

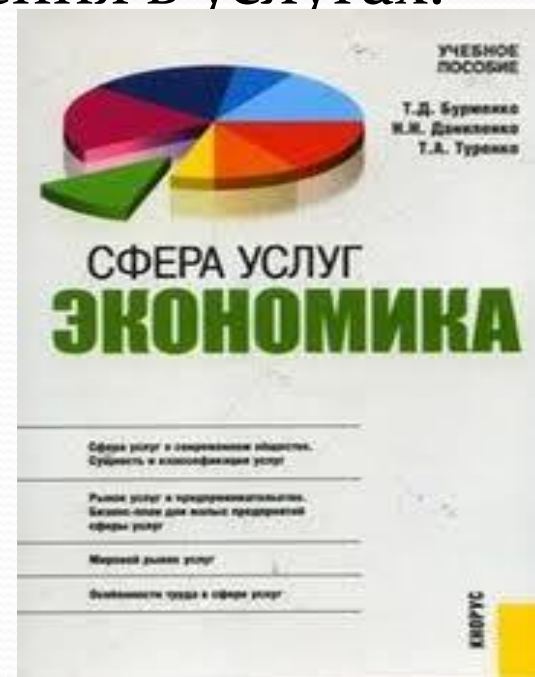
Международный обмен социальными и культурными услугами

Нарек Габриелян ФТД 2 курс

Т 092

ВВЕДЕНИЕ

- Актуальность темы заключается в том, что рынок услуг представляет собой сложную систему, основной задачей которой является удовлетворение потребностей населения в услугах.



ПОЯВИЛИСЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБМЕНА СОЦИАЛЬНЫМИ И КУЛЬТУРНЫМИ УСЛУГАМИ

- Услуга представляет собой специфический продукт труда, который не приобретает вещественной формы, и потребительная стоимость которого в отличие от вещного продукта труда заключается в полезном эффекте живого труда.
- Услуга – деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц на основе договорных отношений между производителем и потребителем услуг, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений.

Типы услуг:

- 1) производственные – инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования;
- 2) распределительные – торговля, транспорт, связь;
- 3) профессиональные – банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные;
- 4) потребительские – так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением;
- 5) общественные – телевидение, радио, образование, культура.

Основные виды социальных

услуг:

- - **социально-бытовые**, направленные на поддержание жизнедеятельности граждан в быту;
- - **социально-медицинские**, направленные на поддержание и улучшение здоровья граждан;
- - **социально-психологические**, предусматривающие коррекцию психологического состояния граждан для их адаптации в среде обитания (обществе);
- - **социально-педагогические**, направленные на профилактику отклонений в поведении и аномалий личного развития клиентов социальных служб, формирование у них позитивных интересов, в том числе в сфере досуга, организацию их досуга, оказание содействия в семейном воспитании детей;
- - **социально-экономические**, направленные на поддержание и улучшение жизненного уровня;
- - **социально-правовые**, направленные на поддержание или изменение правового статуса, оказание юридической помощи, защиту законных прав и интересов граждан.



классификация объектов

социально-культурной сферы

- 1. **Образование** – дошкольные, общеобразовательные учреждения, учреждения начального, среднего и высшего профессионального образования, дополнительного образования.
- 2. **Культура** – библиотеки, учреждения культуры клубного типа, музеи, художественные галереи и выставочные залы, театры, концертные организации, парки культуры и отдыха, цирки, зоопарки, киноустановки, памятники истории и культуры, выпуск книжной, журнальной и газетной продукции (система показателей характеризует основные направления деятельности этих учреждений, состояние их материально-технической базы, количественный и качественный состав работников).
- 3. **Охрана здоровья человека** – статистика здравоохранения, статистика заболеваемости населения. Инвалидности, производственного травматизма.
- 4. **Здравоохранение** – сеть и деятельность учреждений здравоохранения, их размещение, состояние и оснащенность, кадры врачебного и младшего медицинского персонала.
- 5. **Социальное обеспечение** – стационарные учреждения (учреждения, предназначенные для постоянного и временного проживания престарелых и инвалидов, нуждающихся в постоянном социально-бытовом и медицинском обслуживании и уходе).
- 6. **Жилищно-коммунальное хозяйство** – жилой фонд, его благоустройство, жилищные условия населения, производственная деятельность предприятий и служб, обеспечивающих население водой, теплом, газом, гостиницами и другими видами благоустройства населенных пунктов
- 7. **Физкультура и спорт** – сеть спортивных сооружений, их размещение, кадры, численность людей, занимающихся физической культурой и спортом.

ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГ СОЦИАЛЬНО КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ ● три вида:

Чистые общественные услуги

Свойства

1. Неделимость и неизбирательность, совместный характер потребления.
2. Невозможность исключения из потребления и возможность потреблять блага, не оплачивая их.
3. Отсутствие конкурентности и перегружаемости.
4. Значительный внешний эффект от производства и потребления этих благ.

Чистые частные услуги

Свойства:

1. Индивидуальный характер потребления, делимость и избирательность;
2. Исключаемость;
3. Конкурентность.

Смешанные услуги

в структуре социальной сферы выделяются различные секторы, в которых производятся услуги разных ТИПОВ:

1. Государственный, где производятся чистые общественные блага и социально значимые блага.

2. Добровольно-общественный, где производятся смешанные общественные блага ограниченного доступа.

Смешанный, где производятся смешанные общественные блага, в том числе социально значимые услуги организациями.

4. Частный коммерческий, где производятся частные блага на коммерческой основе, где предприятия работают ради извлечения прибыли.

- **социально-культурная сфера** – это сложное структурное образование, включающее в себя четыре сектора с различными формами собственности и хозяйствования первичных звеньев, которые определяются местом производимых ими услуг на шкале общественных и частных благ.

Выбор стратегии продвижения социально- культурных услуг

Для успешного продвижения на рынке социально культурных услуг следует выбрать и разработать основные стратегические положения.

1. сбор информации
2. прогнозирование
3. SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон организации, выявление возможностей и угроз со стороны внешней среды).

Формирование международного рынка социальных услуг

Социальная услуга – это специфический товар, потребительская стоимость которого проявляется в процессе потребления и неотделима от потребителя. В связи с этим у социальной услуги (как и у других) есть особенности. Они следующие:

- - свойства услуги создаются производителем и сразу же используются клиентом;
- - качество услуги зависит от квалификации персонала и его добросовестности;
- - возможности выбора социальной услуги более ограничены, чем при приобретении других видов услуг (товаров).

рыночный сектор социальных услуг или, по другому, рынок социальных услуг. Его специфическими чертами являются:

- - жесткая территориальная сегментация услуги, что объясняется размещением театров, больниц, дорог и т.п.;
- - высокая скорость оборота капитала (человек всегда будет есть, пить и, причем регулярно);
- - высокая чувствительность к изменению рыночной конъюнктуры;
- - специфика организации и управления сферой услуг, что связано с наличием большого числа малых и сверхмалых фирм;
- - преобладание личных контактов производителя и потребителя услуги;
- - высокая степень дифференциации услуг и т.д.
- - спрос на социальные услуги, так же как и на товары, может быть:
- - платежеспособный (в зависимости от уровня доходов потребителей платной дороги);
- - падающий (в соответствии с жизненным циклом услуги, рационализацией сфер услуг);
- - нерегулярный (например, сезонный или в связи с принятием решений по предоставлению каких-либо льгот (ветеранам, инвалидам, вкладчикам);
- - чрезмерный (например, на услуги врачей в связи с эпидемией, стихийным бедствием);
- - нерациональный (в том числе на наркотики и соответственно на услуги по борьбе с наркоманией);
- - скрытый (неудовлетворенный) спрос, в том числе на услуги по формированию здорового образа жизни (потребность в занятиях физкультурой и спортом);
- - отрицательный (например, отказ от предоставления работы бывшим заключенным, наркоманам, алкоголикам, женщинам с детьми) и т.д.

«социальная норма» - уровень удовлетворения социальных потребностей. Это, прежде всего, стандарт действия, регулирующий поведение людей в социальной сфере, а также уровень удовлетворения потребностей.

- «социальная норма» используется для определения уровня удовлетворения социальных потребностей. Это, прежде всего, стандарт действия, регулирующий поведение людей в социальной сфере, а также уровень удовлетворения потребностей.
- Основные признаки социальной нормы таковы. Она:
- - выражает общезначимое правило поведения как личности, группы, так и всего общества;
- - отражает реакцию общества на социальную норму: за соблюдение – поощрение, за несоблюдение – наказание;
- - нормы существуют, как правило, не отдельно, а в системе;
- - плюрализм нормативных систем, т.е. стандарты имеют достаточную гибкость в ходе их применения к разным социальным условиям;
- - введение социальной нормы решает одни противоречия, но порождает другие. Поэтому в социальной норме имеется возможность конфликта;

Международный обмен социальными услугами на примере образовательных услуг

- процесса интернационализации- процесс интегрирования международного, межкультурного или глобального измерения в цели, задачи или способы поставки высшего образования.

преимущества интернационализации:

- увеличение доступности высшего образования,
- универсализацию знания,
- появление международных стандартов качества
- развитие инновационного характера высшего образования,
- расширение и укрепление международного сотрудничества,
- активизацию академической и студенческой мобильности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- В условиях постиндустриального общества услуги стали одной из значимой составляющей экономики. В экономике развитых западных стран на долю услуг приходится до 70% ВВП. С повышением уровня жизни в России становятся все более востребованы услуги в различных отраслях, в том числе и в социально-культурной сфере. Это обусловлено постоянным ростом социальных и культурных потребностей людей.