

2. Ешмуратова А.Ф. Маркетинг в системе высшего образования как необходимый предмет // Современные научные исследования [Электронный ресурс]. Электрон. Журнал. 2012. № 4. URL: <http://vwww.uecs.ru/статьи-вак/предмет>

3. Малашенко Н.П. Маркетинг на потребительском рынке: учебник. М.: Омега-Л, 2011. 208 с.

4. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в коммерции: учебник для студентов. М: Дашков и К°, 2011. 543 с.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕСС-СЛУЖБЫ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ДОВЕРИЯ ГРАЖДАН К ГУ МВД РОССИИ ПО САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.А. Потапова,
научный руководитель Е.Б. Хорольцева
Россия, г. Саратов,
Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина

Чтобы рассмотреть данный вопрос, обратимся в первую очередь к определению понятий пресс-служба, PR и PR-технологии. Система общественных связей и PR как элемент управления этой системой – это, в современном понимании, наука о коммуникациях, обеспечивающих достижение сотрудничества, гармонии в обществе на основе согласования интересов различных социальных групп, структур власти, бизнеса, культуры.

Американский специалист Рекс Харлоу изучил 472 определения PR и дал свое: «PR – это одна из функций управления. Она включает в себя решение различных проблем: обеспечивает руководство организации информацией об общественном мнении и оказывает ему помощь в выработке ответных мер; обеспечивает деятельность руководства в интересах ответственности; поддерживает его в состоянии готовности к различным переменам путем «раннего оповещения» об опасности (назревающие конфликты, кризисы)».

PR-технологии – это важнейшая часть управления обществом и любой организацией; это «своего рода идеология сотрудничества и согласования интересов, технология управления сознанием и настроением людей». Особую значимость PR-технологии приобретают в органах государственной власти, где призваны способствовать улучшению проблемы взаимодействия граждан с властью, повышению социального доверия жителей к властным структурам.

В этой связи реализация деятельности пресс-служб в органах государственной власти приобрела огромное значение. Пресс-служба должна устанавливать взаимосвязь между местными органами власти и общественностью, способствовать созданию благоприятной внешней и внутренней среды в организации, эффективной обратной связи.

Приказом МВД СССР от 10 июня 1983 г. № 0162 в структуре центрального аппарата МВД СССР было создано Пресс-бюро, отвечающее за пропаганду деятельности органов внутренних дел и взаимодействие с редакциями газет, журналов, радио, телевидением, издательствами и другими средствами массовой информации, а также творческими организациями.

В настоящее время пресс-службы и подразделения общественных связей органов внутренних дел Российской Федерации функционируют во всех главных управлениях МВД России, ГУВД, УВД субъектов Российской Федерации. Не исключением является и ГУ МВД России по Саратовской области. Они занимают важное место в организации пропаганды оперативно-служебной деятельности органов внутренних дел и создании положительного имиджа МВД России. Проблема, для решения которой образована организация, четко сформулирована в приказе от 6 сентября 2011 г. № 995 «О совершенствовании деятельности подразделений

информации и общественных связей, Пресс-служб органов внутренних дел Российской Федерации и внутренних войск МВД России». Согласно приказу Пресс-служба организована для решения следующих проблем:

- 1) несогласованность политики в области формирования у населения объективной оценки работы МВД России;
- 2) низкий уровень правовой культуры общества;
- 3) отрицательный имидж сотрудников органов внутренних дел, военнослужащих внутренних войск МВД России;
- 4) отсутствие содействия общества в оперативной работе ГУ МВД РФ по Саратовской области.

Сейчас наблюдается тенденция к постоянному сотрудничеству и диалогу между органами власти, гражданами и их объединениями. Это сотрудничество, прежде всего, предполагает совместный поиск выгодных решений и взаимных уступок и не исключает периодические конфликты между сторонами. Сами граждане должны быть особенно заинтересованы в прямой связи с властными структурами. Это нужно для информированности о событиях, происходящих на территории их проживания. Ведь каждый день совершаются преступления, а значит, в большей или меньшей степени эти события касаются каждого гражданина.

В случае если пресс-служба будет работать грамотно, способствовать развитию демократической открытости деятельности организации, своевременно информировать население о нарушениях граждан и деятельности самого ГУ МВД, то граждане смогут адекватно воспринимать политику организации, все ее управленческие решения и способы их реализации. Благодаря новостям жители будут понимать, чем конкретно занимаются блюстители порядка, что им можно доверять и не беспокоиться за свою безопасность. Для этого работа пресс-служб должна основываться на двусторонней симметричной модели PR.

Специалисты по связям с общественностью должны в совершенстве владеть приемами ораторского искусства и навыками устной речи, умело вести телефонные переговоры и деловую переписку, знать правила организации официальных приемов, деловых встреч, презентаций и др.

PR-технологии способствуют формированию у масс позитивного настроения и компетентного общественного мнения, а также позитивного образа органов власти. Работа PR-служб должна быть прозрачной, открытой для граждан и их объединений, обеспечивать сотрудничество, разъяснение мотивов принятия решений. На практике эти цели достигаются с помощью анализа общественной реакции на законы, действия полицейских; взаимодействия со средствами массовой информации (своевременного опубликования законов, информации на Интернет-сайте, интервью должностных лиц, выступлений по радио, телевидению); донесение до руководства обращений граждан (также создание «горячей линии» для граждан); организации встреч представителей власти с населением, торжественных встреч, конференций, круглых столов.

Обратная связь (от населения к власти) позволяет населению информировать власть о своих проблемах, проблемах территории, предлагать свои пути решений. Такая связь необходима властным органам для точной оценки потребностей и настроений населения. Так же хорошо налаженная обратная связь позволяет вовремя скорректировать политику уже в процессе ее реализации. Этот механизм способствует снижению уровня социального напряжения, устранению конфликтов между властью и населением, снижению недоверия граждан к органам власти, налаживанию взаимного уважения и понимания.

Сегодня, одна из главных функций Пресс-службы ГУ МВД России по Саратовской области должна заключаться в постоянном учете общественного мнения, контроле настроения жителей. Регулярное проведение опросов общественного мнения, публикаций в средствах массовой информации писем и обращений граждан позволят проводить диагностику социальных потребностей и социальных интересов жителей. Таким образом, Пресс-службе ГУ МВД России по Саратовской области необходимо проведение регулярных исследований по учету общественного мнения и применению PR-технологий.

Литература

1. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. 256 с.
2. Вылежанин Д.А. Теория и практика публичных отношений: учебное пособие. 2-е изд., испр. М.: Флинта: МПСИ, 2008. 376 с.
3. Кнорринг В.И. Основы государственного и муниципального управления: учебник. 3-е изд., доп. М.: Издательство «экзамен», 2006. 477 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2005. 300 с.
5. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник. М.: ИНФРА-М, 2014. 190 с.
6. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник. М.: ИНФРА-М, 2012. 329 с.

УСТОЙЧИВОСТЬ РАЗВИТИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ

С.В. Рогова,
научный руководитель З.М. Магруппова
Россия, г. Череповец,
Череповецкий государственный университет

Российский некоммерческий сектор играет важную роль в социально-экономической жизни страны. Являясь источником различных социальных инноваций, он динамично развивается. Высокие темпы роста выпуска продукции и услуг некоммерческих организаций в условиях нестабильного финансирования, которое основывается на безвозмездных поступлениях от юридических и физических лиц, свидетельствуют о том, что работа в этой области является эффективной. И все же, согласно современным исследованиям, большое количество НКО не включены в систему предоставления общественно значимых услуг, финансируемых государством. В связи с этим, у российских некоммерческих организаций имеется большой потенциал для развития. Российское общество существует на основе функционирования трех институциональных секторов: первый сектор – государство, второй – коммерческие организации, третий – некоммерческие организации (НКО). Третий сектор способствует обеспечению социальной и политической стабильности, повышению жизненного уровня населения а, значит, устойчивому развитию страны. Некоммерческие организации создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях развития физической культуры и спорта, охраны здоровья граждан, удовлетворения духовных и нематериальных потребностей граждан, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

«Третий сектор» России по основным показателям своего развития отстает от некоммерческого сектора развитых стран. Существенное отставание наблюдается при сопоставлении показателей развития НКО в России и в развитых странах (табл. 1).

Таблица 1 – Показатели развития некоммерческого сектора в России и развитых странах в 2013 г.

Показатели	В России	В развитых странах (средний показатель)
------------	----------	--