

дование коммуникативной эффективности названия «Баккара», чего они не сделали. Через год, поняв ошибку, они поменяли название магазина на «Посудный бум».

Распространено ошибочное мнение, что рекламой в фирме должны заниматься только отдел рекламы и его сотрудники. Тогда как, весь персонал организации должен в той или иной степени владеть культурой рекламы и ею заниматься. Поскольку реклама – это и наука, и искусство, интересные и креативные рекламные идеи могут рождаться (и рождаются, как показывает практика) в головах персонала любого подразделения организации, а не только рекламного отдела. Кроме того, каждый сотрудник фирмы должен уметь в любое время, в любом месте, любому человеку предоставить необходимую информацию о товарах и услугах его организации, и уметь убедить потенциального потребителя ими воспользоваться. Во многих современных компаниях привлечение клиента любым сотрудником (не только в рабочее время и не только тем, кому это положено по должности) морально и материально стимулируется. Например, клиента в рязанскую компанию может привести работающий в ней бухгалтер, охранник или водитель и получить соответствующее материальное вознаграждение. Но для этого они должны иметь определенные рекламные знания и информацию.

В основе ряда ошибок в рекламной деятельности лежат все еще встречающиеся ложные убеждения руководителей некоторых фирм, такого типа: «наш товар (магазин, фирму) и так все хорошо знают»; «у нас дела и без рекламы идут прекрасно»; «хороший товар в рекламе не нуждается» и т.п. Как следствие подобной позиции – сведение рекламы к недопустимому минимуму; использование простой, примитивной, часто безграмотной и малоэффективной рекламы; игнорирование возможностей всего арсенала современной рекламы; отказ от привлечения рекламных специалистов и т.д. Существуют сложившиеся средние нормы затрат на рекламу в различных сферах предпринимательской деятельности (например, в процентах от прибыли или оборота), им и надо следовать. При этом надо делать качественную рекламу. Если тратить меньше, то, как показывает мировая практика, фирма неизбежно будет терять свои позиции на рынке.

Одной из ошибок в рекламной деятельности является ошибка преувеличения возможностей рекламы, завышенные ожидания от рекламной кампании, ожидание «суда». Достичь рыночного успеха с плохим товаром, некачественной услугой нельзя, даже делая прекрасную рекламу. Более того, многие корифеи мировой рекламы справедливо считают, что хорошая реклама ускоряет провал плохого товара. Даже грамотная рекламная деятельность не может компенсировать некачественность персонала, неумелый менеджмент в других сферах, плохой морально-психологический климат в фирме и т.д. Порой организация из-за плохого менеджмента продаж не может эффективно воспользоваться результатами хорошо проведенной рекламной кампании. В торговые залы под воздействием рекламы, например, хлынуло дополнительное количество покупателей, а продавцов не хватает, а нужное количество товара вовремя не подвезли, а обещанные клиентам подарки и дисконтные карты уже кончились и т.д.

В заключение отметим, что невозможно в одной публикации рассмотреть все ошибки в рекламной деятельности и мы ограничились анализом лишь некоторых, на наш взгляд, основных ошибок в рекламе. Их профилактика и преодоление – необходимое условие успешного развития рынка рекламы и рыночной экономики в целом.

Одяков С.В., г. Челябинск

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОЦИОЛОГИИ

Понятие «социально-трудовые отношения» предполагает, что значительную роль в их регулировании играют социальные нормы, стереотипы, ценности, которые зачастую формируются вне сферы труда, зависят от ментальности народа, его культуры и т.д. Поэтому кроме социально-экономического и технико-технологического содержания трудовых отношений, в анализе их структуры следует учитывать и социально-психологические факторы.

При этом наша задача – выделить из всего многообразия теоретических подходов те из них, которые являются наиболее адекватными современной ситуации в сфере труда и которые позволяют учитывать тот факт, что развитие трудовые отношения еще не сформировались, а идет процесс их становления. И здесь, по нашему мнению, возможен использование Марксовской парадигмы.

Во-первых, возьмем из нее то, что чистого отрицания правил трудовых отношений социалистического типа быть не может. Ибо любое отрицание имеет две стороны – отрицание и преемственность. Следовательно, неизбежно, что из старой системы что-то будет привноситься в новую систему. Во-вторых, заимствуем ретроспективный подход. Речь идет о том, что на сегодняшнюю ситуацию следует смотреть «сверху вниз», т.е. с учетом событий, имевших место в прошлом. В-третьих, развитие возникших противоречий в сфере труда поддается одному из основных законов диалектического материализма – закону единства и борьбы противоположностей. Поскольку социально-трудовые отношения – это объективно существующие взаимозависимость и взаимодействие субъектов этих отношений в процессе труда, нацеленные на регулирование качества трудовой жизни, то эти два класса капиталистического общества – работодателей (предпринимателей) и наемных работников – следует рассматривать в их единстве. Наибольшее значение в этом контексте приобретает структура и динамика различных социальных характеристик этих субъектов: их материальное положение, отношение к собственности, социальный статус или престиж, основные функции в производстве и др.

Одним из наиболее важных последствий становления новых социально-трудовых отношений в постсоветской России являются трудовые конфликты. В этом контексте вклад марксистской школы в социологию труда состоит в том, что она вводит теорию социального конфликта, рассматривает роль разделения труда и его влияние на общественный прогресс. Согласно этой точке зрения, социальный конфликт воспроизводится в обществе с определенной социальной структурой.

К. Маркс считал, что классовый конфликт заложен в самое основание общества. Он происходит из-за разделения людей на различные классы в соответствии с их положением в экономической системе. По Марксу, основными классами общества являются капиталисты и наемные рабочие. Эти группы людей не объединены общими ценностями и интересами. Более того, в цели капиталистов входит господство над рабочими и их эксплуатация. Отсюда постоянная вражда этих классов между собой.

Однако, как справедливо отмечал Ю.Левада, «подход Маркса к обществу – макроподход, который проявляется в том, что категории анализа общества разработаны применительно к его глобальной структуре... Категория производственных отношений, например, действует не в рамках связей отдельного рабочего с отдельным капиталистом, а рамках связей классов, в рамках макроструктуры общества».

Поэтому, наверное, трактовка конфликта Марксом, а также другими авторами (Г.

Зиммель, Р.Э. Парк, Р. Маккензи и др.), несмотря на серьезный фундамент, который они заложили в основы конфликтного понимания социальных отношений, а конфликт рассматривали как неотъемлемый элемент социальной жизни и развития общества и его социальных институтов, нашла весьма слабое отражение в теории организации.

Однако в социологии труда существовали и другие подходы к анализу социально-трудовых отношений. Так, например, М. Вебер, исходил в своем анализе экономических институтов из понятия конкуренции. В нашем случае она имеет место за пределами рассматриваемой системы отношений, является ее окружением, однако опосредованно все же влияет на структуру и динамику социально-трудовых отношений.

Поскольку социальные организации находятся в постоянной конкурентной борьбе, то это обстоятельство накладывает определенный отпечаток и на внутренние отношения в организациях. С одной стороны, работодатель (предприниматель) должен постоянно совершенствовать свое производство, чтобы сохранить свою нишу на рынке, выигрывать в борьбе за покупателя (потребителя) его продукции. А для этого нужно постоянно часть прибыли вкладывать в дальнейшее развитие предприятия. С другой стороны, работник, находясь в условиях конкуренции на рынке труда, должен совершенствовать свою квалификацию, мастерство, дабы не быть уволенным и не потерять свое рабочее место, будучи замененным другим, более эффективным работником.

В то же время формирование капиталистических отношений в постсоветской России происходит на базе традиционализма, поэтому в поведении наемных работников и работодателей нельзя исключать и негативные моменты, например, рестрикционизм первых и эксплуатационные действия вторых.

В середине XX века Т. Парсонс, основоположник структурного функционализма в социологии, подверг скрупулезному анализу систему социального действия, выделив в ней биологическую, психологическую, социальную и культурную подсистемы. Рассматривая социальную подсистему, он указывает на то, что ее основными элементами являются социальные институты, которые состоят в свою очередь из социальных ролей и статусов. И различные индивиды в социальной системе выполняют различные социальные роли. Кто-то более успешно, кто-то менее – в соответствии с социальными ожиданиями в отношении этих ролей.

Проблема состоит в том, что если функциональное содержание этих ролей определено нечетко, существует двусмысленность в толковании тех или иных правил «игры» или если эти правила сами по себе противоречивы, то в этой ситуации возможен конфликт, который отражает напряженность или деформацию внутри системы.

Кроме того, заслуга Т. Парсонса состоит еще и в том, что он установил, что в труде существует такая же структура, как и в любой социальной системе. Иными словами, труд можно рассматривать как стержневой, системообразующий элемент любой социальной системы, любого общества.

Наконец, рассмотрим взгляды американского футуролога и публициста Э. Тоффлера на проблемы труда в современном обществе. Исходными понятиями в его анализе выступают трудовая адаптация и мобильность. Тоффлер отмечает, что социально-профессиональные группы различаются в зависимости от степени своей мобильности, т.е. некоторые индивиды или группы чаще меняют свою работу, чем прочие. Так, по словам футуролога, наименее обеспеченные и наименее квалифицированные группы меняют работу чаще. В то же время чрезмерно высокая и постоянно расту-

шая частота смены работы обнаруживается в тех группах людей, чья профессия наиболее типична для будущего, — ученых, инженеров, высокообразованных специалистов и техников, администраторов и менеджеров.

Применительно к России с таким выводом можно согласиться лишь наполовину. Так, ни для кого не секрет, что в России существует слой так называемых («новых бедных») или «работающих бедных». Среди них встречаются как раз те самые профессии будущего, о которых говорит Тоффлер (ученые, инженеры и т.д.). В то же время представители этих групп не получили должного признания со стороны государства, а соответственно их материальное положение продолжает оставаться на довольно низком уровне. И если трудовая мобильность и существует в группе ученых и инженеров, работающих в научно-исследовательской и опытно-конструкторской сферах, то не столько из-за того, что знания в этих областях быстро устаревают, сколько из-за неудовлетворенности уровнем оплаты труда.

Таким образом, несмотря на многообразие теоретических подходов и парадигм, рассматривающих социально-трудовые отношения, базовой в нашем анализе остается классовая парадигма, так как, по нашему мнению, положение человека в современном российском обществе определяется именно характером производственных отношений, т.е. отношениями собственности, превращением рабочей силы в товар, наличием эксплуатации человека человеком, о чем и писал К. Маркс.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Зайцев А.К. Социальный конфликт. – М., 2000.
2. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М., 1995.
3. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: «Изд-во "АСТ"», 2002.
4. Щербина В.В. Социальные теории организации: Словарь. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 264 с.

Геташвили М.А., г. Пермь

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВОСПРОИЗВОДСТВА РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА РЫНКЕ ТРУДА

В последние годы, в связи со структурными преобразованиями в экономике России, обострилась проблема несоответствия спроса предложению рабочей силы на рынке труда, а также несоответствия имеющихся профессий и уровней квалификации работников требованиям работодателей. Между тем, обеспечение баланса спроса и предложения рабочей силы является важнейшей задачей государственной политики занятости. Одним из основных механизмов решения этой проблемы должно быть взаимодействие системы профессионального образования с рынком труда.

Чтобы выявить состояние спроса и предложения рабочей силы, необходимо проследить их динамику на российском рынке труда. Говоря о предложении рабочей силы на рынке труда, в первую очередь, необходимо отметить неуклонный рост экономически активного населения с 70 млн. чел. в 1995 г. до 75 млн. чел. в 2007 г. (из них были заняты трудовой деятельностью соответственно 64 млн. чел. и 70 млн. чел., то есть уровень официальной безработицы не растет, а держится в «рамках» 3-4 млн. чел.). При этом можно говорить о том, что благодаря увеличению спроса на рынке труда, за период с 1995 по 2007 гг. уровень безработицы снизился на 65%. Сопоставление численности экономически активного населения с данными по численности населения РФ в целом говорит о «старении» трудоспособного населения, что связано также и со снижением рождаемости (процессы, происходящие во всем мире).

По данным Госкомстата РФ потребность в работниках, заявленная в службы заня-