## Сосунова Л.А.

докт. экон. наук, профессор Самарского государственного экономического университета

### Кухтинова Л.Г.

канд. экон. наук, доцент Пензенского государственного университета, докторант Самарского государственного экономического университета

# **п**рогнозы для общества

маркетинг социальных услуг

Эволюция содержания концепции маркетинга характеризуется тем, что сегодня его принципы проникли в сферу некоммерческой деятельности. Пришло время социального маркетинга. То есть маркетинговый подход может эффективно решать задачи не только организаций, главной целью которых является получение прибыли, но и предприятий, работающих в сфере социальных услуг, призванных удовлетворять социальные потребности общества.

истема маркетинга государственных и муниципальных учреждений сферы социальных услуг имеет существенное отличие от системы маркетинга коммерческой организации. Если для коммерческой структуры органы государственного и муниципального управления рассматриваются как элемент внешней среды, то в бюджетном учреждении они включаются во внутреннюю среду, активно участвуя в маркетинговой деятельности (определяют круг возможных потребителей, регламентируют качество услуг и др.).

Эффективность маркетинговой деятельности бюджетного учреждения сферы социальных услуг

зависит и от других составляющих внутренней среды, например, организационной структуры, осо-

для коммерческой структуры органы государственного и муниципального управления рассматриваются как элемент внешней среды

социальный маркетинг

бенностей стратегии организации, используемых методов управления. В условиях ограниченности ресурсов задачей маркетинга государственных и муниципальных некоммерческих организаций становится рациональное использование бюджетных ресурсов.

Бюджетные организации, предоставляющие государственные и муниципальные социальные услуги, посредством маркетингового управления достигают снижения издержек по оказанию социальных услуг.

задачей маркетинга государственных и муниципальных некоммерческих организаций становится рациональное использование бюджетных ресурсов



Рис. 1. Взаимосвязь маркетинга социальных услуг с другими видами маркетинга

российское предпринимательство, 2007, № 10 (1)

Маркетинг социальных услуг



Рис. 2. Содержание функций видов маркетинга социальных услуг

Маркетинг социальных услуг включает маркетинг:

- государственных социальных услуг;
- муниципальных социальных услуг;
- Частных социальных услуг.

Кроме этого, он тесно взаимосвязан с другими видами маркетинга (Рис. 1).

Маркетинг государственных и муниципальных социальных услуг – это деятельность, направленная на удовлетворение обществен-

значение маркетинга социальных услуг возрастает в условиях реформирования социальной сферы, перехода на нормативно-целевое финансирование

ных и коллективных потребностей конкретных групп потребителей в формировании и развитии человеческого капитала. Содержание функций маркетинга государственных социальных услуг, маркетинга муниципальных социальных услуг и маркетинга частных социальных услуг представлено на рис. 2.

Значение маркетинга социальных услуг возрастает в условиях реформирования социальной сферы, перехода на нормативноцелевое финансирование, когда решается задача концентрации финансовых ресурсов на удовлетворении социальных потребностей конкретных потребителей. Использование концепции маркетинга в управлении государственными и муниципальными учреждениями социальной сферы позволит обеспечить более полное соответствие их общественному предназначению.

#### Литература

1. Кухтинова Л.Г. Теория и практика социальных услуг. – М.: Издателство «Креативная экономика», 2007, 176 с.

рn

#### L.A. Sosunova.

Dr. Econ. Sci., Professor, Samara State Economic University;

#### L.G. Kukhtinova,

Cand. Econ. Sci., Docent, Penza State University; doctoral student, Samara State Economic University

Marketing of social services

he paper examines the social services sector. Characteristic features are identified in the marketing of social services. Marketing of social services is an activity that serves to form and develop human capital assets.

The review completed made it possible to describe the functions of social services marketing.

**р**оссийское **п**редпринимательство, 2007, № 10 (1)