

Тема магистерской диссертации  
*Молодежь как объект социальной поддержки*

**Объект исследования** - молодежь как социально - демографическая группа.

**Предмет исследования** - особенности социальной поддержки молодежи в регионе.

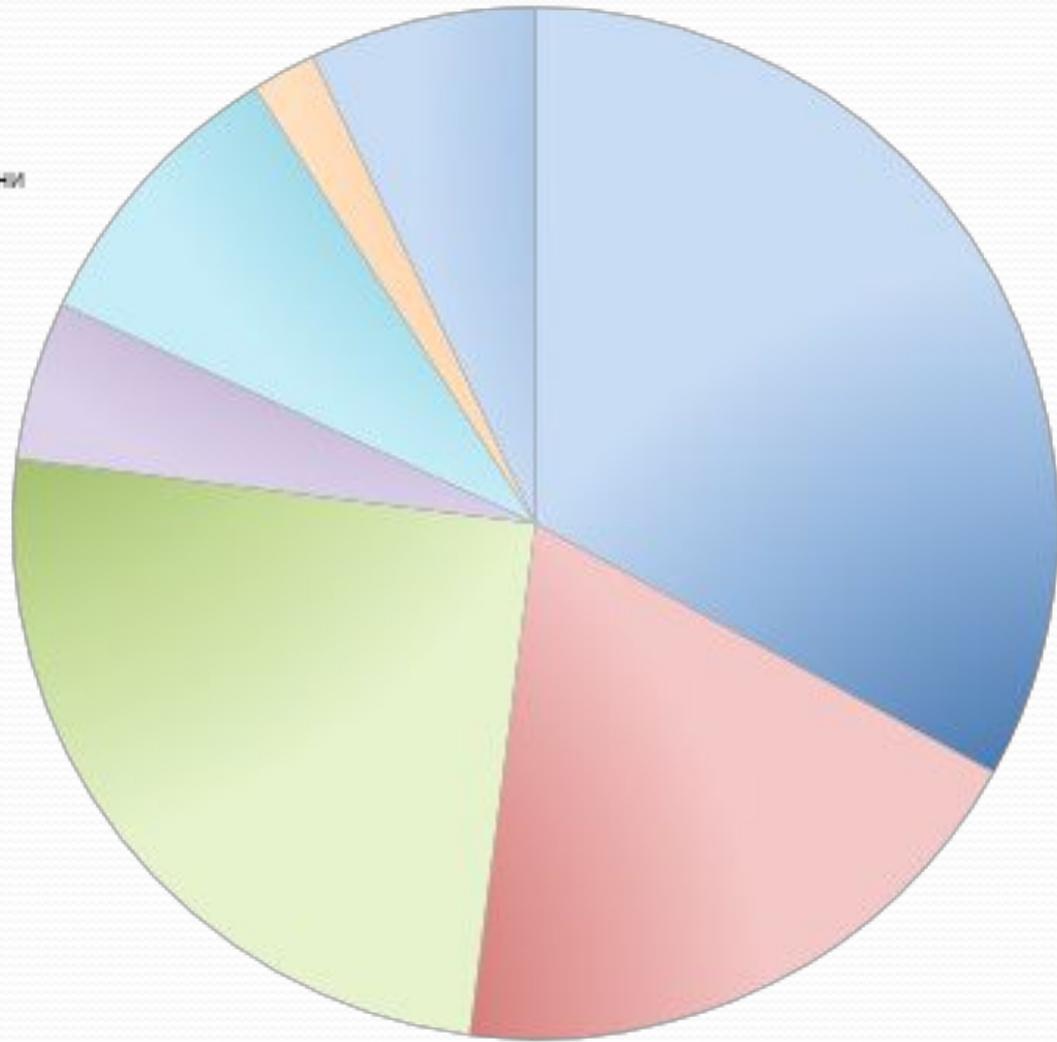
**Цель исследования** - выявить особенности социальной поддержки молодежи в регионе (на примере Республики Алтай).

## **Задачи исследования:**

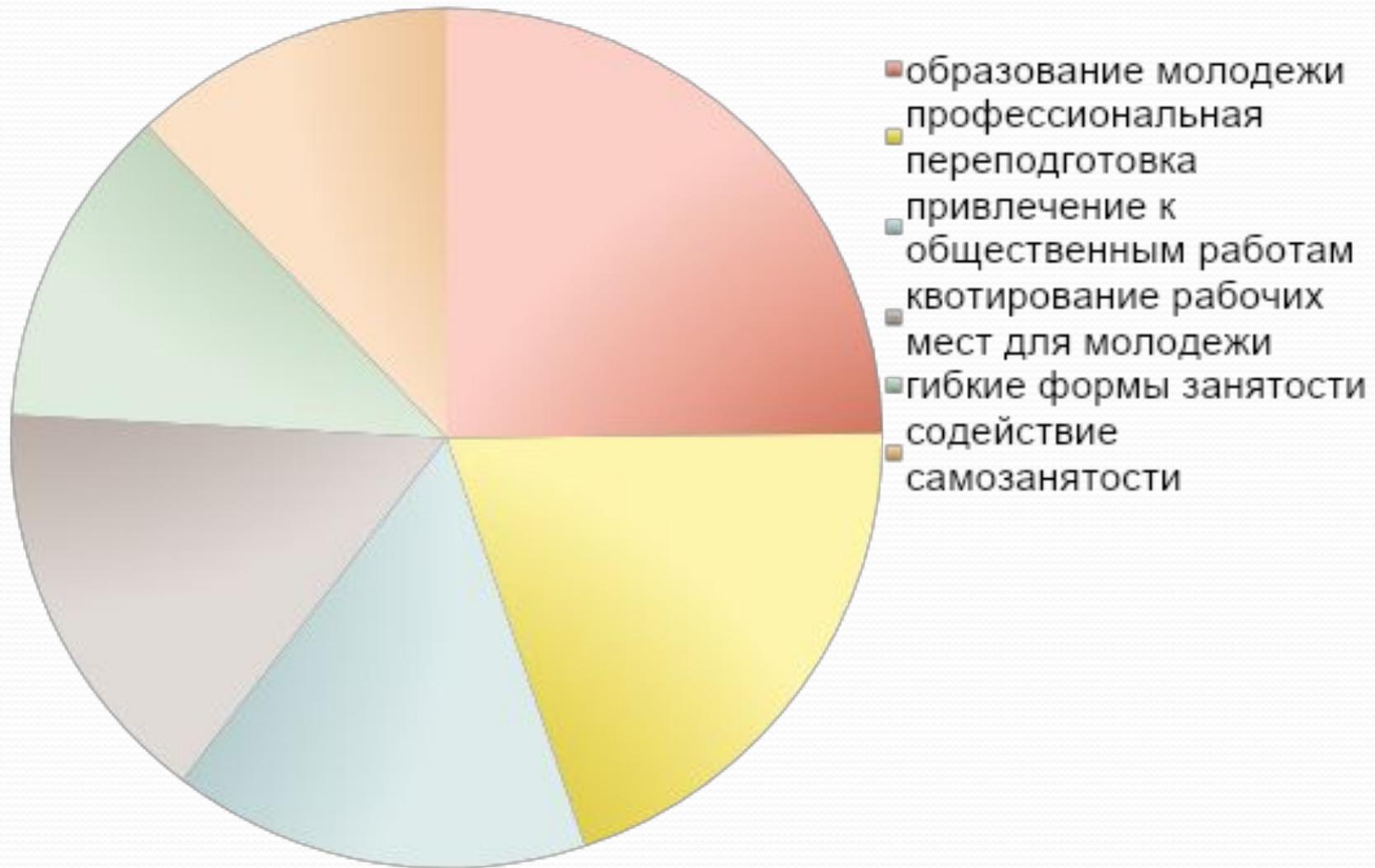
1. Выявить основные подходы к исследованию социальной поддержки молодежи;
2. Проанализировать нормативно - правовое обеспечение социальной поддержки молодежи;
3. Описать основные направления социальной поддержки молодежи;
4. Рассмотреть формы, методы и технологии социальной поддержки молодежи в Республике Алтай;
5. Выявить оценки экспертов форм и методов социальной поддержки студенческой молодежи в Республике Алтай.

«Как Вы считаете, какие из перечисленных проблем наиболее остро стоят перед молодежью в Республике Алтай?»

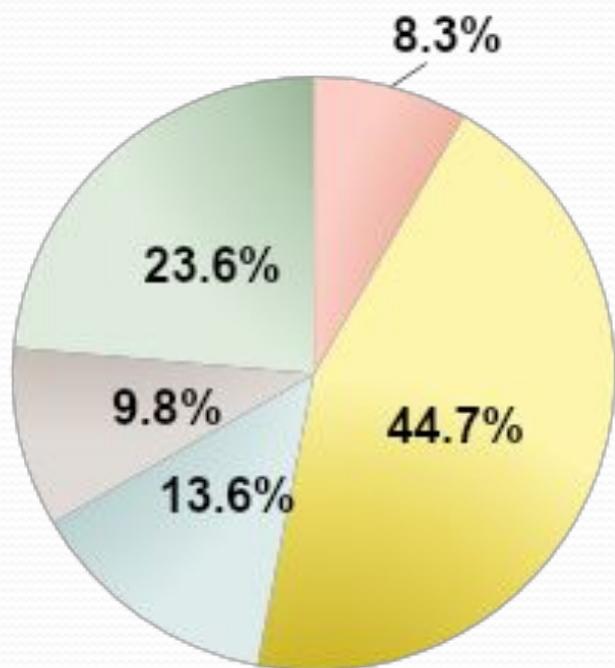
- безработица
- алкоголизм
- наркомания
- рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций, партий
- Рост неформальных молодежных движений
- негативно сказывающихся на ценностях и жизни молодежи
- Напряженные межнациональные отношения
- Большой миграционный отток молодежи
- Другое



## «По каким направлениям осуществляется социальная поддержка по трудоустройству молодежи?»

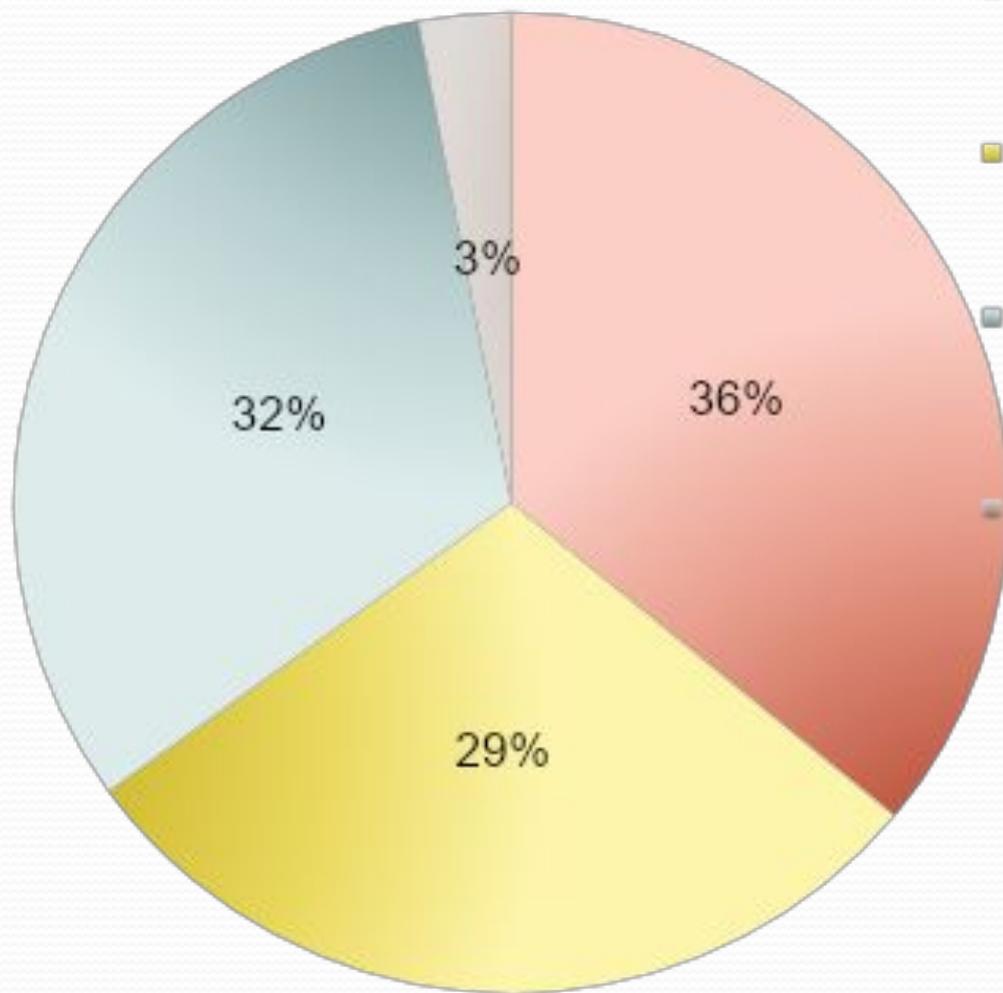


«Какой сферы чаще всего касаются обращения граждан в государственные учреждения?»



- **Государство, общество, политика**  
Социальная сфера (в том числе вопросы здравоохранения, культуры, образования, науки, социальной защиты населения, спорта)
- **Экономика** (в том числе вопросы промышленности, связи, сельского хозяйства, строительства, торговли, транспорта)
- **Оборона, безопасность, законность**
- **Жилищно - коммунальная сфера**
- **□ другое**

## «Какие основные причины повторного обращения граждан в органы государственной власти?»



- решение вопроса не в полном объеме после первого обращения
- полное отсутствие решения вопроса после первого обращения
- невозможность обратиться к компетентным должностным лицам при первом обращении
- ошибочное обращение к неуполномоченным должностным лицам при первом обращении

## Рекомендации:

1) создать условия для возникновения и функционирования молодежных объединений – оказание адресной помощи уже созданным и действующим молодежным организациям, поддержка вновь создаваемых путем проведения конкурсов с целью предоставления грантов, связанных с оказанием поддержки регистрации молодежных объединений, желающих иметь статус юридического лица, но не имеющих на это возможности;

2) создать условия для наиболее полного удовлетворения информационных потребностей, реализации конституционных прав молодых граждан и формирования единого информационного пространства, которое обеспечит доступ молодежи к актуальной информации, необходимой для социальной защищенности.

3) предоставление администрациями города и района на конкурсной основе большему количеству молодых семей жилья.

- 4) увеличить количество квот рабочих мест для молодых специалистов;
- 5) создать информационно-просветительские центры для молодежи при администрации города и районов, основными задачами которого будет обобщение и распространение накопленного опыта, проведение мероприятий по повышению квалификации руководителей молодежных общественных объединений, осуществление работы по выявлению и привлечению на муниципальную службу молодежи, имеющей способности к участию в управлении работой молодежных организаций и соответствующую этому профессиональную подготовку, организационная и методическая помощь молодежным организациям;
- 6) упрощение процедуры получения финансовой помощи для молодых предпринимателей;
- 7) создание оздоровительных центров для молодых людей с целью их привлечения к здоровому образу жизни;

8) создание и совершенствование работы юридических клиник для предоставления бесплатной правовой помощи молодым людям и их юридического просвещения;

9) привлечение общественного внимания к проблемам молодежи методами социальной рекламы, распространяя по следующим каналам: в прессе, на телевидении, на радио, в кинотеатрах, на транспорте (на бортах автобусах), так же наружная реклама (билборды) и сувенирная (календари, папки, блокноты, значки, сумки, авторучки и т.д.).

10) сбор, накопление и аналитическая обработка информации по трудовой занятости студенческой, молодёжной и подростковой среде;

11) организация профессиональной подготовки и переподготовки студентов с последующим трудоустройством;



12) создание благоприятных условий для интеграции молодежи на рынке труда, адаптации ее к современным требованиям профессиональной подготовки и квалификации, снижение социальной напряженности в молодежной среде региона и обществе в целом;

13) обеспечение систематической профориентационной работы с абитуриентами, которая должна содействовать личности в профессиональном самоопределении с учетом не только потребностей и возможностей, но и ситуации на рынке труда.