

тами, которые регулярно обновлялись. К недостаткам работы сайта можно было отнести его узкую направленность: среди новостей, анонсов преобладали события связанные только с деятельностью Администрации (заседания, совещания, встречи). Отсутствовали фото- и видео- материалы [4, 6].

Версия сайта 2015 г. носит более усовершенствованный характер:

Плюсом является то, что, сохраняется единый стиль в навигации, главная страница также содержит новостную ленту, архив новостей, публикаций, выступлений, нормативных документов, перечень основных разделов, ссылки на наиболее актуальные темы. На главной странице располагаются ссылки на популярные обсуждения, которые ведутся на форуме сайта. Важно отметить, что как и в 2009, так и в 2015 гг., сайт признается одним из самых «дружелюбных», так как существует возможность задавать вопросы должностным лицам в режиме он-лайн. Сайт можно перевести на английский язык. Присутствует версия для слабовидящих. Сайт представлен в социальных сетях. Так же размещены анонсы предстоящих событий.

В завершении проведенного исследования, хотелось отметить, что партнерские отношения с жителями Ростовской области сайт Администрации обеспечивает посредством производства и распространения посланий (подписка на получение новостных сообщений с сайта на личную электронную почту) и взаимодействие с населением через интерактивные сервисы [5].

Список литературы

1. Паспорт федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002-2010 годы)» области // [электронный ресурс] – режим доступа - <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/6/> - (дата обращения 24.12.2014).
2. Официальный сайт Администрации Ростовской области // [электронный ресурс] – режим доступа - <http://www.donland.ru/> - (дата обращения 25.02.2015).
3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Применение технологий электронного правительства в системе государственного и муниципального управления. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. Т. 103. № 2. С. 193-198.
4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Региональная система межведомственного электронного взаимодействия как основа предоставления государственных и муниципальных услуг. Известия ЮФУ. Технические науки. 2013. Т. 143. № 6. С. 145-153.
5. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2011. Т. 124. №11. С. 224-232.
6. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2012. Т. 133. № 8. С. 195-200.
7. Tyushnyakov V.N., Tyushnyakova I.A. Interdepartmental electronic interaction technologies in regional government. Сборник научных трудов Sworld. 2014. Т. 18. № 2. С. 59-62.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Зиньковская А.А., Демичева Е.С.

*Южный федеральный университет, Таганрог, Россия,
anutka-94@yandex.ru*

На современном этапе социально-экономического развития территорий одним из основных направлений развития являются вопросы повышения уровня жизни населения. В значительной степени уровень жизни населения отражает демографическая ситуация территории. Рассмотрим состояние и тенденции демографических показателей города Таганрога и их особенностей.

Согласно данным за 2013 год в нем проживало 256,5 тыс. человек, по состоянию на 2-ю половину 2014 года численность населения города Таганрога составила 253,6 тыс. человек (5,97% от всего населения Ростовской области). Снижение числа жителей города происходит как за счет естественной и ми-

грационной убыли населения, так и за счет смертности, которая превышает рождаемость. Одним из критериев, по которым оценивают уровень жизни населения и развития муниципального образования, является показатель младенческой смертности, который составил 209 человек в 2014 г., что на 7,5 % меньше, чем в 2013 г.

Город Таганрог относится к демографически старым городам с регрессивной структурой населения, в котором дети составляют 1/5 часть, а население возраста старше трудоспособного - более 1/3. Эти обстоятельства вызывают необходимость развития всех форм социального обслуживания.

Действующая система социальной поддержки и социального обслуживания населения города Таганрога направлена на предоставление мер социальной поддержки, социальных гарантий и выплат в полном объеме и в доступной форме с учетом адресного подхода, а также предоставления социальных услуг в соответствии с установленными стандартами.

В Ростовской области действуют 14 законов социальной направленности. Все меры социальной поддержки, гарантированные федеральным и областным законодательством, предоставляются своевременно и в полном объеме. Кроме того, Администрацией города Таганрога приняты и реализуются более 10 нормативных актов, направленных на предоставление дополнительных мер социальной поддержки населению города.

Меры государственной социальной поддержки остаются важнейшим инструментом преодоления негативных последствий социального неравенства и бедности. Важным элементом повышения уровня жизни, показателем реальной заботы государства о своих гражданах является система социального обслуживания населения.

Список литературы

1. Вареникова А.Ю., Ракитина М.С. Совершенствование политики органов власти в условиях нивелирования диспропорций развития территориальных систем // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 10-1. С. 129-130.
2. Жидикова А.О., Ракитина М.С. Исследование финансово-контрольной деятельности государственных и муниципальных учреждений // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7-3. С. 82-84.
3. Хисамутдинов И. А. Основы экономики и теории рынка, 2010, глава 20.3 – Уровень жизни и методы его оценки
4. Официальный сайт Администрации г. Таганрога Ростовской области // [электронный ресурс] – режим доступа - <http://www.tagancity.ru/> - (дата обращения 11.12.2014).

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО ЭЛЕКТРОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Изотов В.Е.

*Южный федеральный университет, Таганрог, Россия,
izotov.vladimir2010@yandex.ru*

Региональная система межведомственного электронного взаимодействия (РСМЭВ) – региональная информационная система, включающая программные и технические средства, которые обеспечивают взаимодействие информационных систем участников информационного обмена, используемых при предоставлении государственных и муниципальных услуг в электронной форме [1, 2].

РСМЭВ содержит сведения об используемых участниками информационного обмена программных средствах, обеспечивающих возможность доступа через региональную систему электронного взаимодействия к их информационным системам, сведения об истории движения в РСМЭВ электронных сообщений при предоставлении государственных и муниципальных

ных услуг в электронной форме, размещаемых на региональном портале государственных и муниципальных услуг [4].

РСМЭВ представляет собой центральный интеграционный элемент инфраструктуры электронного правительства региона иерархическую, территориально-распределенную информационную систему, реализующую инфокоммуникационную среду обеспечения не только процессов оказания государственных и муниципальных услуг в электронной форме, но и решения задач информационного обмена непосредственно в интересах ведомств [3].

Региональное межведомственное электронное взаимодействие осуществляется через территориально распределенную телекоммуникационную инфраструктуру электронного правительства путем использования потребителями электронных сервисов, представляемых единой региональной информационной системой межведомственного электронного взаимодействия [5, 6].

В перспективе в Ростовской области запланировано внедрение замкнутого контура электронного взаимодействия для всех категорий граждан, юридических лиц, государственных и муниципальных учреждений, вовлеченных в процесс информационного обмена [7]. Внедрение будет осуществляться силами самого региона посредством развития уже существующей инфраструктуры - региональной сети многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг по принципу «Одного окна», регионального портала государственных услуг, системы исполнения регламентов, а также автоматизированных систем, применяемых в деятельности региональных органов власти и муниципалитетов.

Список литературы

1. Постановление Правительства Ростовской области от 05.07.2012 № 594 «Об организации межведомственного информационного взаимодействия при предоставлении государственных и муниципальных услуг».
2. Постановление Правительства Ростовской области от 08.08.2012 № 730 «О региональной системе межведомственного электронного взаимодействия Ростовской области».
3. Козлов А.С. Создание региональных систем межведомственного электронного взаимодействия. Вестник южно-уральского государственного университета. 2012. № 23. С. 6-15.
4. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Региональная система межведомственного электронного взаимодействия как основа предоставления государственных и муниципальных услуг. Известия ЮФУ. Технические науки. 2013. Т. 143. № 6. С. 145-153.
5. Тюшняков В.Н. Технологии межведомственного электронного взаимодействия в государственном и муниципальном управлении. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2012. Т. 133. № 8. С. 195-200.
6. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2011. Т. 124. № 11. С. 224-232.
7. Tyushnyakov V.N., Tyushnyakova I.A. Interdepartmental electronic interaction technologies in regional government. Сборник научных трудов Sworld. 2014. Т. 18. № 2. С. 59-62.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Мартакова К.А., Чаушьян Н.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, Россия, martakova.karina@yandex.ru

Маркетинг некоммерческой организации представляет собой особый вид деятельности, существенно отличающийся от деятельности по продажам товаров и услуг. Когда же речь идет о маркетинге организации, предоставляющих бесплатные государственные и муниципальные услуги населению по принципу «одного окна», то такому маркетингу должно уделяться особое значение, так как от правильного направления маркетинговой концепции зависит восприятие органов власти и управления населением всей страны, удовлетво-

ренность граждан политикой, проводимой в государстве. Ошибки здесь не допустимы [1].

В ближайшее время население России должно получить сформированный, лаконичный и конечный бренд учреждения, созданного, по задумкам его разработчиков, на все случаи жизни. Речь идет о всероссийской сети центров «Мои Документы», пришедшей на смену Многофункциональным центрам по решению Министерства экономического развития РФ.

Преимущества создания бренда «Мои Документы», подкрепленного мощной концепцией, которая должна быть реализована в каждом центре на территории нашей большой страны, очевидны: единый стиль говорит о равенстве всех учреждений вне зависимости от того, расположены они в далекой Сибири или на юге страны; единая идея способствует решению любой проблемной ситуации, возникшей у человека; единая система ценностей дает гарантию, что обратившись в центр «Мои Документы» любого города человек сможет получить необходимые услуги либо консультации по ним [2].

Список литературы

1. Тюшняков В.Н. Повышение качества государственных и муниципальных услуг на базе многофункциональных центров. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2011. Т. 124. № 11. С. 224-232.
2. Бренднговое агентство PLENUM. URL: <http://www.plenum.ru> (дата обращения 04.01.2015).

МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В ЦЕНТРАХ «МОИ ДОКУМЕНТЫ»

Мартакова К.А., Чаушьян Н.А.

Южный федеральный университет, Таганрог, Россия, martakova.karina@yandex.ru

Процесс предоставления государственных и муниципальных услуг является важной составляющей деятельности государственного аппарата любой страны, в том числе и Российской Федерации. На современном этапе укрепления принципа «одного окна» в деятельности центров «Мои Документы» неотъемлемой частью данной системы становится маркетинг [1].

Среди множества экономистов-маркетологов существует мнение о невозможности использования принципов маркетинга в некоммерческих сферах деятельности человека. Однако профессор международного маркетинга Филипп Котлер еще во второй половине прошлого столетия заявил, что маркетинг представляет собой такую общественную деятельность, которая выходит далеко за рамки продаж повседневных товаров [2].

Некоммерческий маркетинг также называют маркетингом организаций или институциональным маркетингом. В этом ключе маркетинг представляет собой деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания или изменения позиций и отношения целевых аудиторий к определенным организациям и их профессиональной деятельности. Важность маркетинга для некоммерческих организаций в том, чтобы «продать» услуги, а «продать» государственные и муниципальные услуги целевой аудитории можно через пропаганду общественной значимости и полезности деятельности таких учреждений. Созданное позитивное общественное мнение и сформированные положительный образ способствует лучшему бюджетному обеспечению за счет поддержки их деятельности со стороны налогоплательщиков [2].

Список литературы

1. МФЦ РФ. URL: <http://мфц.рф> (дата обращения 02.01.2015).
2. Экономический портал. URL: <http://www.uamconsult.com> (дата обращения 08.01.2015).