ноябре 2007 года Институтом Региональной политики было проведено исследование методом экспертной оценки, в котором приняли участие 46 человек из числа ведущих представителей власти, бизнеса и силовых структур Пензы. Результаты исследования показали, что деловое сообщество оценивало в тот момент инфляцию на 2008 год на уровне 52%, а рост промышленного производства – на уровне 4%<sup>8</sup>. Очевидно, что деловые круги Пензы предчувствовали кризис.

Иными словами, сложившаяся ситуация была вполне предсказуемой, особенно в социально-политической сфере – налицо резкий рост протестных настроений. По данным опроса, проведенного в рамках мониторинга социально-политической активности населения накануне выборов в муниципальные органы власти 48,8% респондентов ответили, что не пойдут на выборы, 14,7% - затруднились с ответом. В данном случае, роль института PR, как стабилизирующего фактора, серьезно усиливается, ведь от того, насколько виртуозно будет выполнена их работа будет зависеть социальная стабильность социума в будущем.

Именно в период кризиса вопрос оптимизации процесса ресурсораспределения выходит на первый план. В связи с чем, каналы массовой коммуникации, как более затратные, пересматриваются, зачастую, в сторону на менее затратных. При этом, безусловно, теряется информационная охваченность целевой группы. Что же касается органов местного самоуправления, в силу сложившейся специфики (роли посредника между государством и гражданином), особенно в исторически сложные периоды, целесообразно активное использование всего арсенала PR, как инструмента, способствующего снижению социальной напряженности региона, рассмотренного на примере данной статьи, речь в которой пойдет о поэтапном внедрении алгоритма антикризисной PR-технологии.

---

<sup>8</sup> Мануйлов В.И. Власть и выборы в условиях нарастающего кризиса. // «Улица Московская». № 49 (277) от 26 декабря 2008 г. С. 9.

Первое, что необходимо сделать – это **провести оценку ситуации**. На данном этапе целесообразно применение экспресс-диагностики, комбинирующей в себе следующие методы: анализ статистических данных, качественный анализ обращений в общественные приемные, анализ публикаций, репортажей оппозиционных СМИ, (если таковые есть), анализ слухов, проведение самостоятельного опросов, либо использование результатов исследований региональных центров исследования общественного мнения. Безусловно, это далеко не полный перечень мероприятий данного этапа. И вовсе не обязательно проводить их все, тем более в период дефицита временных, финансовых и/или иных ресурсов.

Следующий этап- **проведение анализа кризисной ситуации**. Здесь следует определиться с наиболее острыми (требующими экстренного вмешательства) проблемами. Очень важно найти истинную причину, а не последствия, которые зачастую бывают на поверхности. Следует учесть и тот факт, что ошибившись в определении корневой проблемы, острота ситуации снята не будет, и, возможно, это может даже усугубить сложившуюся ситуацию.

Очередной этап - **работа с социальным «носителем» проблемной ситуации**. По итогам, предыдущего этапа выделяют социальную группу, которая является «носителем» этой проблемы. Например, если вопрос касается ужесточения условий для малого бизнеса, значит целевая группа – это субъекты малого бизнеса или представители каких-то его направлений. Тогда необходимо начинать работу именно с ними или их представителями - специализированными общественными организациями. Это своеобразная модель целевой группы. Особое внимание следует обратить на качество подбора респондентов. Это очень важный момент, являющийся, пожалуй, переломным этапом кампании. Широко применяемый в маркетинге и рекламе, он практически не используется службами органов местного самоуправления. Безусловно, это упирается в вопрос квалификации кадров и последующей целесообразности нахождения подобных специалистов в штате. Однако, в качестве альтернативного решения данного вопроса, возможно и даже необходимо привлечение сторонних специалистов под конкретный объем работ.

На следующем – **«Консенсусном»** этапе обычно проводятся рабочие встречи, анализ и разработка нормативно-правовых документов, способствующих сближению интересов и снижению социальной напряженности.

На этапе **широкого информирования общественности**, помимо самих целевых групп охватываются также «сочувствующие» и «зависящие». В силу относительно слабой трансляционности НКО, становится очевидной необходимость включения в данный процесс муниципальных PR-служб, основной характеристикой которых является массовый охват целевой аудитории и широкий инструментальный диапазон.

В силу ограниченности ресурсов необходимо задумываться еще и об оптимизации их использования. Тем более, что бюджеты муниципалитетов по статистическим данным находятся в дефиците. По данным Госкомстата за 2007 г. из 14 субъектов ПФО лишь у одного наблюдается положительное сальдо местного бюджета. Кроме того, зачастую, остро стоящие вопросы выходят за пределы компетенции муниципалитетов.

Следует отметить что возможность использования данного алгоритма в органах власти сейчас детально рассматривается и первым шагом в его реализации станет проведение семинара для муниципальных служащих, занятых в сфере PR.

И напоследок, следует выделить этап **оценки критериев результативности** проведения PR-кампании, прежде чем она будет запущена. В настоящее время существует несколько подходов оценки, однако универсального нет. Выходом из сложившейся ситуации является их комбинаторное применение с учетом конкретной региональной специфики.

## Литература

1. Игнатов В.Г., Рудой В.В. (2005) Местное самоуправление / Учеб. пособ.; 3-е изд., перераб. И доп. – «Феникс».
2. Мануйлов В.И. (2008) Власть и выборы в условиях нарастающего кризиса. // «Улица Московская». № 49 (277) от 26 декабря 2008 г.
3. Основы теории коммуникации (2006)/ Под ред. М.А. Василика. - М.: Гардарики.