



---

**Original Article: TECNOLOGIE SOCIALI NELLA GESTIONE SOCIALE GRANDE CITTA'**

**Citation**

Butova T.V., Krivtsova M.K., Tsihotsky F.N. Tecnologie sociali nella gestione sociale grande citta'. *Italian Science Review*. 2014; 5(14). PP. 156-158.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/may/Butova1.pdf>

**Authors**

Tatiana V. Butova, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia.  
Marina K. Krivtsova, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia.  
Felix N. Tsihotsky, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia.

Submitted: May 1, 2014; Accepted: May 20, 2014; Published: May 31, 2014

Nella gestione della sfera sociale utilizzato tecnologie sociali, che sono una sorta di specie approccio di marketing.

La possibilità di utilizzare l'approccio di marketing può essere spiegato dai seguenti motivi:

1. Decidere il supporto vitale della popolazione viene trasferita al livello comunale;

2 Trasferimento della maggior parte dei poteri sociali ai comuni.;

3 La rapida crescita della concorrenza nel mercato privato dei servizi sociali.;

. 4 Il deficit di bilancio riduce il finanziamento dei servizi sociali;

. 5 A causa della forte stratificazione sociale in grado di differenziazione del reddito avviene in domanda di mercato;

. 6 comincia a manifestarsi lobbying colossi nel funzionamento della sfera sociale; [1]

Quando si utilizza il marketing sociale ci sono aspetti positivi:

1. Maggiore programmi di efficienza attraverso l'orientamento a un particolare consumatore.

2. Affrontare i principali problemi sociali attraverso le autorità locali.

3. Creare una base di conoscenze per lo sviluppo di decisioni strategiche in campo

sociale, studiando il mercato dei servizi sociali.

4. Aumentare la soddisfazione dell'utente finale con i servizi forniti da un uso razionale del marketing sociale.

5. Avvento di un miglioramento delle condizioni per il livello e la qualità della vita.

6. Creato garantisce il rispetto dei diritti costituzionali dei cittadini in materia di istruzione, la protezione sociale, la cultura, la salute, fornire ai cittadini servizi di alloggio e di utilità.

Lo scopo del marketing sociale - la creazione di massima soddisfare le esigenze dei cittadini in allocazione della spesa pubblica.

Sfera dei servizi sociali è la necessità di investimenti pubblici, gli investimenti privati in questo settore è limitata. "Investimenti sociali rappresentano investimenti in risorse di capitale umano, al fine di ottenere i benefici intangibili, un aumento qualitativo di benessere materiale e di membri sani della società intelligenza. In questo quadro la riproduzione di investimenti in capitale umano sta proiettando sua condizione originale." [2]

Definizione di marketing sociale nei comuni dovrebbe basarsi su ipotesi

teoriche, la più importante delle quali è la seguente:

1. La sfera sociale deve essere inteso come un particolare ambito specifico dello sviluppo sociale.

2. La sfera sociale può essere divisa in 2 gruppi:

- Industrie e attività per soddisfare i bisogni sociali (sanità, istruzione, educazione fisica e sport, arte e cultura);

- Industrie e attività progettate per soddisfare le esigenze quotidiane (servizi di consumo, edilizia, trasporti pubblici e comunicazioni).

3. Servizi forniti da varie industrie e le imprese sociali devono appartenere alla categoria dei servizi pubblici.

4. Istituzioni di regolamentazione dovrebbero creare un mercato di servizi sociali, tenendo conto di tutte le norme di legge.

5. Servizi sociali sono beni pubblici, cioè tra la popolazione più importante.

6. Proporzionalità esigenze beni pubblici rispetto al livello individuale e sociale.

Un ruolo molto importante nella comprensione di marketing sociale nella sfera comunale gioca scambio. Ha caratteristiche che lo distinguono dal marketing "classico", vale a dire:

1. Presenza sul mercato sociale numero significativo di beneficiari di fondi di bilancio, così come l'utilizzo di molteplici forme di pagamento senza contanti.;

2. High correlazione tra la formazione e l'esecuzione delle entrate e delle spese del bilancio comunale e il mercato comunale.;

3. Un alto grado di fattori "esterni".;

4. Manipolazione mercato comunale;

5. Numero significativo di forme giuridiche utilizzate dagli operatori di mercato della sfera sociale.

6. vincoli di bilancio stabilite dalle autorità comunali e, di conseguenza, la presenza di domanda inelastica in unità di spesa;

7. Servizi allocative. In sostanza, i servizi di sicurezza interna per i residenti.

Il marketing sociale utilizzando la tecnologia nella gestione del settore sociale

svolge una serie di funzioni interconnesse nell'interazione dei soggetti e oggetti di pubbliche relazioni. Ci sono 3 gruppi di funzioni di marketing sociale.

Gruppi di funzioni:

1. Regolamento. Una delle funzioni più importanti che esegue la creazione di condizioni in grado di migliorare le condizioni di vita della popolazione in una determinata unità comunale. I principali sono: fornire il quadro giuridico e il suo sviluppo; corretta distribuzione del reddito. Le amministrazioni locali dovrebbero agire da garante per i gruppi socialmente svantaggiati. E' anche importante stabilire condizioni che garantiscano i diritti e le libertà dei cittadini, garantiscono la salute e sicurezza sul lavoro.

2. Contents. Questi includono: aumento del livello di istruzione e cultura; l'adattamento, l'obiettivo di aiutare le persone in un sistema in evoluzione; sicurezza della vita della popolazione; investire nelle risorse umane.

3. Formazione. Implementa lo sviluppo di tutti i sistemi sociali. Così, un tale sistema sociale qui è un comune. Questo gruppo comprende le seguenti funzioni: la formazione dell'immagine desiderata del processo sociale di esecuzione; Ricerche di mercato dei servizi sociali; sviluppo di una segmentazione del mercato globale in singoli gruppi di consumatori; posizionamento o la determinazione dei più importanti servizi sociali; rafforzamento del controllo sulle organizzazioni che forniscono l'ordine; sviluppo del prodotto più adatto, soddisfare pienamente l'utente finale. [3]

Una delle funzioni importanti dello Stato è quello di appianare le disuguaglianze sociali. Ad esempio, la fornitura di beni e servizi disponibili per i segmenti socialmente vulnerabili della popolazione; fornitura di pubblica utilità per il miglioramento sociale.

Una delle tecnologie di controllo sociale è lo sviluppo di programmi sociali volti a migliorare la qualità della vita della popolazione, sono assegnati ai governi

locali. Questi programmi sono discussi, approvati dagli organi rappresentativi locali, e quindi finanziati dai bilanci locali.

[4]

Risoluzione dei problemi sociali è impostato su:

- Attuazione delle politiche demografiche statali;
- migliorare la qualità e gli standard di vita;
- Aumento della custodia;
- Complesso edilizio;
- Sviluppo di programmi statali per i gruppi socialmente vulnerabili;
- Tutela dei diritti del lavoro e degli interessi dei lavoratori;
- Environmental Protection Agency;
- Aumento dei sistemi sanitari e di istruzione.

Così, il marketing sociale è la più recente tecnologia nel sistema di governo

locale, che controllano lo sviluppo del mercato comunale. Esso consente di aumentare la soddisfazione del destinatario finale dei servizi, beni e lavori.

**References:**

1. Ivanitskii V.P., Peshina E.V. 2009. Financing socially oriented expenditures in human reproduction. P.186.
2. G.V. Astratova, M.I. Khrushcheva. 2007. Problems of improving higher education. Towards a Development Strategy: Scientific monograph. P.129.
3. T. Filatova, Ragulina Yu., Novikov V. 2013. Development Strategy urban agglomeration: features, problems and prospects. Municipality. Pp. 12-16.
4. L.A. Gromova, A.P. Panfilova, A.V. Kondrashin, N.L. Leontieva, A.V. Rubashov, I.S. Petrova; Ed. L.A. Gromova. 2011. Control Technology in the social sphere: Teaching Materials. 237 p.