

**Отчет о результатах исследования, проведенного  
Ассоциацией Добровольческих Движений Кавказа  
в период с 1 по 30 ноября 2014 года.**

**Часть Б. Представители государственного, коммерческого и  
некоммерческого сектора СКФО/ЮФО о потребностях молодежи**

В рамках проведенного исследования был осуществлен анкетный опрос представителей трех секторов экономики (государственного, коммерческого и некоммерческого) с целью определения потребностей молодежи в 9-ти субъектах Российской Федерации, перечисленных в Таблице 1. Общее число опрошенных представителей указанных секторов составило 162 человека. Каждый сектор представлен в настоящем исследовании разным числом участников, таким образом, от каждого сектора представлено по 24 до 50% респондентов.

**Таблица 1.**

<b>Сектора</b>	<b>Частота</b>	<b>%</b>
Госсектор	42	26
Бизнес-сектор	40	24
НКО (3 сектор)	80	50
<b>Итого</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

**N = 162 респондентов**

**География проведения опроса**

<b>Субъект СКФО/ЮФО</b>	<b>Госсектор (I)</b>	<b>Бизнес-сектор (II)</b>	<b>Некоммерческий сектор (III)</b>
Кабардино-Балкарская республика (КБР)	6	5	12
Республика Дагестан (РД)	5	5	11
Республика Ингушетия (РИ)	5	5	10
Республика Северная Осетия-Алания (РСО-Алания)	5	5	10
Чеченская республика (ЧР)	5	5	10
Республика Адыгея (РА)	5	5	9
Карачаево-Черкесская республика (КЧР)	5	4	8
Краснодарский край (КК)	4	4	6
Ставропольский край (СК)	2	2	4
<b>Итого</b>	<b>42</b>	<b>40</b>	<b>80</b>

География проведенного опроса выглядит следующим образом.

Нужно отметить, что состав участников опроса по секторам экономики не является произвольным. Задание, которое получили интервьюеры, проводившие анкетный опрос на местах, состояло в том, чтобы привлечь к анкетированию тех представителей секторов, кто непосредственно имеет отношение к молодежной социальной политике или в той или иной степени близок к ней.

Прежде всего, разработчиков исследования интересовало, что представляют собой сами интервьюируемые. Поэтому первая часть анкетного опроса посвящена определению уровня удовлетворенности, информационной грамотности и интересов самих опрошиваемых. Для нас это важно, поскольку при такого рода опросах личность интервьюируемого является важным фактором относительной достоверности.

Мы осуществили свод данных по секторам. Каждый отдельный сводный материал имеет свою ценность, поскольку отражает отношение своего сектора к поставленным в анкете проблеме. Но нам интересно было сравнить отношение всех трех секторов к потребностям молодежи. Для удобства мы транспанировали результаты опроса в удобные для этого величины. Мы не стали определять процентное соотношение, чтобы не запутаться в дробях, а свели результаты пропорционально в такую форму, где каждый сектор и каждая территория были уравнены в цифровом выражении. Так как будто в каждой территории в каждом секторе было опрошено по 10 представителей. Безусловно в этом есть достаточная степень погрешностей. Но точные анкетные данные имеются в отдельных сводах по секторам, которые также прилагаются к отчету.

Исходя из выше сказанного мы в своем сравнительном анализе исходим из следующих соотношений по секторам и географии проведения опроса.

<b>Сектора</b>	<b>Частота</b>	<b>%</b>
Госсектор	90	33,3%
Бизнес-сектор	90	33,3%
НКО (3 сектор)	90	33,3%
<b>Итого</b>	<b>162</b>	<b>100 %</b>

**N = 270** респондентов

#### **География проведения опроса**

<b>Субъект СКФО/ЮФО</b>	<b>Госсектор (I)</b>	<b>Бизнес-сектор (II)</b>	<b>Некоммерческий сектор (III)</b>
Кабардино-Балкарская республика (КБР)	10	10	10
Республика Дагестан (РД)	10	10	10
Республика Ингушетия (РИ)	10	10	10
Республика Северная Осетия-Алания (РСО-Алания)	10	10	10
Чеченская республика (ЧР)	10	10	10
Республика Адыгея (РА)	10	10	10
Карачаево-Черкесская республика (КЧР)	10	10	10
Краснодарский край (КК)	10	10	10
Ставропольский край (СК)	10	10	10
<b>Итого</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

В данном анализе мы будем делать общие выводы по всем исследуемым территориям и только иногда обращаться к данным отдельных субъектов, если таковые будут резко отличаться от общей тенденции.

**Таблица 2. Степень удовлетворённости респондентов ... состоянием своего здоровья (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор			Третий сектор (НКО)		
	Удовлетворен полностью	Удовлетворен частично	Не удовлетворен	Удовлетворен полностью	Удовлетворен частично	Не удовлетворен	Удовлетворен полностью	Удовлетворен частично	Не удовлетворен
КБР	6	2	2	4	6	0	2	6	2
КК	4	4	2	8	2	0	0	5	5
КЧР	8	2	0	8	2	0	7	3	0
РА	3	7	0	2	6	2	4	6	0
РД	6	4	0	2	8	0	2	8	0
РИ	2	8	0	6	4	0	7	3	0
РСО-Алания	8	2	0	2	4	4	5	5	0
СК	5	5	0	0	10	0	4	4	2
ЧР	0	10	0	0	10	0	2	4	4
<b>Итого</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>4</b>	<b>32</b>	<b>52</b>	<b>6</b>	<b>33</b>	<b>44</b>	<b>13</b>

Итак, Таблица 2 дает нам показатели удовлетворенности своим здоровьем участниками опроса. Из 270 респондентов неудовлетворительным свое здоровье признали 23 человека. Это 8,5%. Причем государственный сектор и коммерческий вместе взятые составили – 5,5%, а 3-й сектор – 14,4%. Нужно отметить, что среди НКО в опросе участвовали и представители организаций людей с инвалидностью, которые, естественно, не могут признать свое состояние здоровья даже частично удовлетворительным. Однако, особого воздействия на результаты исследования их состояние оказать не могло, т.к. эти люди живут со своей инвалидностью в нашем обществе и участвуют, как и все граждане в социальных процессах. Скажем, что статистически 8,5% - составляет примерно столько, сколько имеет Россия на сегодня в процентном отношении людей с инвалидностью (до 10%).

**Таблица 3. Степень удовлетворённости респондентов ... своим образованием (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор	Бизнес-сектор	Третий сектор (НКО)
------------------------------	-----------	---------------	---------------------

	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	6	4	0	6	4	0	4	6	0
КК	8	2	0	5	2	3	5	5	0
КЧР	8	2	0	8	2	0	4	6	0
РА	10	0	0	2	4	4	5	5	0
РД	2	8	0	2	6	2	3	5	2
РИ	0	10	0	2	4	4	4	5	1
РСО-Алания	10	0	0	6	4	0	5	5	0
СК	6	4	0	0	10	0	3	6	1
ЧР	0	5	5	8	2	0	4	6	0
<b>Итого</b>	<b>50</b>	<b>35</b>	<b>5</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>13</b>	<b>37</b>	<b>49</b>	<b>4</b>

Удовлетворенность наших респондентов своим образованием следующая: 47% - удовлетворены своим образованием; 45% - удовлетворены частично и только 8% - не удовлетворены.

**Таблица 4. Степень удовлетворённости респондентов ... своим положением в обществе (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор			Третий сектор (НКО)		
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	8	2	0	6	4	0	7	3	0
КК	6	4	0	10	0	0	10	0	0
КЧР	10	0	0	6	4	0	4	6	0
РА	8	2	0	4	4	2	6	4	0
РД	10	0	0	8	2	0	5	4	1
РИ	2	8	0	6	4	0	3	7	0
РСО-Алания	10	0	0	6	4	0	7	3	0
СК	8	2	0	5	5	0	4	6	0
ЧР	5	5	0	6	4	0	1	7	2
<b>Итого</b>	<b>67</b>	<b>23</b>	<b>0</b>	<b>57</b>	<b>31</b>	<b>2</b>	<b>47</b>	<b>40</b>	<b>3</b>

Участники нашего опроса на 63% удовлетворены своим положением в обществе, на 35% частично удовлетворены и только на 2% не удовлетворены им.

**Таблица 5. Степень удовлетворённости респондентов ... своей жизнью на Юге России в целом (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор				Третий сектор (НКО)		
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	8	0	2	0	2	8	0	2	8	0
КК	2	8	0	10	0	0	0	2	8	0
КЧР	10	0	0	5	3	2	0	7	2	1
РА	6	4	0	4	0	6	0	4	5	1
РД	10	0	0	8	0	0	2	6	1	3
РИ	0	8	2	2	8	0	0	1	7	2
РСО-Алания	6	4	0	2	6	2	0	4	6	0
СК	3	7	0	0	10	0	0	4	6	0
ЧР	5	0	5	4	2	4	0	0	4	6
Итого	<b>50</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>35</b>	<b>31</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>47</b>	<b>13</b>

Картина удовлетворенности проживанием на Юге России выглядит следующим образом: 41% - удовлетворены полностью, 40% - удовлетворены частично и 8,8% - не удовлетворены. Обратим внимание, что лидером неудовлетворенности своим проживанием является Чеченская республика.

**Таблица 6. Степень удовлетворённости респондентов ... ведением своих дел в качестве государственного служащего (ведением своих дел в бизнесе, ) (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор				Бизнес-сектор				Третий сектор (НКО)			
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа
КБР	6	4	0	0	4	4	2	0	3	7	0	0
КК	2	6	2	0	10	0	0	0	0	10	0	0
КЧР	10	0	0	0	0	3	5	2	3	7	0	0
РА	4	6	0	0	0	4	6	0	5	5	0	0
РД	4	2	0	4	4	4	0	2	1	5	2	2

РИ	0	10	0	0	2	6	2	0	0	8	2	0
РСО-Алания	8	2	0	0	6	2	2	0	1	8	1	0
СК	2	8	0	0	0	5	5	0	1	7	2	0
ЧР	5	5	0	0	0	6	4	0	2	6	2	0
Итого	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>63</b>	<b>9</b>	<b>2</b>

С точки зрения удовлетворенности ведением своих дел, картина выглядит следующим образом: 30% - полностью удовлетворены, 52% - частично, 5% - не удовлетворены и 3% - отказались ответить.

**Таблица 7. Степень удовлетворённости респондентов отношением к их положению со стороны близких родственников (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор				Третий сектор (НКО)		
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	8	0	2	6	4	0	0	2	7	1
КК	6	4	0	7	3	0	0	5	5	0
КЧР	10	0	0	8	0	2	0	6	3	1
РА	6	3	1	4	6	0	0	4	6	0
РД	8	2	0	6	2	0	2	9	1	0
РИ	2	8	0	6	4	0	0	1	6	3
РСО-Алания	4	6	0	4	2	4	0	5	5	0
СК	8	2	0	0	10	0	0	7	3	0
ЧР	5	5	0	2	6	2	0	6	4	0
Итого	<b>57</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>43</b>	<b>37</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>45</b>	<b>40</b>	<b>5</b>

Отношение своих близких к положению наших респондентов отражается следующим образом: 54% полностью удовлетворены, 29% - частично и 6% - не удовлетворены.

**Таблица 8. Степень удовлетворённости респондентов ... перспективами своей должностной карьеры (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор	Бизнес-сектор	Третий сектор (НКО)
------------------------------	-----------	---------------	---------------------

	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	4	6	0	4	6	0	0	3	7	0
КК	6	4	0	5	5	0	0	0	7	3
КЧР	10	0	0	3	5	2	0	5	5	0
РА	2	8	0	4	2	4	0	2	7	1
РД	6	4	0	4	4	0	2	3	4	3
РИ	0	8	2	2	8	0	0	0	7	3
РСО-Алания	8	2	0	4	4	2	0	2	8	0
СК	3	7	0	5	0	5	0	1	7	2
ЧР	0	10	0	0	6	4	0	7	3	0
<b>Итого</b>	<b>39</b>	<b>49</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>23</b>	<b>55</b>	<b>12</b>

Степень удовлетворенности перспективами должностной карьеры: 34% - удовлетворены, 53% - частично и 11% - не удовлетворены.

**Таблица 9. Степень удовлетворённости респондентов своими отношениями с людьми ответственными за принятие решений (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор			Третий сектор (НКО)		
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	6	4	0	2	8	0	8	2	0
КК	2	4	4	2	8	0	0	6	4
КЧР	8	2	0	5	3	2	3	6	1
РА	2	8	0	2	6	2	1	9	0
РД	4	6	0	4	6	0	4	6	0
РИ	0	8	2	0	10	0	1	6	3
РСО-Алания	2	8	0	0	4	6	3	7	0
СК	3	7	0	0	10	0	1	9	0
ЧР	5	5	0	0	6	4	4	6	0
<b>Итого</b>	<b>32</b>	<b>52</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>61</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>57</b>	<b>8</b>

Полностью удовлетворены отношениями с людьми ответственными за принятие решений (руководством) - 26%, частично - 63% и не удовлетворены - 10%

**Таблица 10. Степень удовлетворённости респондентов содержанием и качеством проведения досуга (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор			Бизнес-сектор				Третий сектор (НКО)		
	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен	Отказ респондента от ответа	Полностью удовлетворен	Частично удовлетворен	Не удовлетворен
КБР	0	4	6	0	6	4	0	1	6	3
КК	8	2	0	4	6	0	0	2	5	3
КЧР	10	0	0	2	3	5	0	6	3	1
РА	5	4	1	4	2	4	0	5	5	0
РД	8	2	0	2	0	6	2	3	5	2
РИ	2	8	0	2	8	0	0	1	6	3
РСО-Алания	10	0	0	4	4	2	0	3	6	1
СК	0	7	3	0	10	0	0	7	3	0
ЧР	5	0	5	2	4	4	0	0	6	4
<b>Итого</b>	<b>48</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>45</b>	<b>17</b>

Полностью удовлетворены содержанием и качеством проведения своего досуга - 35%, частично - 42%, и не удовлетворены - 21% опрошенных.

**Таблица 11. Степень осведомленности респондентов о процессах, происходящих на Северном Кавказе/Юге России? (частотное распределение)**

Территория проведения опроса	Госсектор					Бизнес-сектор					Третий сектор (НКО)				
	Полностью осведомлен	В основном осведомлен	В основном не осведомлен	Полностью не осведомлен	Затрудняюсь ответить	Полностью осведомлен	В основном осведомлен	В основном не осведомлен	Полностью не осведомлен	Затрудняюсь ответить	Полностью осведомлен	В основном осведомлен	В основном не осведомлен	Полностью не осведомлен	Затрудняюсь ответить
КБР	0	4	2	2	2	2	6	0	0	2	0	8	2	0	0
КК	8	0	2	0	0	0	8	2	0	0	0	2	2	6	0
КЧР	2	8	0	0	0	0	8	2	0	0	1	7	2	0	0
РА	5	3	0	2	0	2	6	0	2	0	2	7	1	0	0
РД	0	0	8	2	0	0	2	4	2	2	0	5	3	2	0
РИ	0	2	2	0	6	0	2	6	0	2	1	2	1	2	4
РСО-Алания	2	8	0	0	0	2	6	0	2	0	0	4	2	3	1
СК	0	10	0	0	0	0	5	5	0	0	0	4	5	0	1
ЧР	0	0	5	0	5	2	4	2	0	2	2	2	0	2	4
<b>Итого</b>	<b>17</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>47</b>	<b>21</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>41</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>10</b>





	«Знакомые, круглые столы»										
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	3	0	1	1	5

Итак, наши респонденты в основном черпают информацию из Интернета и телевизионных программ. Газеты, журналы и радио в совокупности со всеми другими источниками не дотягивают в процентном соотношении приоритетности с точки зрения информационных источников.

- Интернет - 66%
- Телевидение 55%,
- Газеты и журналы 19%
- Радио - 13%,
- Другое - 9%

**Таблица 13. Главная цель сектора экономики, представленного респондентами (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Корректное исполнение бюджета	0	2	0	0	4	0	2	0	0	8
	Развитие и укрепление государственной системы управления	0	4	0	2	2	0	2	0	0	10
	Удовлетворение потребностей населения	2	0	8	2	4	6	4	7	5	38
	Развитие общественно-государственной системы управления	6	2	2	2	0	2	2	3	5	24
	Повышение эффективности расходующих бюджетных средств	2	2	0	4	0	0	0	0	0	8
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Бизнес - сектор	Извлечение прибыли	2	2	2	6	6	6	10	0	4	38
	Разгосударствление российской экономики	0	0	3	2	0	0	0	0	0	5
	Удовлетворение потребностей населения	0	2	5	0	2	4	0	5	4	22
	Создание условий для формирования элитного слоя в обществе	4	0	0	0	0	0	0	0	2	6
	Создание общества, где все люди предприимчивы и богаты	4	6	0	2	0	0	0	5	0	17

	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Третьй сектор (НКО)	Повышение эффективности социального обслуживания населения	2	2	1	0	1	1	4	2	0	<b>13</b>
	Децентрализация сферы социальных услуг	0	3	3	0	0	2	0	2	0	<b>10</b>
	Удовлетворение потребностей населения	4	2	2	3	3	0	1	0	4	<b>19</b>
	Формирование гражданского общества	3	3	4	5	3	1	3	4	3	<b>29</b>
	Создание новых рабочих мест	1	0	0	1	3	2	2	1	0	<b>10</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	1	0	4	0	1	3	<b>9</b>

Ответы наших респондентов важны нам для определения мотивов принадлежности к своему сектору экономики. Итак, представители государственного сектора выбрали (из числа предложенных) свои цели следующим образом:

№	Цели	Итого
1	Удовлетворение потребностей населения	<b>38</b>
2	Развитие общественно-государственной системы управления	<b>24</b>
3	Развитие и укрепление государственной системы управления	<b>10</b>
4	Корректное исполнение бюджета	<b>8</b>
5	Повышение эффективности расходующихся бюджетных средств	<b>8</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>2</b>

Представители бизнес сектора выбрали (из числа предложенных) следующее:

№	Цели	Итого
1	Извлечение прибыли	<b>38</b>
2	Удовлетворение потребностей населения	<b>22</b>
3	Создание общества, где все люди предприимчивы и богаты	<b>17</b>
4	Создание условий для формирования элитного слоя в обществе	<b>6</b>
5	Разгосударствление российской экономики	<b>5</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>2</b>

И представители НКО сделали свой выбор:

№	Цели	Итого
1	Формирование гражданского общества	<b>29</b>
2	Удовлетворение потребностей населения	<b>19</b>
3	Повышение эффективности социального обслуживания населения	<b>13</b>
4	Децентрализация сферы социальных услуг	<b>10</b>
5	Создание новых рабочих мест	<b>10</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>9</b>

Нужно отметить, что участники опроса по своим позициям достаточно близки. Вместе с тем, на первом месте, с нашей точки зрения, должно быть удовлетворение потребностей населения у всех секторов экономики. Именно в этом залог успеха самих организаций, их востребованность и социальная ответственность, а также – путь к социальному взаимодействию между секторами.

**Таблица 14. Главное для респондента в принадлежности к сектору экономики, представляемому им (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итог о
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Соответствие занимаемой должности	4	4	2	4	2	4	0	0	5	<b>25</b>
	Эффективность отрасли, в которой тружусь	2	4	6	5	2	0	0	3	5	<b>27</b>
	Возможность безграничного карьерного роста	2	0	0	0	4	0	2	0	0	<b>8</b>
	Принадлежность к особому элитному слою в обществе	0	0	0	1	0	0	0	0	0	<b>1</b>
	Повышение качества жизни населения региона, в котором живу и работаю	2	2	2	0	2	4	8	7	0	<b>27</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
Бизнес-сектор	Жить достойно и не думать о хлебе насущном	6	2	8	8	8	6	4	0	6	<b>48</b>
	Реализация творческого потенциала	0	8	2	0	0	0	0	5	0	<b>15</b>
	Создание материальной основы для прихода во власть	2	0	0	0	0	2	0	5	0	<b>9</b>
	Принадлежность к особому элитному слою в обществе	2	0	0	0	0	0	6	0	0	<b>8</b>
	Развитие экономики и поддержка населения и отечественной культуры	0	0	0	2	0	0	0	0	4	<b>6</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Другое – «Обеспечение достойной жизни себе и семье»	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Принадлежность к профессиональному сообществу без рамок (границ и секторов)	2	2	2	0	4	0	4	0	2	<b>16</b>
	Реализация творческого (профессионального) потенциала	5	5	4	7	3	0	1	6	1	<b>32</b>
	Создание имиджа для прихода во власть	2	0	1	1	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	Это промежуточный этап для создания в дальнейшем коммерческой организации	1	0	1	0	0	0	0	0	2	<b>4</b>
	Развитие социальной	0	3	1	2	3	1	5	3	0	<b>18</b>

	экономики и поддержка населения										
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	0	0	9	0	1	5	<b>16</b>

Нас интересует, что является главным для участника опроса в принадлежности им к конкретному сектору экономики.

Начнем с государственно сектора:

№	Главное для респондента в принадлежности к сектору	Итого по все регионам
1	Повышение качества жизни населения региона, в котором живу и работаю	<b>27</b>
2	Эффективность отрасли, в которой тружусь	<b>27</b>
3	Соответствие занимаемой должности	<b>25</b>
4	Возможность безграничного карьерного роста	<b>8</b>
5	Принадлежность к особому элитному слою в обществе	<b>1</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>2</b>

Продолжим совокупностью ответов представителей бизнес сектора:

№	Главное для респондента в принадлежности к сектору	Итого по все регионам
1	Жить достойно и не думать о хлебе насущном	<b>48</b>
2	Реализация творческого потенциала	<b>15</b>
3	Создание материальной основы для прихода во власть	<b>9</b>
4	Принадлежность к особому элитному слою в обществе	<b>8</b>
5	Развитие экономики и поддержка населения и отечественной культуры	<b>6</b>
6	Другое – «Обеспечение достойной жизни себе и семье»	<b>2</b>
7	Отказ респондента от ответа	<b>2</b>

И завершим анализ данной таблицы ответами представителей некоммерческого сектора:

№	Главное для респондента в принадлежности к сектору	Итого по все регионам
1	Реализация творческого (профессионального) потенциала	<b>32</b>
2	Развитие социальной экономики и поддержка населения	<b>18</b>
3	Принадлежность к профессиональному сообществу без рамок (границ и секторов)	<b>16</b>
4	Это промежуточный этап для создания в дальнейшем коммерческой организации	<b>4</b>
5	Создание имиджа для прихода во власть	<b>4</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>16</b>

Заметим, что здесь между первым и третьим секторами большего мотивов для взаимодействия, нежели с представителями предпринимательского (бизнес) сектора. Однако, в ответе «жить достойно и не думать о хлебе насущном» может подразумеваться и социальная ответственность. И хотя 2-я позиция бизнес сектора «Реализация творческого потенциала» отстает от первой в два с половиной раза, она указывает, что не только извлечение прибыли интересует представителей этого сектора, но и творческий подход в удовлетворении потребностей населения.

Итак, нас интересовало, прежде всего, каким человеческим, профессиональным и гражданским потенциалом обладают наши респонденты. Уровень опрашиваемых представителей секторов экономики можно считать выше среднего. Они образованы, в большей части информированы о происходящих на юге России событиях. Они современны в использовании информационных ресурсов. Они нацелены на социальное развитие и имеют созидательные мотивы, которые привели их к деятельности в том секторе, который они представляют в данном исследовании. Они вполне могут быть определены нами в качестве экспертов, тем более, что значительная их часть имеет непосредственное или опосредованное отношение к реализации молодежной политики в нашей стране, округах и регионах ЮФО и в муниципальных образованиях.

Теперь перейдем к целевой социальной политике и отношению наших представителей секторов к ней. Каково отношение наших экспертов к целям в работе с молодежью?

**Таблица 15. Наиболее значимая цель в работе с молодёжью на Юге России (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Ито го
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Обеспечение образованием высокого уровня	0	4	2	2	2	4	8	0	10	<b>32</b>
	Воспитание высоко патриотичной личности	0	0	0	3	0	0	2	3	0	<b>8</b>
	Развитие гражданской ответственности	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Достижение высокого уровня толерантности	0	2	2	0	2	0	0	0	0	<b>6</b>
	Воспитание самостоятельной личности	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Подготовка к созданию семьи и продолжению рода	2	2	2	0	2	0	0	3	0	<b>11</b>
	Подготовка человека к современным условиям жизни и уровню коммуникаций	4	0	2	0	0	0	0	2	0	<b>8</b>
	Социальная защита молодёжи	4	2	2	5	4	2	0	2	0	<b>21</b>
Бизнес-сектор	Обеспечение образованием высокого уровня	0	5	0	2	2	0	4	5	2	<b>20</b>
	Воспитание высоко патриотичной личности	0	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>2</b>
	Развитие гражданской ответственности	0	0	5	0	2	4	0	0	4	<b>15</b>
	Достижение высокого уровня толерантности	0	0	3	0	0	4	0	5	0	<b>12</b>
	Воспитание самостоятельной личности	0	2	0	2	4	0	4	0	2	<b>14</b>
	Подготовка к созданию семьи и продолжению рода	2	0	0	4	0	0	0	0	0	<b>6</b>
	Подготовка человека к современным условиям жизни и уровню коммуникаций	8	3	0	2	2	0	2	0	0	<b>17</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	2	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>
Третий	Обеспечение образованием	0	0	0	0	6	1	2	1	0	<b>10</b>

сектор (НКО)	высокого уровня										
	Воспитание высоко патриотичной личности	1	2	1	0	0	1	2	1	0	<b>8</b>
	Развитие гражданской ответственности	4	3	5	3	1	2	2	2	3	<b>25</b>
	Достижение высокого уровня толерантности	1	0	1	1	2	0	0	0	0	<b>5</b>
	Воспитание самостоятельной личности	0	5	0	3	0	1	3	2	0	<b>14</b>
	Подготовка к созданию семьи и продолжению рода	1	0	1	0	0	1	0	0	2	<b>5</b>
	Подготовка человека к современным условиям жизни и уровню коммуникаций	3	0	1	3	1	0	1	1	2	<b>12</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	0	0	4	0	3	3	<b>11</b>

Итак, в совокупности ответов наиболее значимая цель в работе с молодёжью на Юге России в ответах опрашиваемых выглядит следующим образом:

- образование - 23%;
- воспитание гражданской ответственности - 15,5%;
- подготовка человека к современным условиям коммуникаций -13%;
- воспитание самостоятельной личности – 11%,
- высокий уровень толерантности - 8,5%,
- подготовка к созданию семьи и продолжению рода – 8%,
- воспитание патриотизма - 6%,

С нашей точки зрения «Воспитание самостоятельной личности» - это главная цель в работе с молодежью. Для представителей госсектора эта позиция находится на самом последнем месте. Для бизнес сектора – 5-я позиция и для некоммерческого сектора – вторая. Также и «Развитие гражданской активности» для представителей государственного сектора не представляет ценности. Она делит с «Самостоятельностью личности» последнее место в совокупности выбора ответов представителями этого сектора. Для бизнес сектора – это 4-я позиция, а для сектора НКО – первая. Исходя из этого можно констатировать, что общее понимание целей работы с молодежью между представителями секторов экономики, работающими в программах с молодежью и для молодежи не найдено.

**Первая потребность** – работа над осмыслением приоритетности целей работы с молодежью.

**Таблица 16. Наиболее важные направления в молодёжной политике (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Ито го
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	
Госс екто р	Политико-правовое	0	0	4	7	2	2	2	2	0	<b>19</b>
	Парламентско- законотворческое	0	2	0	2	0	2	4	0	5	<b>15</b>
	Спорт и здоровый образ жизни	6	6	8	4	6	0	6	7	5	<b>48</b>
	Художественное творчество и искусство	0	2	2	2	0	0	0	0	0	<b>6</b>
	Информационно- образовательное	4	2	2	2	8	4	4	7	10	<b>43</b>

	Туристическо-краеведческое	2	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>4</b>
	Социально-педагогическое	2	0	4	2	2	0	0	0	0	<b>10</b>
	Гражданско-патриотическое	6	2	2	3	2	0	4	5	0	<b>24</b>
	Досугово-развлекательное	2	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>4</b>
	Профессионально-трудовое	4	8	0	4	0	2	8	6	10	<b>42</b>
	Технико-изобретательское	0	4	2	2	0	0	0	0	0	<b>8</b>
	Социально-реабилитационное	4	2	0	2	0	0	0	3	0	<b>11</b>
Бизнес-сектор	Политико-правовое	2	4	0	2	0	0	4	0	4	<b>16</b>
	Парламентско-законодательное	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Спорт и здоровый образ жизни	4	7	8	6	4	2	2	10	4	<b>47</b>
	Художественное творчество и искусство	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Информационно-образовательное	2	5	3	2	6	6	6	5	2	<b>37</b>
	Социо-педагогическое	2	0	6	0	0	2	0	0	0	<b>10</b>
	Гражданско-патриотическое	0	0	2	4	2	4	6	5	4	<b>27</b>
	Профессионально-трудовое	6	5	2	6	10	2	6	5	8	<b>50</b>
	Технико-изобретательское	4	3	0	0	0	0	0	0	0	<b>7</b>
Третьий сектор (НКО)	Политико-правовое	3	6	2	1	3	1	2	3	4	<b>25</b>
	Парламентско-законодательное	3	0	0	0	0	1	1	2	1	<b>8</b>
	Спорт и здоровый образ жизни	4	5	7	5	6	1	6	7	4	<b>45</b>
	Художественное творчество и искусство	1	5	1	7	2	2	0	0	0	<b>18</b>
	Информационно-образовательное	2	0	3	2	3	0	2	2	0	<b>14</b>
	Туристическо-краеведческое	0	0	3	2	1	1	1	2	0	<b>10</b>
	Социо-педагогическое	3	2	3	1	4	1	2	0	0	<b>16</b>
	Гражданско-патриотическое	4	2	2	5	4	1	7	5	0	<b>30</b>
	Досугово-развлекательное	1	2	0	2	1	1	0	0	0	<b>7</b>
	Профессионально-трудовое	5	3	0	2	3	1	1	1	1	<b>17</b>
Технико-изобретательское	3	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3</b>	
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	1	0	1	3	<b>5</b>

Проблемы здоровья молодежи в нашей стране и на юге России отражаются в общности определения важности в направлениях работы с молодежью.

- спорт и здоровый образ жизни – 52%;
- профессионально-трудовое – 40%;
- информационно-образовательное - 35%;
- гражданско-патриотическое – 30%;
- политико-правовое – 22%;
- социо-педагогическое – 13%;
- художественное творчество и искусство- 9,6%;
- парламентско-законодательное – 9%;
- туристическо-краеведческое – 7%;
- технико-изобретательское – 6,6%;
- досугово-развлекательное – 6%.



Итак, четыре первых позиции определяют с точки зрения наших экспертов приоритеты в направлениях работы. В этом действительно имеются реальные потребности. Они отражены и в последней редакции Концепции молодежной политики в РФ.

Теперь рассмотрим ресурсную базу для реализации молодежной политики на юге России.

**Таблица 17. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодежи ... (частотное распределение)**

Общественный транспорт		Территория проведения опроса									Итог о
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	8	10	2	6	0	8	0	0	<b>36</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	2	0	5	4	8	2	10	5	<b>44</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	1	0	2	0	0	5	<b>8</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>2</b>
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	5	3	6	2	4	4	0	4	<b>30</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	5	5	2	0	4	4	10	2	<b>40</b>
	Развита крайне слабо	0	0	2	0	6	2	0	0	4	<b>14</b>
	Не развита вообще	0	0	0	2	0	0	2	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	3	10	5	6	2	5	5	2	3	<b>41</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	0	5	2	4	3	4	5	3	<b>32</b>
	Развита крайне слабо	1	0	0	1	2	1	0	1	2	<b>8</b>
	Не развита вообще	0	0	0	1	2	1	0	2	2	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	1	0	0	<b>1</b>

Общественный транспорт:

- имеется в достаточном объеме – 40%;
- имеется, но не достаточно развита – 43%;
- развита крайне слабо – 11%;
- не развита вообще – 4%.
- Отказ от ответа – 2%.

Думается, что потребность в развитии общественного транспорта в нашей стране имеется. Особенно это касается сельской местности. И это тем более актуально, что отток молодежи из сельской местности принимает тревожный характер.

**Таблица 18. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Наличие развитой сети качественных автодорог		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	2	2	3	2	0	0	0	5	16
	Имеется, но не достаточно развита	8	8	4	2	4	8	4	10	5	53
	Развита крайне слабо	0	0	4	5	4	2	6	0	0	21
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	0	8	4	0	0	0	5	2	21
	Имеется, но не достаточно развита	6	8	0	4	2	8	4	5	6	43
	Развита крайне слабо	2	2	0	0	4	0	6	0	0	14
	Не развита вообще	0	0	2	2	2	2	0	0	2	10
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	3	7	3	0	0	5	0	1	0	19
	Имеется, но не достаточно развита	4	3	2	8	4	3	5	4	5	38
	Развита крайне слабо	2	0	4	1	3	1	2	2	5	20
	Не развита вообще	1	0	1	1	2	1	3	3	0	12
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1

Наличие развитой сети качественных автодорог:

- имеется в достаточном объеме – 20%;
- не достаточно развита – 50%;
- развита крайне слабо – 20%;
- не развита вообще – 8%;
- Отказ от ответа – 2%.

В продолжение осмысления предыдущей таблицы, можно отметить, что за последнее десятилетие дорожному строительству в стране и на юге России придавали большое значение. Однако накопленные проблемы за предыдущие десятилетия не дают возможности решить эту проблему быстро. Развитие местных поселений и сообществ зависит от общей дотационности регионов юга России. Именно эта экономическая ситуация мешает развитию транспортных сетей и общественного транспорта, что в свою очередь не способствует созданию условий для повышения мобильности молодежной политики в глубинках наших регионов.

**Таблица 19. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Сеть медицинских учреждений		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алани	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	4	6	10	2	2	0	0	0	0	<b>24</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	4	0	4	2	6	6	10	10	<b>48</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	4	6	4	4	0	0	<b>18</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	2	6	2	0	0	0	0	2	<b>14</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	5	2	2	0	4	4	10	2	<b>37</b>
	Развита крайне слабо	0	3	0	4	4	6	4	0	6	<b>27</b>
	Не развита вообще	0	0	2	2	4	0	2	0	0	<b>10</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	3	10	3	3	2	4	2	2	0	<b>29</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	0	5	5	5	4	5	7	1	<b>38</b>
	Развита крайне слабо	0	0	2	1	2	1	2	1	6	<b>15</b>
	Не развита вообще	1	0	0	1	1	1	1	0	3	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>

Вернувшись к приоритетам в направлениях деятельности, вспомним, что на первом месте наши «эксперты» поставили спорт и здоровый образ жизни. Вот как оценивают они наличие в регионах сети медицинских учреждений, призванных следить за здоровьем молодежи в том числе. Наши респонденты определили, что сеть медицинских учреждений наличествует:

- в достаточном объеме – 24%;
- не достаточно развита – 46%;
- развита крайне слабо – 22%;
- отказ респондента от ответа – 7%;
- отказ от ответа – 1%.

Итак, потребность в развитии сети медицинских учреждений очевидна, особенно специализирующихся на работе с молодежью. Слабо развиты современные технологии предупреждения ВИЧ, инфекций, передающихся половым путем. Так называемые «Клиники дружественные к молодежи» так и не смогли найти место для своего развития на юге России. Не принимаются общественностью программы снижения вреда в профилактике зависимостей.

**Таблица 20. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Учебные заведения разного уровня и профиля		Территория проведения опроса									Ито го
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО-Алани я	СК	ЧР	
Госсе ктор	Да, имеется в достаточном объеме	8	4	6	8	4	0	4	0	0	<b>34</b>
	Имеется, но не достаточно развита	2	6	4	0	4	6	6	7	5	<b>40</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	2	2	4	0	3	5	<b>16</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизн ес-се ктор	Да, имеется в достаточном объеме	2	2	8	4	0	0	4	5	4	<b>29</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	0	2	2	2	10	4	5	2	<b>35</b>
	Развита крайне слабо	0	8	0	4	2	0	2	0	2	<b>18</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	4	0	0	0	2	<b>6</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Трет ий сектор (НК О)	Да, имеется в достаточном объеме	3	10	2	7	3	1	2	4	0	<b>32</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	0	5	3	4	8	7	4	3	<b>40</b>
	Развита крайне слабо	1	0	3	0	2	0	1	1	6	<b>14</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	1	1	0	0	1	<b>3</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	1	0	<b>1</b>

Учебные заведения разного уровня и профиля:

- имеются в достаточном объеме – 35%;
- имеются, но не достаточно – 42%;
- крайне мало – 18%;
- нет вообще – 3%;
- отказ от ответа – 2%.

Наибольшую тревогу проявляет в данном вопросе 3-й сектор. Уровень образования, если снова обратимся к приоритетам молодежной политики, также является одним из ключевых. Но, как видим из ответов наших респондентов, проблема в этом есть. Есть потребность как в дальнейшем развитии сети учебных заведений, так и в повышении уровня образования в них.

**Таблица 21. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Магазины промышленных товаров		Территория проведения опроса									Ито го
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО-Алани я	СК	ЧР	
Госсек тор	Да, имеется в достаточном объеме	8	10	10	4	2	0	8	6	0	<b>48</b>
	Имеется, но не достаточно	2	0	0	4	8	6	2	4	10	<b>36</b>

	развита										
	Развита крайне слабо	0	0	0	2	0	4	0	0	0	<b>6</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизнес - сектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	7	7	6	4	0	4	5	4	<b>39</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	3	3	2	2	10	4	5	0	<b>37</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	2	2	0	2	0	6	<b>12</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Трети й сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	5	10	8	10	8	1	5	5	9	<b>61</b>
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	1	0	2	7	3	4	0	<b>21</b>
	Развита крайне слабо	1	0	1	0	0	1	1	1	1	<b>6</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	1	1	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>

Магазины промышленных товаров:

- имеются в достаточном объеме – 54%;
- имеются, но не достаточно развита – 34%;
- развито крайне слабо – 6%;
- не развито вообще – 6%.

Отметим, что наши «эксперты» видят и в этом проблему. В совокупности трех последних позиций получаем 46%. Также обратим внимание на то, что представители государственного сектора этой проблемы не видят.

**Таблица 22. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Продуктовые магазины		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алани я	СК	ЧР	Итого
Госсек тор	Да, имеется в достаточном объеме	8	10	10	5	6	0	8	6	5	<b>58</b>
	Имеется, но не достаточно развита	2	0	0	3	4	8	2	4	5	<b>28</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	2	0	2	0	0	0	<b>4</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизнес - сектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	10	7	10	6	4	8	10	6	<b>63</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	0	3	0	2	4	2	0	0	<b>19</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	0	0	2	0	0	4	<b>6</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Трети	Да, имеется в	6	10	10	7	10	4	7	8	10	<b>72</b>

й сектор (НКО)	достаточном объеме										
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	0	2	0	3	2	2	0	<b>13</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	1	0	2	0	0	0	<b>3</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	0	1	0	0	0	<b>1</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	1	0	0	<b>1</b>

Продуктовые магазины:

- имеются в достаточном объеме – 71,5%;
- имеются, но не достаточно развито – 22%;
- развито крайне слабо – 5%;
- не развита вообще – 0,4%;
- отказ о ответа – 1,1%.

Перейдем от общих условий социальной политики к специфической ресурсной базе реализации молодежной политики на юге России.

**Таблица 23. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Молодежные досуговые центры, клубы		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алани	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	4	10	0	2	0	2	0	0	<b>20</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	4	0	5	6	8	4	4	5	<b>42</b>
	Развита крайне слабо	2	2	0	4	0	2	4	6	5	<b>25</b>
	Не развита вообще	0	0	0	1	2	0	0	0	0	<b>3</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	4	2	0	0	0	2	0	0	<b>8</b>
	Имеется, но не достаточно развита	2	3	3	6	0	6	4	0	2	<b>26</b>
	Развита крайне слабо	4	3	3	2	0	2	4	10	4	<b>32</b>
	Не развита вообще	4	0	2	2	8	2	0	0	4	<b>22</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	1	5	1	2	1	1	1	1	0	<b>13</b>
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	4	3	4	6	4	2	0	<b>27</b>
	Развита крайне слабо	4	5	4	4	1	2	5	5	0	<b>30</b>
	Не развита вообще	1	0	1	1	4	1	0	2	10	<b>20</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>

Молодежные досуговые центры, клубы:

- имеются в достаточном объеме – 15%;
- имеются, но не достаточно развито – 35%;
- развито крайне слабо – 32%;

- не развито вообще – 16%.

Итак, наши респонденты в совокупности последних трех позиций в соотношении с первой показали потребность в развитии сети молодежных центров и клубов (85% против 15%). Эта проблема действительно актуальна для юга России. И этому направлению необходимо уделять должное внимание. Досуговая часть работы с молодежью требует соответствующую ресурсную базу. Она включает в себя не только молодежные центры и клубы, но и современные учреждения культуры, такие как театры, музеи, кинотеатры, библиотеки. Сегодня накоплено много креативным молодежных технологий на базе перечисленных учреждений культуры. И они должны находиться на высоком художественном уровне, чтобы быть привлекательными для молодежи и способствовать удовлетворению их современных потребностей.

Посмотрим, как обстоят дела с точки зрения наших опрашиваемых «экспертов» - представителей трёх секторов экономики к потребностям молодежи в учреждениях культуры.

**Таблица 24. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Кинотеатры		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алани я	СК	ЧР	Ито го
Госсе ктор	Да, имеется в достаточном объеме	2	10	10	0	6	0	2	0	0	<b>30</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	0	0	5	0	6	8	4	0	<b>29</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	5	2	2	0	6	10	<b>25</b>
	Не развита вообще	0	0	0	0	2	2	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
Бизн ес- секто р	Да, имеется в достаточном объеме	0	10	3	2	2	0	2	5	4	<b>28</b>
	Имеется, но не достаточно развита	8	0	2	6	2	4	6	5	0	<b>33</b>
	Развита крайне слабо	0	0	0	2	0	6	2	0	0	<b>10</b>
	Не развита вообще	2	0	2	0	4	0	0	0	6	<b>14</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	3	0	2	0	0	0	0	<b>5</b>
Трет ий секто р (НК О)	Да, имеется в достаточном объеме	2	10	6	3	2	1	4	3	0	<b>31</b>
	Имеется, но не достаточно развита	6	0	0	5	4	4	2	1	2	<b>24</b>
	Развита крайне слабо	0	0	4	1	1	4	3	3	6	<b>22</b>
	Не развита вообще	2	0	0	1	3	1	0	3	2	<b>12</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	1	0	0	<b>1</b>

Итак, кинотеатры, по мнению интервьюируемых:

- имеются в достаточном объеме – 34%;
- имеются, но недостаточно - 32%;
- развито крайне слабо – 21%;
- не развито вообще – 11%;
- отказ респондента от ответа – 2%.

Таким образом, определяем 34% против разной степени потребности – 64% (и 66%, если включать и отказавшихся от ответа, т.к. они не выбрали ответ «имеются в достаточном объеме»).

**Таблица 25. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Учреждения искусства (театры, музеи и т.д.)		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	4	10	0	2	0	4	0	5	25
	Имеется, но не достаточно развита	6	6	0	7	2	8	4	4	5	42
	Развита крайне слабо	4	0	0	3	2	2	2	6	0	19
	Не развита вообще	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	5	3	2	4	0	2	5	2	23
	Имеется, но не достаточно развита	4	2	5	4	0	6	6	5	4	36
	Развита крайне слабо	4	3	0	4	0	4	2	0	0	17
	Не развита вообще	2	0	2	0	6	0	0	0	4	14
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	0	10	4	7	1	1	4	2	0	29
	Имеется, но не достаточно развита	7	0	1	3	5	6	3	1	1	27
	Развита крайне слабо	1	0	1	0	2	2	3	5	4	18
	Не развита вообще	2	0	4	0	2	1	0	2	5	16
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Учреждения культуры и искусства (театры, музеи и т.д.):

- имеются в достаточном объеме – 28%;
- имеются, но не достаточно развито – 39%;
- развита крайне слабо - 20%;
- не развита вообще – 12%.

Отказ респондента от ответа – 1%

**Таблица 26. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Библиотеки		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	6	10	4	4	0	4	0	0	28
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	0	6	4	6	2	4	5	31
	Развита крайне слабо	6	4	0	0	2	4	4	6	5	31



	Не развита вообще	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	2	0	6	0	0	2	10	0	20
	Имеется, но не достаточно развита	2	3	8	2	2	10	8	0	6	41
	Развита крайне слабо	6	5	0	2	4	0	0	0	0	17
	Не развита вообще	2	0	2	0	2	0	0	0	4	10
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	1	8	4	7	3	1	5	4	1	34
	Имеется, но не достаточно развита	5	2	2	2	4	6	1	4	7	33
	Развита крайне слабо	3	0	3	1	2	2	3	0	0	14
	Не развита вообще	1	0	0	0	1	1	1	2	2	8
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1

**Библиотеки:**

- имеются в достаточном объеме – 30%;
- имеются, но не достаточно развито – 39%;
- развито крайне слабо – 23%;
- не развито вообще – 7%;
- Отказ от ответа – 1%.

**Таблица 27. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Спортивные центры		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	2	6	10	0	6	0	6	0	5	35
	Имеется, но не достаточно развита	8	4	0	5	2	10	2	4	5	40
	Развита крайне слабо	0	0	0	3	2	0	2	6	0	13
	Не развита вообще	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	2	3	6	0	4	4	0	4	23
	Имеется, но не достаточно развита	6	3	5	2	6	6	6	10	2	46
	Развита крайне слабо	2	5	0	2	0	0	0	0	2	11
	Не развита вообще	2	0	2	0	2	0	0	0	2	8
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Третий	Да, имеется в достаточном	2	7	7	1	6	1	4	2	1	31

ий секто р (НК О)	объеме										
	Имеется, но не достаточно развита	7	0	2	7	4	8	3	2	5	<b>38</b>
	Развита крайне слабо	1	0	1	2	0	1	2	2	4	<b>13</b>
	Не развита вообще	0	3	0	0	0	0	1	4	0	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>

Спортивные центры:

- имеются в достаточном объеме – 33%;
- имеются, но не достаточно развито – 46%;
- развито крайне слабо – 14%;
- не развито вообще – 6%;
- отказ от ответа – 1%.

**Таблица 28. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Туристические клубы		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алани я	СК	ЧР	Итого
Госсек тор	Да, имеется в достаточном объеме	0	6	6	0	4	0	2	0	0	<b>18</b>
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	4	3	2	8	4	4	0	<b>29</b>
	Развита крайне слабо	6	2	0	6	4	0	4	6	5	<b>33</b>
	Не развита вообще	0	2	0	1	0	2	0	0	5	<b>10</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Бизнес - сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	0	0	0	0	2	4	0	0	<b>6</b>
	Имеется, но не достаточно развита	2	5	6	8	0	2	4	10	0	<b>37</b>
	Развита крайне слабо	6	5	0	2	2	4	2	0	2	<b>23</b>
	Не развита вообще	2	0	4	0	6	2	0	0	6	<b>20</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	2	<b>4</b>
Трети й сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	0	7	2	2	1	2	1	0	0	<b>15</b>
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	5	1	4	5	4	2	0	<b>25</b>
	Развита крайне слабо	3	0	2	6	1	1	4	2	0	<b>19</b>
	Не развита вообще	3	3	1	1	4	2	0	4	10	<b>28</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	1	2	0	<b>3</b>

Туристические клубы:

- имеется в достаточном объеме – 14%;
- имеется, но не достаточно развита -33%;
- развита крайне слабо – 30%;
- не развита вообще – 21%;
- отказ респондента от ответа – 2%.



Бизнес - сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	2	3	0	0	0	0	0	0	5
	Имеется, но не достаточно развита	2	0	0	4	0	6	4	5	2	23
	Развита крайне слабо	2	5	5	4	0	0	6	5	2	29
	Не развита вообще	6	3	2	2	8	4	0	0	6	31
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Третьй сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	0	3	1	0	0	3	2	0	0	9
	Имеется, но не достаточно развита	4	0	5	2	4	2	5	2	0	24
	Развита крайне слабо	2	0	4	3	3	2	2	4	0	20
	Не развита вообще	4	7	0	5	3	3	1	4	10	37
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Службы трудоустройства молодежи

- имеются в достаточном объеме – 9%;
- имеются, но не достаточно развито – 33%;
- развито крайне слабо – 28%;
- не развито вообще – 30%.

**Таблица 31. Наличие в регионе/населённом пункте респондента инфраструктуры, в полной мере способной удовлетворить личные и социальные интересы, увлечения и потребности молодёжи ... (частотное распределение)**

Молодежные социально-психологические центры		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	2	4	0	2	0	2	0	0	10
	Имеется, но не достаточно развита	2	8	6	4	6	6	2	4	5	43
	Развита крайне слабо	4	0	0	4	0	0	6	3	0	17
	Не развита вообще	4	0	0	2	2	4	0	3	5	20
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бизнес-сектор	Да, имеется в достаточном объеме	0	2	0	0	0	2	2	0	0	6
	Имеется, но не достаточно развита	0	0	0	6	0	4	2	5	0	17
	Развита крайне слабо	2	8	8	2	0	0	6	5	4	35
	Не развита вообще	8	0	2	2	8	4	0	0	6	30
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Третий сектор (НКО)	Да, имеется в достаточном объеме	0	3	0	0	0	1	1	0	0	5
	Имеется, но не достаточно развита	5	0	3	1	2	4	3	1	4	23
	Развита крайне слабо	2	2	5	4	5	2	5	5	0	30
	Не развита вообще	3	5	2	5	3	3	1	4	6	32
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Молодежные социально-психологические центры:

- имеются в достаточном объеме – 8%;
- имеются, но не достаточно развито – 31%;

- развито крайне слабо – 30%;
- не развито вообще -30%.

Итак, подведем итоги определения потребностей, выявленных нами в результате проведенного опроса представителей 3-х секторов экономики, имеющих непосредственное или опосредованное отношение к реализации молодежной политики на юге России.

Потребности	Общественный транспорт	Сеть качественных автодорог	Магазины промышленных товаров	Продуктовые магазины	Сеть медицинских учреждений	Учебные заведения различного уровня и профиля
<b>Три сектора</b>	58 % (43+15)	78% (50+28)	46% (34+12)	27,4% (22+5,4)	75% (46+29)	63% (42+21)

Процентное определение состоит из двух позиций: первая – это показатели «недостаточной развитости» той или иной службы, удовлетворяющей потребности молодежи. Вторая – это сумма показателей «крайне слабой развитости» и «неразвитости» служб.

Потребности	Молодежные досуговые центры, клубы	Кинотеатры	Учреждения искусства (театры, музеи и т.д.)	Библиотеки	Спортивные центры	Туристические клубы	Парки, скверы, зоны отдыха, водоемы	Службы трудоустройства молодежи	Службы трудоустройства молодежи
<b>Три сектора</b>	83% (35+48)	64% (32+32)	71% (39+32)	69% (39+30)	66% (46+20)	84% (33+51)	63% (41+22)	91% (33+58)	91% (31+60)

Далее нас интересует состояние дел с проблемами молодежи

**Таблица 32. Наиболее «острые» проблемы, стоящие перед молодёжью СКФО/ЮФО (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Безработица	10	2	4	10	10	8	8	10	10	<b>72</b>
	Алкоголизм	2	4	2	5	0	0	2	8	5	<b>28</b>
	Наркомания	2	4	6	2	4	0	6	0	5	<b>29</b>
	Рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций	2	6	0	0	6	2	0	0	0	<b>16</b>
	Рост неформальных молодежных движений, негативно сказывающихся на ценностях и жизни	2	2	2	1	2	0	4	0	0	<b>13</b>

	молодежи										
	Напряженные межнациональные отношения	4	2	8	0	0	0	2	6	0	<b>22</b>
	Большой миграционный отток молодежи	6	4	0	6	4	0	6	2	0	<b>28</b>
	Другое – «Беспризорность»	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
Бизнес - сектор	Безработица	6	3	10	6	10	6	10	0	10	<b>61</b>
	Алкоголизм	2	3	2	6	0	0	0	10	0	<b>23</b>
	Наркомания	6	0	5	2	2	2	2	10	2	<b>31</b>
	Рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций	0	0	3	0	4	0	0	5	2	<b>14</b>
	Рост неформальных молодежных движений, негативно сказывающихся на ценностях и жизни молодежи	0	3	0	0	2	0	6	5	2	<b>18</b>
	Напряженные межнациональные отношения	2	2	2	2	0	0	2	0	0	<b>10</b>
	Большой миграционный отток молодежи	8	2	5	4	0	0	0	0	6	<b>25</b>
	Другое – «Низкие зарплаты, недостаток качественного и доступного образования»	0	1	0	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
	Отказ респондента от ответа	0	1	0	0	0	4	0	0	0	<b>5</b>
	Трети й сектор (НКО)	Безработица	6	2	8	10	10	1	8	4	7
Алкоголизм		1	0	0	3	1	1	4	6	0	<b>16</b>
Наркомания		2	5	2	2	5	1	3	2	1	<b>23</b>
Рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций		4	0	1	0	6	0	1	2	0	<b>14</b>
Рост неформальных молодежных движений, негативно сказывающихся на ценностях и жизни молодежи		0	2	1	2	1	0	2	1	1	<b>10</b>
Напряженные межнациональные отношения		0	0	2	5	3	1	0	4	0	<b>15</b>
Большой миграционный отток молодежи		8	0	2	5	3	1	1	0	0	<b>20</b>
Другое – «Лень и апатия молодых людей»		0	1	0	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
Другое – «Апатия»		0	0	0	0	0	0	0	1	0	<b>1</b>
Отказ респондента от ответа		0	2	0	0	0	5	2	0	3	<b>12</b>

В убывающей последовательности мы видим совокупность ответов всех участников опроса, представителей секторов в процентном соотношении.

1	Безработица	<b>70%</b>
2	Наркомания	<b>30,7%</b>
3	Большой миграционный отток молодежи	<b>27%</b>
4	Алкоголизм	<b>24,8%</b>
5	Напряженные межнациональные отношения	<b>17,4%</b>
6	Рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций	<b>16,6%</b>
7	Рост неформальных молодежных движений, негативно сказывающихся на ценностях и жизни молодежи	<b>15%</b>
8	Другое – «Лень и апатия молодых людей»	<b>1%</b>
9	отказ респондента от ответа	<b>5%</b>

Итак, безработица молодежи – это особая проблема, которую отмечает большая часть респондентов. Это «лидер» проблем молодежи. Следующая группа проблем - наркомания, алкоголизм и миграционный отток молодежи. Они получили от 25 до 30 % голосов наших «экспертов». Во третьем эшелоне проблем - напряженные межнациональные отношения, рост молодежи, вовлеченной в деятельность радикальных организаций, рост неформальных молодежных движений, негативно сказывающихся на ценностях и жизни молодежи, - от 15 до 17% голосов.

**Таблица 33. Оценка представителями НКО приоритетности внимания регионального/муниципального сообщества к конкретным социальным проблемам молодежи (частотное распределение)**

		Субъект СКФО/ЮФО									Итого
		КБР	КЧР	КК	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Зависимости (алкоголизм, наркомания, игромания и т.п.)	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>1</b>
	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	<b>3</b>
	3	0	2	5	0	1	2	0	0	0	<b>10</b>
	4	3	5	0	0	0	3	1	2	2	<b>16</b>
	5	1	1	0	4	1	5	3	3	1	<b>19</b>
	6	3	0	3	0	0	0	3	1	2	<b>12</b>
	7	2	0	0	2	3	0	0	1	0	<b>8</b>
	8	1	0	0	1	3	0	2	0	2	<b>9</b>
	9	0	0	2	0	0	0	1	0	0	<b>3</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	1	0	2	0	0	0	3	1	<b>7</b>
Отсутствие занятости	1	1	0	2	1	1	0	0	0	1	<b>6</b>
	2	1	0	0	2	1	0	0	0	2	<b>6</b>
	3	2	1	5	2	3	2	0	1	0	<b>16</b>
	4	0	3	3	1	1	3	2	1	6	<b>20</b>
	5	1	3	0	1	1	5	2	3	0	<b>16</b>
	6	3	0	0	0	1	0	2	0	0	<b>6</b>
	7	1	2	0	0	1	0	0	0	0	<b>4</b>
	8	1	0	0	0	1	0	2	2	0	<b>6</b>
	9	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>

	10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	Отказ респондента от ответа	0	1	0	2	0	0	0	3	1	7
Этноконфессиональные конфликты	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	5
	2	1	0	0	0	2	0	1	0	0	4
	3	2	0	5	3	2	2	1	0	2	17
	4	1	3	3	0	0	2	1	3	2	15
	5	0	2	0	1	2	5	2	2	0	14
	6	6	2	0	0	2	1	4	0	0	15
	7	0	1	0	1	0	0	0	0	3	5
	8	0	0	0	1	0	0	0	2	0	3
	9	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	10	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	Отказ респондента от ответа	0	1	0	2	1	0	0	3	3	10
Криминальная деятельность	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	3
	2	1	0	0	0	2	0	0	0	2	5
	3	2	3	3	0	1	2	1	2	0	14
	4	2	2	3	0	1	4	1	2	2	17
	5	2	1	0	4	3	4	0	2	0	16
	6	1	0	0	0	1	0	6	0	0	8
	7	0	1	4	2	0	0	1	0	0	8
	8	1	1	0	1	0	0	0	0	1	4
	9	0	1	0	1	0	0	1	0	4	7
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Отказ респондента от ответа	0	1	0	2	0	0	0	4	1	8

Итак, средние баллы приоритетности внимания к конкретным социальным проблемам молодежи по оценкам представителей НКО:

Проблемы	Число оценивших	Общее число баллов	Средний балл
Зависимости (алкоголизм, наркомания, игромания и т.п.)	83	443	5,33
Криминальная деятельность	82	398	4,85
Отсутствие занятости	83	366	4,4
Этноконфессиональные конфликты	80	292	3,65

По нашему мнению общая картина показывает недооценку проблем молодежи. Внимание к ним является заниженным.

Теперь рассмотрим менее инклюзивные группы населения на юге России.

**Таблица 33. Группы молодых людей – «молодёжь с меньшими возможностями самореализации» в оценках респондентов (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	Р И	РСО-Алания	СК	ЧР	
Госсе	Проживающие в сельской местности	4	2	4	5	2	6	4	10	0	37



р	Из семей с малым достатком	6	4	4	9	6	4	2	8	0	<b>43</b>
	Женского пола	0	0	0	0	0	0	0	0	5	<b>5</b>
	Выпускников интернатов и детских домов	2	4	2	7	2	0	4	5	0	<b>26</b>
	С ограниченными возможностями здоровья (с инвалидностью)	4	6	10	8	10	2	8	5	5	<b>58</b>
	Освободившихся из мест лишения свободы	8	8	0	5	6	0	4	3	10	<b>44</b>
	Представители этнических и языковых меньшинств	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
	Представители сексуальных меньшинств	0	2	0	2	0	0	0	0	5	<b>9</b>
	Безработные	0	2	0	9	4	0	6	10	0	<b>31</b>
	Мигранты/беженцы/вынужденные переселенцы	2	0	0	2	2	0	4	10	0	<b>20</b>
Бизнес-сектор	Проживающие в сельской местности	0	5	5	6	0	4	6	5	4	<b>35</b>
	Из семей с малым достатком	0	4	7	6	6	4	6	10	6	<b>49</b>
	Женского пола	2	0	2	2	0	0	0	0	2	<b>8</b>
	Выпускников интернатов и детских домов	0	7	5	4	4	0	0	0	2	<b>22</b>
	С ограниченными возможностями здоровья (с инвалидностью)	2	5	8	6	4	4	8	10	4	<b>51</b>
	Освободившихся из мест лишения свободы	4	3	2	2	4	0	4	0	2	<b>21</b>
	Представители этнических и языковых меньшинств	0	0	5	0	0	0	0	0	0	<b>5</b>
	Представители сексуальных меньшинств	0	3	0	2	0	0	0	0	2	<b>7</b>
	Безработные	4	0	2	6	2	4	4	0	4	<b>26</b>
	Мигранты/беженцы/вынужденные переселенцы	6	2	0	4	0	0	2	0	0	<b>14</b>
Отказ респондента от ответа	2	0	0	0	0	4	0	0	0	<b>6</b>	
Третий сектор (НКО)	Проживающие в сельской местности	4	0	7	5	4	2	2	7	1	<b>32</b>
	Из семей с малым достатком	4	2	2	9	1	1	5	9	7	<b>40</b>
	Женского пола	3	0	0	1	1	0	0	0	0	<b>5</b>
	Выпускников интернатов и детских домов	3	2	2	7	3	2	4	4	1	<b>28</b>
	С ограниченными возможностями здоровья (с инвалидностью)	3	10	6	6	6	1	4	5	5	<b>46</b>
	Освободившихся из мест лишения свободы	7	5	2	5	6	0	3	3	1	<b>32</b>
	Представители этнических и языковых меньшинств	2	0	0	1	0	0	1	2	0	<b>6</b>
	Представители сексуальных меньшинств	2	0	1	1	5	0	1	1	2	<b>13</b>
	Безработные	4	0	0	4	3	1	2	7	3	<b>24</b>
Мигранты/беженцы/вынужденные переселенцы	5	0	0	1	1	0	0	2	1	<b>10</b>	

енные переселенцы											
Отказ респондента от ответа	1	0	1	0	0	3	0	1	3	9	

Группы молодых людей с меньшими возможностями самореализации, по мнению наших «экспертов», представлены в том же порядке, что и анализ предыдущей таблицы – по убывающей.

1	С ограниченными возможностями здоровья (с инвалидностью)	57%
2	Из семей с малым достатком	48,8%
3	Проживающие в сельской местности	38,5%
4	Безработные	30%
5	Выпускников интернатов и детских домов	28%
6	Мигранты/беженцы/вынужденные переселенцы	16%
7	Освободившихся из мест лишения свободы	11,8%
8	Представители сексуальных меньшинств	10,7%
9	Женского пола	6,6%
10	Представители этнических и языковых меньшинств	4,8%
11	Отказ респондента от ответа	12,9%

Итак, мы видим, что основными «эксклюзивными» группами являются молодежь с инвалидностью и из семей с малым достатком (48-57%). Следующая группа – молодежь села, безработная молодежь и выпускники детдомов и интернатов (28-38%) и следующая группа – это мигранты, молодежь, освободившаяся из тюрем и сексуальные меньшинства (10-16%) и замыкающие группы – женщины и этноязыковые меньшинства (4,8 – 6,6%).

Юг России – это регион полиэтнический и поликонфессиональный. Поэтому этноконфессиональные проблемы всегда здесь существовали и существуют. Посмотрим, как оценивают наши интервьюируемые вопросы межнациональных отношений у себя в регионах и сложим общую картину по югу России.

**Таблица 34. Оценка состояния межнациональных отношений в регионе/населенном пункте респондента (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алани я	СК	ЧР	
Госс екто р	Хорошее: нет проблем, которые могут беспокоить	0	4	2	6	4	8	6	0	0	30
	Удовлетворительное, но есть еще не решенные проблемы	8	6	8	4	6	0	2	10	10	54
	Скорее плохое: множество проблем, требующих немедленного решения	2	0	0	0	0	0	2	0	0	4
	Плохое: практически проблемы в этой сфере не решаются	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Бизн ес- секто р	Хорошее: нет проблем, которые могут беспокоить	2	0	5	6	2	4	0	0	8	27
	Удовлетворительное, но есть еще не решенные	6	7	3	2	6	0	8	5	2	39

	проблемы										
	Скорее плохое: множество проблем, требующих немедленного решения	2	3	0	0	2	0	2	5	0	<b>14</b>
	Плохое: практически проблемы в этой сфере не решаются	0	0	2	2	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	6	0	0	0	<b>6</b>
Третий сектор (НКО)	Хорошее: нет проблем, которые могут беспокоить	3	0	1	0	3	3	1	0	2	<b>13</b>
	Удовлетворительное, но есть еще не решенные проблемы	5	6	7	8	6	0	9	5	5	<b>51</b>
	Скорее плохое: множество проблем, требующих немедленного решения	2	2	1	1	1	1	0	4	0	<b>12</b>
	Плохое: практически проблемы в этой сфере не решаются	0	2	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	1	0	6	0	1	3	<b>12</b>

Оценка состояния межнациональных отношений:

1	Удовлетворительное, но есть еще не решенные проблемы	<b>53%</b>
2	Хорошее: нет проблем, которые могут беспокоить	<b>26%</b>
3	Скорее плохое: множество проблем, требующих немедленного решения	<b>11%</b>
4	Плохое: практически проблемы в этой сфере не решаются	<b>2%</b>
5	Отказ респондента от ответа	<b>7%</b>

Итак, 13% при сложении 3 и 4 позиций - это то, что «требует немедленного решения», и то, что «не решается вообще». Вместе с тем есть еще целых 53%, где дела обстоят «удовлетворительно» и где есть не решенные проблемы. А если в совокупности, то это 63% - там, где есть потребности в решении проблем.

**Таблица 35. Факторы, влияющие на обострение межнациональных отношений в регионе/населенном пункте респондента (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Гос сектор	Особенности экономики	2	2	0	4	0	2	0	0	0	<b>10</b>
	Национально-территориальное устройство	2	4	10	3	4	0	0	7	0	<b>30</b>
	Социально-экономическое неравенство территориальных образований	0	2	0	1	2	0	0	0	0	<b>5</b>
	Неконтролируемые миграционные процессы	4	2	0	2	0	0	0	0	0	<b>8</b>
	Националистическая деятельность	0	2	0	1	2	0	0	0	0	<b>5</b>

	этнополитических элит региона										
	Актуализация этнического самосознания и рост негативных этнических стереотипов людей	0	4	0	3	0	0	0	3	0	<b>10</b>
	Деструктивное воздействие СМИ	4	4	0	4	2	4	0	0	10	<b>28</b>
	Низкий уровень культуры и образованности населения региона	4	0	2	3	4	0	6	5	5	<b>29</b>
	Незанятость молодежи и слабость (государственной/региональной/муниципальной) молодежной политики	2	4	2	2	4	2	6	5	5	<b>32</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
Биз-сектор	Особенности экономики	0	2	0	2	0	0	6	0	0	<b>10</b>
	Национально-территориальное устройство	0	0	5	2	0	2	0	5	0	<b>14</b>
	Социально-экономические неравенство территориальных образований	0	0	3	2	0	0	4	10	0	<b>19</b>
	Неконтролируемые миграционные процессы	0	6	0	0	0	0	2	0	0	<b>8</b>
	Националистическая деятельность этнополитических элит региона	0	0	2	2	0	0	0	5	0	<b>9</b>
	Актуализация этнического самосознания и рост негативных этнических стереотипов людей	2	5	5	0	0	0	4	10	0	<b>26</b>
	Деструктивное воздействие СМИ	8	5	0	0	4	4	0	0	4	<b>25</b>
	Низкий уровень культуры и образованности населения региона	2	0	0	2	0	0	0	0	8	<b>12</b>
	Незанятость молодежи и слабость (государственной/региональной/муниципальной) молодежной политики	0	0	0	0	8	2	0	0	6	<b>16</b>
	Другое – «Секты»	0	2	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
Отказ респондента от ответа	0	0	0	4	0	2	0	0	0	<b>6</b>	
Третий сектор (НКО)	Особенности экономики	1	2	1	4	0	3	2	0	0	<b>13</b>
	Национально-территориальное устройство	2	0	5	6	0	0	4	5	0	<b>22</b>
	Социально-экономические неравенство территориальных образований	3	0	1	1	2	0	0	2	0	<b>9</b>
	Неконтролируемые	1	0	1	0	0	0	0	2	1	<b>5</b>

миграционные процессы											
Националистическая деятельность этнополитических элит региона	0	2	2	3	4	0	1	0	0	<b>12</b>	
Актуализация этнического самосознания и рост негативных этнических стереотипов людей	2	3	2	2	2	0	2	2	0	<b>15</b>	
Деструктивное воздействие СМИ	2	3	0	0	4	3	1	0	4	<b>17</b>	
Низкий уровень культуры и образованности населения региона	3	3	3	1	4	1	2	3	0	<b>20</b>	
Незнатность молодежи и слабость (государственной/региональной/муниципальной) молодежной политики	4	0	3	6	5	2	4	3	4	<b>31</b>	
Отказ респондента от ответа	0	0	0	1	0	1	1	1	2	<b>6</b>	

Факторы, влияющие на обострение межнациональных отношений в процентном соотношении исходя из анкетных опросов представителей всех секторов, участвующих в данном исследовании:

1	Незнатность молодежи и слабость (государственной/региональной/муниципальной) молодежной политики	<b>29%</b>
2	Деструктивное воздействие СМИ	<b>26%</b>
3	Национально-территориальное устройство	<b>24%</b>
4	Низкий уровень культуры и образованности населения региона	<b>22,5%</b>
5	Актуализация этнического самосознания и рост негативных этнических стереотипов людей	<b>18,8%</b>
6	Особенности экономики	<b>12%</b>
7	Социально-экономические неравенство территориальных образований	<b>12%</b>
8	Националистическая деятельность этнополитических элит региона	<b>9,6%</b>
9	Неконтролируемые миграционные процессы	<b>7,7%</b>
10	Отказ респондента от ответа	<b>5%</b>

Итак, первая группа от 22 до 29 % - с 1 по 4 позиции. Вторая группа факторов – от 12 до 18,8% - это с 5 по 7 позицию и последняя – от 7,7 до 9,6%. Это 8-9 позиции.

**Таблица 36. Наличие у молодежи потребности в повышении своего профессионального и образовательного уровня (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Да	8	8	8	8	10	10	10	8	5	<b>75</b>
	Нет	2	2	2	0	0	0	0	2	0	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	2	0	0	0	0	5	<b>7</b>
Бизнес-сектор	Да	10	10	8	10	8	10	10	10	4	<b>80</b>
	Нет	0	0	0	0	2	0	0	0	6	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Да	9	10	8	7	7	10	8	8	10	<b>77</b>
	Нет	1	0	2	1	3	0	0	1	0	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	2	0	0	2	1	0	<b>5</b>

В совокупности это выглядит следующим образом:

- Есть потребность – 86%;
- Нет потребности – 8,8%;
- Отказ респондента от ответа – 7,4%.

Таким образом, потребность в повышении своего образовательного и профессионального уровня по мнению 86% наших респондентов есть.

Давайте рассмотрим с какие цели по мнению наших экспертов молодежь видит в потребностях повышения своего образовательного и профессионального уровня.

**Таблица 37. Цель повышения молодёжью своего профессионального и образовательного уровня (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	Итого
Госсе кто р	Повышать свой статус в обществе	0	0	2	5	4	6	2	3	0	<b>22</b>
	Имея документ о высшем образовании, устроится работать и жить своей жизнью	2	6	0	0	4	0	6	0	5	<b>23</b>
	Быть образованным, квалифицированным и конкурентоспособным	6	2	4	3	2	4	2	5	0	<b>28</b>
	Стать обеспеченным и иметь власть над другими	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Сделать карьеру в государственной структуре	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Реализовать свой творческий потенциал	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	2	2	2	2	0	0	0	2	5	<b>15</b>
Бизн ес- секто р	Повышать свой статус в обществе	6	0	0	2	0	0	4	0	0	<b>12</b>
	Имея документ о высшем образовании, устроится работать и жить своей жизнью	2	0	5	4	8	0	4	5	4	<b>32</b>
	Быть образованным, квалифицированным и конкурентоспособным	2	7	3	4	0	6	0	5	0	<b>27</b>
	Стать обеспеченным и иметь власть над другими	0	3	0	0	0	0	2	0	0	<b>5</b>
	Сделать карьеру в государственной структуре	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Реализовать свой творческий потенциал	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	2	0	2	4	0	0	6	<b>14</b>
Трет ий секто р (НК О)	Повышать свой статус в обществе	2	0	1	2	0	3	2	4	0	<b>14</b>
	Имея документ о высшем образовании, устроится работать и жить своей жизнью	2	2	0	1	2	0	0	2	2	<b>11</b>
	Быть образованным, квалифицированным и конкурентоспособным	5	8	6	3	2	2	5	2	5	<b>38</b>
	Стать обеспеченным и иметь власть над другими	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Сделать карьеру в государственной структуре	0	0	0	0	1	0	1	0	0	<b>2</b>
	Реализовать свой творческий потенциал	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	1	0	3	4	5	3	2	2	3	<b>23</b>

Цель повышения молодёжью своего профессионального и образовательного уровня:

1	Быть образованным, квалифицированным и конкурентоспособным	<b>34,4%</b>
2	Имея документ о высшем образовании, устроится работать и жить своей жизнью	<b>24,4%</b>
3	Повышать свой статус в обществе	<b>17,7%</b>
4	Стать обеспеченным и иметь власть над другими	<b>3%</b>
5	Сделать карьеру в государственной структуре	<b>0,7%</b>
6	Реализовать свой творческий потенциал	<b>0%</b>
7	Отказ респондента от ответа	<b>19%</b>

Итак, мы видим, что основными целями повышения своего образовательного и профессионального уровня, с точки зрения наших респондентов Ю являются три первые позиции.

И первая позиция – образованность, квалифицированность и конкурентоспособность. Исходя из этого, мы предполагаем, что конкурентоспособность предполагает наличие у молодежи достаточно высокого уровня предприимчивости. Рассмотрим какие факторы, с точки зрения наших «экспертов», влияют на предприимчивость молодежи юга России.

**Таблица 38. Факторы, влияющие на предприимчивость молодежи юга России (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	PCO- Алания	СК	ЧР	
Госс екто р	От уровня развитой самостоятельности	8	6	6	6	8	2	4	8	5	<b>53</b>
	От образованности и инновационности сознания	6	2	0	0	4	4	4	3	5	<b>28</b>
	От опыта, полученного в результате практической деятельности	6	4	4	5	4	0	2	3	0	<b>28</b>
	От социальных и экономических условий региона	4	4	6	6	2	4	2	7	5	<b>40</b>
	От постоянной поддержки со стороны квалифицированных специалистов и практиков	0	4	4	3	2	0	2	5	5	<b>25</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	4	0	0	0	<b>4</b>
Бизн ес- секто р	От уровня развитой самостоятельности	2	7	2	4	2	2	10	0	2	<b>31</b>
	От образованности и инновационности сознания	2	5	2	2	4	2	4	10	6	<b>37</b>
	От опыта, полученного в результате практической деятельности	2	10	10	4	8	4	4	10	2	<b>54</b>
	От социальных и экономических условий региона	8	0	0	6	4	4	6	10	4	<b>42</b>
	От постоянной поддержки со стороны квалифицированных специалистов и практиков	2	0	0	2	0	2	4	0	4	<b>14</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	2	0	4	0	0	0	<b>6</b>
Трет ий	От уровня развитой самостоятельности	3	3	8	4	6	3	6	8	2	<b>43</b>



сектор (НКО)	От образованности и инновационности сознания	3	4	6	5	3	2	2	3	2	<b>30</b>
	От опыта, полученного в результате практической деятельности	3	0	5	1	5	2	7	3	2	<b>28</b>
	От социальных и экономических условий региона	7	6	1	7	7	2	4	2	3	<b>39</b>
	От постоянной поддержки со стороны квалифицированных специалистов и практиков	0	0	1	1	2	0	1	0	6	<b>11</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	1	0	3	0	1	2	<b>7</b>

Факторы, влияющие на предприимчивость молодежи юга России:

1	От опыта, полученного в результате практической деятельности (субъективный фактор - СФ)	<b>41%</b>
2	От образованности и инновационности сознания (СФ)	<b>40%</b>
3	От социальных и экономических условий региона (объективный фактор – ОФ)	<b>40%</b>
4	От уровня развитой самостоятельности (СФ)	<b>33%</b>
5	От постоянной поддержки со стороны квалифицированных специалистов и практиков (ОФ)	<b>28,8%</b>
6	Отказ респондента от ответа	<b>7,7%</b>

Итак, мы видим с вами, что на первое место наши опрашиваемые «эксперты» выдвигают субъективные факторы (1,2,4 позиции). Таким образом, развитие потенциала молодежи является приоритетной потребностью для достижения эффективности в повышении предприимчивости молодежи юга России.

Естественно, без практики невозможно развивать деловые качества. И поскольку предприимчивость предполагает деловую активность, рассмотрим факторы, способствующие ее развитию.

**Таблица 39. Факторы, способствующие развитию деловых качеств молодежи юга России (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алани я	СК	ЧР	
Госсектор	Поддержка родителей (в том числе финансовая)	6	6	2	8	4	0	4	0	5	<b>35</b>
	Позитивное отношение к этому друзей, окружающих	4	2	2	0	4	0	2	2	0	<b>16</b>
	Личные деловые и лидерские качества	8	6	8	10	4	4	8	8	10	<b>66</b>
	Общение с людьми, обладающими деловыми качествами	2	4	4	8	6	0	4	8	5	<b>41</b>
	Удачное стечение жизненных обстоятельств	2	0	2	3	2	0	4	2	0	<b>15</b>
	Полезные связи	4	0	0	1	0	4	8	3	0	<b>20</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	6	0	0	0	<b>6</b>
Бизнессектор	Поддержка родителей (в том числе финансовая)	2	0	5	8	4	0	6	5	2	<b>32</b>
	Позитивное отношение к этому	4	0	5	0	0	0	0	5	0	<b>14</b>

р	друзей, окружающих										
	Личные деловые и лидерские качества	8	7	8	8	6	6	10	10	4	<b>67</b>
	Поддержка других предпринимателей	2	3	3	2	0	0	8	5	4	<b>27</b>
	Удачное стечение жизненных обстоятельств	6	3	2	2	6	2	2	0	4	<b>27</b>
	Наличие финансового спонсора	6	2	4	4	4	4	4	0	8	<b>36</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
Третий сектор (НКО)	Поддержка родителей (в том числе финансовая)	1	0	1	6	7	0	4	4	7	<b>30</b>
	Позитивное отношение к этому друзей, окружающих	2	5	4	4	2	1	3	6	0	<b>27</b>
	Личные деловые и лидерские качества	9	5	8	10	5	1	5	4	5	<b>52</b>
	Поддержка других НКО	4	5	4	0	2	3	1	3	0	<b>22</b>
	Удачное стечение жизненных обстоятельств	3	0	4	4	2	0	5	1	2	<b>21</b>
	Наличие финансового спонсора/донора	4	0	3	5	6	1	3	2	5	<b>29</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	4	0	1	3	<b>8</b>

Факторы, способствующие развитию деловых качеств молодёжи:

1	Личные деловые и лидерские качества (СФ)	<b>68,5%</b>
2	Поддержка родителей (в том числе финансовая) (ОФ)	<b>36%</b>
3	Поддержка других (НКО /предпринимателей) (ОФ)	<b>33%</b>
4	Наличие финансового спонсора/донора (ОФ)	<b>31%</b>
5	Удачное стечение жизненных обстоятельств (ОФ)	<b>23%</b>
6	Позитивное отношение к этому друзей, окружающих (ОФ)	<b>21%</b>
7	Полезные связи (только госсектор) (ОФ)	<b>7,4%</b>
8	Отказ респондента от ответа	<b>6%</b>

В отличие от предыдущего вопроса, данный предполагает подавляющее большинство объективных факторов. Вместе с тем, как мы видим по первой позиции, личные и лидерские качества молодежи находятся в большом отрыве от всех объективных факторов. Однако, не станем преуменьшать роль среды социальной поддержки молодежи со стороны государственных, коммерческих и некоммерческих организаций.

Есть факторы, которые препятствующие развитию деловых качеств молодёжи. Рассмотрим и их.

**Таблица 40. Факторы, препятствующие развитию деловых качеств молодёжи юга России (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Материальные трудности семьи	0	2	2	6	6	4	4	2	0	<b>26</b>
	Несовершенство государственной молодежной политики	4	2	0	5	2	4	4	3	10	<b>34</b>
	Отсутствие возможности	0	8	2	0	2	0	6	3	5	<b>26</b>

	получить образование в престижном ВУЗе										
	Низкий уровень коммуникативных навыков	6	10	4	0	4	2	2	3	0	31
	Отсутствие достаточной степени самоуверенности	6	2	8	1	6	2	2	4	5	36
	Отсутствие карьерной расчетливости	0	2	2	0	0	0	4	2	10	20
	Низкий уровень информированности о возможности получения поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления	8	0	0	7	2	4	0	0	0	21
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Бизнес-сектор	Несовершенство государственной налоговой политики	2	5	7	6	2	2	0	5	0	29
	Действие криминальных элементов	0	0	2	2	0	0	0	5	0	9
	Деятельность конкурентов в данной сфере	6	0	3	0	2	4	0	0	2	17
	Высокие процентные ставки по кредиту	4	0	2	0	4	0	2	0	2	14
	Отсутствие возможности получить кредит	2	0	0	2	0	0	0	0	0	4
	Недостаток финансовых средств, для организации предпринимательской деятельности	6	7	7	4	6	4	10	5	6	55
	Недостаток знаний и опыта предпринимательской деятельности	6	10	3	6	0	4	6	5	2	42
	Отсутствие стартового капитала	4	2	0	4	2	2	4	0	8	26
	Низкий уровень информированности о возможности получения поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления	0	0	0	2	2	2	6	10	2	24
Третий сектор (НКО)	Слабая поддержка молодежных проектов в области социального предпринимательства	5	2	7	8	6	3	4	1	3	39
	Действие коррумпированных структур	2	2	2	6	4	5	5	4	5	35
	Деятельность конкурентов в данной сфере	1	3	1	1	1	1	1	0	0	9
	Отсутствие/недостаток финансовых средств, для организации проектной деятельности	5	0	2	7	8	0	7	4	1	34
	Недостаток знаний и опыта проектной деятельности	7	6	7	2	5	1	4	6	0	38

Отсутствие интереса со стороны молодежи в финансировании молодежных проектов	1	0	0	4	1	0	0	0	0	0	6
Низкий уровень информированности о возможности получения поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления	3	0	5	2	4	0	0	0	0	0	14
Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	1	3		6

Факторы, препятствующие развитию деловых качеств молодежи юга России:

Субъективные факторы (СФ госсектора – 29 + СФ бизнес сектора – 31,7 + СФ сектора НКО – 26)	32
Объективные факторы (среднее арифметическое (далее ОФ) госсектора – 28,6 + ОФ бизнес сектора – 17,4 + ОФ сектора НКО – 27,6)	27
Низкий уровень информированности о возможности получения поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления	21
Отказ респондента от ответа	3

Конечно, наш подход к определению субъективности является относительным. Но, сгруппировав своды ответов таким образом, нам легче воспринимать общую получившуюся картину. Картина по отдельным секторам и даже в конкретных территориях, если необходимо, видна. А вот увидеть общую картину юга России – это задача проводимого нами анализа.

**Таблица 41. Наиболее эффективные ресурсы и технологии для повышения деловой активности / открытия молодежью собственного дела / открытия молодежью собственного дела в области некоммерческой деятельности и социального предпринимательства меры поддержки органов государственной и муниципальной власти (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Госсектор	Молодежные образовательные форумы	6	4	4	2	6	4	6	5	5	42
	Целевые программы поддержки молодежи	4	2	2	10	0	6	0	5	5	34
	Грантовые конкурсы для молодежи	2	8	4	1	8	2	0	6	0	31
	Организация специальных курсов для обучения деловой активности молодежи	2	2	4	0	0	0	8	5	5	26
	Предоставление возможности получения кредита для ведения предпринимательской деятельности на льготных условиях	6	2	4	5	0	0	4	0	0	21
	Муниципальные центры молодежи	2	4	0	4	2	2	4	0	0	18
	Создание молодежных бизнес-инкубаторов	0	2	2	2	0	2	2	2	5	17

	Надежная государственная защита от криминала	2	0	0	1	2	0	2	0	10	17
	Молодёжные общественные палаты	2	0	0	0	2	2	0	0	0	6
	Выставки и презентации молодежной деловой активности	2	0	2	0	0	0	0	2	0	6
Бизн ес- секто р	Предоставление возможности получения кредита для ведения предпринимательской деятельности на льготных условиях;	10	5	8	10	4	0	4	5	6	52
	Предоставление налоговых льгот для молодых предпринимателей	0	5	2	6	4	2	2	5	8	34
	Создание молодежных бизнес-инкубаторов	0	0	2	0	2	0	8	10	0	22
	Надежная государственная защита от криминала	4	0	3	0	2	2	4	5	2	22
	Обучение, повышение квалификации молодых предпринимателей	4	2	0	0	2	2	2	5	4	21
	Информационная поддержка молодых предпринимателей	2	5	0	0	2	2	2	0	4	17
	Упрощение процедуры регистрации фирмы	0	5	5	0	2	0	2	0	0	14
	Организация курсов для обучения молодых предпринимателей	2	3	0	0	2	0	6	0	0	13
	Упрощение процедур налоговой и финансовой отчетности	0	0	5	4	0	2	0	0	0	11
	Организация выставок, презентаций молодежного предпринимательства	0	0	2	2	2	0	0	0	0	6
Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	6	0	0	0	6	
Трет ий секто р (НК О)	Надежная государственная защита от коррупции и криминала	3	0	3	4	9	1	3	5	1	29
	Создание ресурсных центров по поддержке молодежных НКО и социального предпринимательства	3	5	3	5	1	0	2	3	7	29
	Предоставление возможности получения кредита для ведения предпринимательской деятельности на льготных условиях	3	3	3	6	3	1	2	3	2	26
	Предоставление налоговых льгот для молодых социальных предпринимателей	5	0	5	5	4	1	1	3	2	26
	Упрощение процедур налоговой и финансовой отчетности	3	2	2	3	3	2	4	3	3	25
	Обучение, повышение квалификации молодых социальных предпринимателей	5	3	3	3	2	1	3	1	3	24
	Информационная поддержка молодежных некоммерческих организаций	3	3	3	4	2	0	2	0	0	17
	Упрощение процедуры регистрации организации	1	0	0	0	2	3	4	1	2	13
Организация выставок, презентаций молодежных НКО и социального	1	3	1	0	0	1	2	0	0	8	

предпринимательства												
Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	0	2	2			6

Итак, разобьём по группам ответы наших респондентов. Получаем следующую картину:  
**Наиболее эффективные ресурсы и технологии для повышения деловой активности по межсекторным группам:**

1-я группа	Молодежные образовательные форумы	31-42 голоса (из 90)	<b>Потребности</b> Образовательные и экономические (финансовые)
	Целевые программы поддержки молодежи		
	Грантовые конкурсы для молодежи		
	Предоставление налоговых льгот для молодых предпринимателей		
2-я группа	Надежная государственная защита от коррупции и криминала	От 21 до 29 голосов (из 90)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Защита от криминала и коррупции;</li> <li>• Развивающие и поддерживающие;</li> <li>• Экономико-финансовые;</li> <li>• Образовательные.</li> </ul>
	Надежная государственная защита от криминала		
	Создание ресурсных центров по поддержке молодежных НКО и социального предпринимательства		
	Создание молодежных бизнес-инкубаторов		
	Предоставление возможности получения кредита для ведения предпринимательской деятельности на льготных условиях		
	Предоставление возможности получения кредита для ведения предпринимательской деятельности на льготных условиях		
	Предоставление налоговых льгот для молодых социальных предпринимателей		
	Упрощение процедур налоговой и финансовой отчетности		
	Обучение, повышение квалификации молодых социальных предпринимателей		
	Обучение, повышение квалификации молодых предпринимателей		
Организация специальных курсов для обучения деловой активности молодёжи			
3-я группа	Муниципальные центры молодежи	От 11 до 18 голосов (из 90)	<b>Потребности</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• организационные,</li> <li>• поддерживающие и развивающие,</li> <li>• образовательные, информационные,</li> <li>• экономические,</li> <li>• юридическая.</li> </ul>
	Создание молодёжных бизнес-инкубаторов		
	Надежная государственная защита от криминала		
	Информационная поддержка молодых предпринимателей		
	Упрощение процедуры регистрации фирмы		
	Организация курсов для обучения молодых предпринимателей		
	Упрощение процедур налоговой и финансовой отчетности		
Информационная поддержка молодежных			

	некоммерческих организаций		
	Упрощение процедуры регистрации организации		
4-я группа	Организация выставок, презентаций молодежных НКО и социального предпринимательства	От 6 до 8 голосов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Презентационная,</li> <li>• Представительская.</li> </ul>
	Выставки и презентации молодежной деловой активности		
	Организация выставок, презентаций молодежного предпринимательства		
	Молодёжные общественные палаты		

Наиболее эффективные ресурсы и технологии для повышения деловой активности в процентном соотношении исходя из совокупности ответов представителей всех секторов.

1	Финансово-экономическая поддержка	86,6%
2	Образовательные потребности	48,5%
3	Организационная и поддерживающая	31,8%
4	Защита от криминала и коррупции;	25%
5	Информационно-презентационная	17%
6	Регистрационно-юридические (по бизнес и НКО секторам)	15%
7	Представительские (по госсектору)	6,6%

Таким образом приоритетными с точки зрения наших экспертов являются потребности финансово-экономической поддержки молодежи (86,6%), образовательные потребности (48,5%), потребности в организации и поддержке – 31,8%, Защита от криминала и коррупции – 25%. Это приоритетные потребности. Все перечисленные также важны, но в другой группе потребностей.

Итак, мы рассмотрели потребности молодёжи юга России через точки зрения, отраженные в ответах представителей секторов экономики, в основном вовлеченных непосредственно или опосредованно в реализацию программ в интересах молодежи.

Теперь определим с помощью наших «экспертов» возможности повышения эффективности молодежных программ. Но для этого необходимо узнать компетентность в этом вопросе наших экспертов. Компетентность определяется опытом участия в реализации программ на разных уровнях их организации и финансирования.

**Таблица 42. Процент участия ведомств представителей госсектора в реализации программ молодежной политики на Юге России (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Участствует в разработке и реализации федеральных молодежных программ	Менее 10 %	0	2	0	0	4	0	2	0	0	8
	10 %	0	0	0	3	2	0	0	0	0	5
	20 %	0	2	0	3	0	0	0	0	0	5
	30 %	6	4	0	2	0	6	0	0	0	18
	40 %	2	2	0	0	0	0	8	0	0	12
	50 %	2	0	2	0	0	0	0	2	0	6
	60 %	0	0	4	2	0	0	0	5	0	11





программ	30 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	40 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	50 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	60 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	70 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	80 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	90 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Отказ респондента от ответа		0	0	0	0	4	4	0	0	5	13

- федеральные программы, в реализации которых участвуют наши респонденты – 77 (пик отмечается на 30%);
- окружные программы – 68 (пик отмечается на 50%);
- региональные программы - 75 (пик отмечается на 60%);
- муниципальные программы – 71 (пик отмечается на 30-40%).

В основном наши респонденты представляют региональные государственные ведомства, которые отвечают за реализацию федеральных, окружных и региональных молодежных программ.

Таким образом, уровень компетентности экспертов госсектора достаточно высок.

**Таблица 43. Наиболее эффективные с точки зрения представителей госсектора программы молодежной политики (частотное распределение)**

	Территория проведения опроса									
	КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Всесторонняя поддержка	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
«Молодежь Адыгеи»	0	0	0	8	0	0	0	0	0	8
Образовательные инновационные форумы, поддержка молодёжной самодеятельности	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Региональные	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Отказ респондента от ответа	10	4	10	2	10	10	10	10	10	76

**Таблица 44. Осведомлённость респондентов (представителей бизнес-сектора и третьего сектора) о существовании гос. программ поддержки малого бизнеса / молодежных НКО и социального предпринимательства (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Бизнес - сектор	Знаю, считаю их эффективными	0	0	2	0	0	2	6	0	2	12
	Знаю, но не считаю их эффективными	2	5	0	8	8	4	4	5	2	38
	Слышал об этом, но имею смутное представление	8	3	6	2	2	0	0	5	6	32
	Не слышал об этом ничего	0	2	2	0	0	4	0	0	0	8
	Затрудняюсь ответить	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Третий сектор (НКО)	Знаю, считаю их эффективными	2	2	1	0	2	1	2	1	0	11
	Знаю, но не считаю их эффективными	3	3	2	5	0	2	4	2	4	25
	Слышал об этом, но имею	4	2	4	5	5	0	1	4	2	27

	смутное представление										
	Не слышал об этом ничего	1	3	3	0	3	2	2	2	1	<b>17</b>
	Затрудняюсь ответить	0	0	0	0	0	5	1	1	3	<b>10</b>

Осведомлённость респондентов (представителей бизнес-сектора и третьего сектора) о существовании гос. программ поддержки малого бизнеса / молодежных НКО и социального предпринимательства.

- знаю, считаю их эффективными – 8,5%;
- знаю, но не считаю их эффективными – 35%;
- слышал об этом, но имею смутное представление – 32,7%;
- не слышал об этом ничего – 13,8%;
- затрудняюсь ответить – 5%.

Как мы видим, осведомленность наших респондентов не очень высока. Но дело, не в компетентности, а дело в закрытости государственных программ от двух негосударственных секторов.

**Таблица 45. Процент возможности повышения эффективности государственных молодежных программ в оценках представителей госсектора (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Федеральных	Менее 10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	20 %	2	2	0	0	0	2	0	0	0	<b>6</b>
	30 %	4	2	2	7	0	4	0	2	0	<b>21</b>
	40 %	0	0	0	2	0	0	6	0	0	<b>8</b>
	50 %	2	2	2	1	0	0	0	5	0	<b>12</b>
	60 %	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	70 %	0	4	4	0	0	0	2	3	5	<b>18</b>
	80 %	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	90 %	0	0	0	0	4	0	0	0	0	<b>4</b>
	100 %	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	6	2	2	0	5	<b>15</b>
В Окружных – ЮФО/СКФО	Менее 10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	20 %	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	30 %	2	2	0	6	0	6	0	0	0	<b>16</b>
	40 %	2	2	0	4	0	0	4	3	0	<b>15</b>
	50 %	2	2	2	0	0	0	0	2	0	<b>8</b>
	60 %	2	2	2	0	0	0	2	2	0	<b>10</b>
	70 %	0	0	4	0	0	0	2	0	0	<b>6</b>
	80 %	0	0	2	0	0	0	0	3	0	<b>5</b>
	90 %	0	0	0	0	4	0	0	0	0	<b>4</b>
	100 %	0	2	0	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	6	2	2	0	10	<b>20</b>
Региональны х	Менее 10 %	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
	10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	20 %	4	0	0	2	2	0	0	0	0	<b>8</b>

	30 %	0	2	0	3	0	4	0	0	0	<b>9</b>
	40 %	2	4	0	3	0	2	4	0	0	<b>15</b>
	50 %	2	0	0	2	0	0	2	0	0	<b>6</b>
	60 %	2	2	2	0	0	0	2	2	0	<b>10</b>
	70 %	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	80 %	0	0	4	0	0	0	0	6	0	<b>10</b>
	90 %	0	0	2	0	4	0	0	2	0	<b>8</b>
	100 %	0	2	0	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	4	2	0	0	10	<b>16</b>
Муниципальных	Менее 10 %	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10 %	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
	20 %	4	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>6</b>
	30 %	0	0	0	1	0	4	0	0	0	<b>5</b>
	40 %	2	2	0	4	0	0	2	0	5	<b>15</b>
	50 %	2	0	0	3	0	0	4	0	0	<b>9</b>
	60 %	2	4	2	0	0	0	2	2	0	<b>12</b>
	70 %	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	80 %	0	0	6	0	0	0	0	8	0	<b>14</b>
	90 %	0	0	0	0	4	0	0	0	0	<b>4</b>
	100 %	0	2	0	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	2	0	0	4	4	2	0	5	<b>17</b>

#### Возможности повышения эффективности государственных молодежных программ в

оценках представителей госсектора

- федеральные программы – 75 респондентов считают возможным повышение эффективности (пик отмечается на 30%);
- окружные – 70 (пик отмечается на 30-40%);
- региональные - 74 (пик отмечается на 40%);
- муниципальные - 73 (пик 40 до 80%).

По мнению представителей госсектора, участвующих в нашем опросе, эффективность государственных программ может быть значительно повышена.

**Таблица 46. Структуры, работа которых признаётся наиболее эффективной для решения проблем молодёжи (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итог о
		КБР	КК	КЧ Р	РА	РД	РИ	РСО- Алания	СК	ЧР	
Госсектор	Государственные органы (мин. образования; отдел по делам молодежи, МВД и т.п.)	10	4	2	10	8	0	4	5	0	<b>43</b>
	Фонды и программы коммерческих организаций (фонд Потанина, УРАЛСИБ и т.п.)	0	4	6	2	0	0	0	5	0	<b>17</b>
	Общественные движения, созданные государственными структурами (Наши, Союз молодежи и т.п.)	0	0	8	2	4	0	2	7	0	<b>23</b>
	Политические партии: Единая Россия; Справедливая Россия,	2	4	2	1	0	0	6	2	0	<b>17</b>

	ЛДПР, Коммунисты										
	Негосударственные некоммерческие организации (НКО)	6	4	0	2	0	4	6	3	0	<b>25</b>
	Неформальные общественные движения (панки, рокеры и т.п.)	0	0	0	0	4	0	0	0	0	<b>4</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	2	6	0	0	10	<b>18</b>
Бизнес - сектор	Государственные органы (мин. образования; отдел по делам молодежи, МВД и т.п.)	4	3	0	4	8	0	6	0	2	<b>27</b>
	Фонды и программы коммерческих организаций (фонд Потанина, УРАЛСИБ и т.п.)	0	2	6	0	0	0	4	0	0	<b>12</b>
	Общественные движения, созданные государственными структурами (Наши, Союз молодежи и т.п.)	4	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>6</b>
	Политические партии: Единая Россия; Справедливая Россия, ЛДПР, Коммунисты	2	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	Негосударственные некоммерческие организации (НКО)	0	5	2	2	2	4	0	10	2	<b>27</b>
	Неформальные общественные движения (панки, рокеры и т.п.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Другое – «Кадыров Р. А.»	0	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	4	0	6	0	0	4	<b>14</b>
Третьй сектор (НКО)	Государственные органы (мин. образования; отдел по делам молодежи, МВД и т.п.)	6	0	2	8	6	2	3	4	1	<b>32</b>
	Фонды и программы коммерческих организаций (фонд Потанина, УРАЛСИБ и т.п.)	1	3	3	0	2	0	1	2	0	<b>12</b>
	Общественные движения, созданные государственными структурами (Наши, Союз молодежи и т.п.)	1	2	2	2	4	0	1	0	0	<b>12</b>
	Политические партии: Единая Россия; Справедливая Россия, ЛДПР, Коммунисты	2	0	0	2	1	0	0	0	0	<b>5</b>
	Негосударственные некоммерческие организации (НКО)	1	3	7	3	1	1	2	8	1	<b>27</b>
	Неформальные общественные движения (панки, рокеры и т.п.)	1	5	1	0	0	0	1	3	0	<b>11</b>
	Другое – «Процессы самоорганизации»	0	1	0	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
	Другое – «Родители»	0	0	0	0	0	0	0	0	1	<b>1</b>
	Другое – «Сама молодёжь»	0	0	0	0	0	0	0	0	3	<b>3</b>
	Отказ респондента от ответа	1	0	0	0	0	7	3	1	5	<b>17</b>

Структуры, работа которых признаётся наиболее эффективной для решения проблем молодёжи

- Государственные органы (мин. образования; отдел по делам молодежи, МВД и т.п.) -----37,7%;
- Негосударственные некоммерческие организации (НКО) -----29%;
- Фонды и программы коммерческих организаций (фонд Потанина, УРАЛСИБ и т.п.) -----17,4%;
- Общественные движения, созданные государственными структурами (Наши, Союз молодежи и т.п.) --15%;
- Политические партии (Единая Россия; Справедливая Россия, ЛДПР, Коммунисты) -----9,6%;
- Неформальные общественные движения (панки, рокеры и т.п.) -----5,5%

Обратим внимание, что доля эффективности программ НКО, принимаемая всеми секторами экономики, находится на 2-позиции.

**Таблица 47. Участие представителей НКО в реализации молодежных программ и продолжительность участия (частотное распределение)**

		Субъект СКФО/ЮФО									
		КБР	КЧР	КК	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Участвую в реализации федеральных молодежных программ	1 год	0	2	3	0	4	5	2	2	0	<b>18</b>
	1-3 года	5	3	0	1	0	3	2	0	5	<b>19</b>
	3-5 лет	4	1	0	0	1	2	1	3	2	<b>14</b>
	5-10 лет	0	2	0	0	1	0	0	1	0	<b>4</b>
	10-15 лет	0	0	0	1	0	0	1	0	0	<b>2</b>
	Более 15 лет	1	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	2	7	8	3	0	4	4	3	<b>31</b>
Участвую в реализации окружных молодежных программ	1 год	1	2	3	0	3	7	1	1	0	<b>18</b>
	1-3 года	1	4	0	0	1	1	3	0	0	<b>10</b>
	3-5 лет	3	1	0	0	1	2	0	3	0	<b>10</b>
	5-10 лет	4	1	0	0	1	0	0	1	0	<b>7</b>
	10-15 лет	0	0	0	0	0	0	1	0	0	<b>1</b>
	Более 15 лет	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	1	2	7	10	4	0	5	5	10	<b>44</b>
Участвую в реализации региональных молодежных программ	1 год	0	2	0	0	2	7	1	1	0	<b>13</b>
	1-3 года	2	2	5	0	1	1	3	0	2	<b>16</b>
	3-5 лет	2	3	0	0	1	2	0	3	5	<b>16</b>
	5-10 лет	3	2	0	1	1	0	0	3	0	<b>10</b>
	10-15 лет	3	0	0	1	2	0	1	0	0	<b>7</b>
	Более 15 лет	0	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	1	5	6	3	0	5	3	3	<b>26</b>
Участвую в реализации муниципальных молодежных программ	1 год	1	2	0	0	2	7	1	1	0	<b>14</b>
	1-3 года	1	3	3	1	1	2	1	0	0	<b>12</b>
	3-5 лет	2	2	3	0	0	1	1	2	0	<b>11</b>
	5-10 лет	3	2	0	1	1	0	0	3	0	<b>10</b>
	10-15 лет	3	0	0	0	3	0	1	0	0	<b>7</b>
	Более 15 лет	0	0	0	5	0	0	0	0	0	<b>5</b>
	Отказ респондента от ответа	0	1	4	3	3	0	6	4	10	<b>31</b>

Участие представителей НКО в реализации молодежных программ и продолжительность участия.

Программы	От 1 до 3 лет.	От 3 до 15 и больше	Всего
Участвую в реализации федеральных молодежных программ	37	22	59
Участвую в реализации окружных молодежных программ	28	18	46
Участвую в реализации региональных молодежных программ	29	35	64
Участвую в реализации муниципальных молодежных программ	26	33	59

Таким образом, уровень компетентности представителей некоммерческого сектора, участвующих в данном исследовании, также не вызывает сомнений.

Давайте теперь посмотрим, все ли исчерпаны возможности некоммерческого сектора с точки зрения наших «экспертов».

**Таблица 48. Оценка уровня развития НКО (частотное распределение)**

			Территория проведения опроса										
			КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого	
Госсектор	Россия	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
		3	0	2	0	3	0	0	2	0	0	0	<b>7</b>
		4	0	2	0	2	2	6	0	10	0	0	<b>22</b>
		5	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
		6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>4</b>
		7	4	4	2	3	4	0	2	0	0	0	<b>19</b>
		8	2	2	8	0	0	0	0	0	0	0	<b>12</b>
		9	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	<b>4</b>
		10	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
		Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	4	0	10	0	<b>16</b>
СКФО	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	
	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>	
	3	0	2	0	3	0	0	0	0	5	0	<b>10</b>	
	4	0	0	0	2	0	6	2	7	0	0	<b>17</b>	
	5	2	4	0	0	0	2	0	3	0	0	<b>11</b>	
	6	4	0	2	1	2	0	0	0	0	0	<b>9</b>	
	7	2	2	4	2	2	0	0	0	0	0	<b>12</b>	
	8	2	2	4	0	6	0	0	0	0	0	<b>14</b>	
	9	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>	
	10	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>	
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	4	0	5	0	<b>11</b>	
Регион прожи	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	
	2	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>	

	вания респон дента	3	0	0	0	5	2	2	0	0	5	<b>14</b>
		4	2	2	2	0	0	4	0	4	0	<b>14</b>
		5	6	4	0	0	2	0	0	6	0	<b>18</b>
		6	2	0	0	3	2	2	0	0	0	<b>9</b>
		7	0	0	8	0	4	0	0	0	0	<b>12</b>
		8	0	4	0	0	0	0	2	0	0	<b>6</b>
		9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		10	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	4	0	5	<b>11</b>
	Муниц ипальн ое образо вание респон дента	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		2	0	0	0	2	2	2	0	0	0	<b>6</b>
		3	2	2	2	5	2	0	2	3	5	<b>23</b>
		4	2	4	0	0	0	2	0	5	0	<b>13</b>
		5	4	0	2	1	0	4	0	2	0	<b>13</b>
		6	2	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>4</b>
		7	0	2	4	0	4	0	0	0	0	<b>10</b>
		8	0	2	2	0	2	0	0	0	0	<b>6</b>
		9	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		10	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	4	0	5	<b>11</b>
Бизн ес- секто р	Россия	1	0	5	2	2	0	0	0	0	0	<b>9</b>
		2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		3	0	0	0	0	2	2	0	0	0	<b>4</b>
		4	0	0	6	0	2	4	0	0	0	<b>12</b>
		5	0	3	2	0	0	2	0	10	2	<b>19</b>
		6	2	0	0	2	2	0	4	0	0	<b>10</b>
		7	0	2	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
		8	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		9	0	0	0	0	2	0	4	0	0	<b>6</b>
		10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		Отказ респондента от ответа	8	0	0	6	2	2	0	0	8	<b>26</b>
	СКФО	1	0	3	0	2	0	0	0	0	0	<b>5</b>
		2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		3	0	0	0	0	2	2	4	5	0	<b>13</b>
		4	0	0	0	2	2	6	0	5	0	<b>15</b>
		5	0	5	8	0	0	0	0	0	0	<b>13</b>
		6	2	0	0	0	2	0	2	0	2	<b>8</b>
		7	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		8	0	0	0	0	0	0	2	0	0	<b>2</b>
		9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
		10	0	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>2</b>
Отказ респондента от ответа	8	2	2	6	2	2	0	0	8	<b>30</b>		
Регион	1	0	3	2	2	0	0	0	0	0	<b>7</b>	

	проживающих респондента	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
		3	0	0	0	2	4	2	4	10	0	22
		4	0	0	3	0	0	6	0	0	2	11
		5	2	5	5	0	0	0	0	0	0	12
		6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		7	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
		8	0	0	0	0	2	0	2	0	0	4
		9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		10	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
		Отказ респондента от ответа	8	0	0	6	2	2	0	0	8	26
	Муниципальное образование респондента	1	0	3	0	2	6	0	0	0	0	11
		2	0	2	0	0	0	4	4	10	2	22
		3	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
		4	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
		5	2	3	8	0	0	0	0	0	0	13
		6	0	2	0	0	0	0	2	0	0	4
		7	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
		8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		9	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
10		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Отказ респондента от ответа	8	0	2	6	2	2	0	0	8	28		
Третий сектор (НКО)	Россия	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
		3	0	3	0	3	1	2	0	0	0	9
		4	1	2	1	2	2	4	0	0	0	12
		5	1	3	3	2	2	3	4	4	0	22
		6	0	2	2	1	2	0	1	1	0	9
		7	4	0	2	0	1	0	3	0	2	12
		8	2	0	1	0	1	0	2	1	2	9
		9	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2
		10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	4	6	13
	СКФО	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	3
		3	0	0	0	4	1	1	0	0	0	6
		4	0	0	2	1	1	3	1	0	0	8
		5	1	3	0	1	3	5	4	3	9	29
		6	1	7	4	0	3	0	4	1	0	20
		7	3	0	2	1	1	0	1	1	0	9
		8	1	0	1	0	1	0	0	1	1	5
		9	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	4	0	7		



Регион проживающих респондента	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	4
	2	2	0	1	1	1	1	2	0	0	8
	3	1	0	0	4	3	1	1	1	3	14
	4	0	0	4	2	0	3	1	1	2	13
	5	3	6	0	0	1	5	3	3	0	21
	6	2	4	2	0	3	0	0	1	0	12
	7	1	0	1	1	0	0	2	0	0	5
	8	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	0	3	5
Муниципальное образование респондента	1	2	0	0	0	2	0	1	1	0	6
	2	2	0	2	1	2	1	3	0	7	18
	3	2	3	1	4	1	3	1	1	2	18
	4	0	0	2	1	1	1	0	0	0	5
	5	2	5	2	0	4	5	3	3	0	24
	6	2	2	1	1	0	0	0	1	0	7
	7	0	0	1	1	0	0	1	0	1	4
	8	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	3	0	6

### **Средние баллы по секторам:**

#### **Госсектор:**

Федеральные НКО – 5,35 балла;

Окружные НКО – 3,7;

Региональные НКО – 4,35;

Муниципальные НКО – 3,47.

#### **Бизнес:**

Федеральные НКО – 3,42 балла;

Окружные НКО – 2,96;

Региональные НКО – 2,9;

Муниципальные НКО – 2,35.

#### **НКО:**

Федеральные НКО – 4,62 балла;

Окружные НКО – 4,92;

Региональные НКО – 3,8;

Муниципальные НКО – 3,58.

Таким образом, при средней и даже ниже среднего уровня развитости некоммерческого сектора, его эффективность признается второй позицией всех программ, реализуемых на юге России в интересах молодежи. Если оказывать поддержку некоммерческому (Добровольческому - еще одно название данного сектора экономики), то эффективность этих программ вполне может занять первую позицию. Причем поддержка региональных и муниципальных НКО там, где должна осуществляться основная работа с молодежью находится на самом низком уровне.

Потребность в поддержке некоммерческого сектора, участвующего в реализации программ с молодежью и для молодежи – очевидна.

**Таблица 49. Оценка представителями госсектора уровня развития бизнеса (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Россия	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	4	0	4	0	0	0	4	2	4	0	<b>14</b>
	5	0	2	2	8	0	4	0	6	0	<b>22</b>
	6	2	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>4</b>
	7	2	2	8	0	0	0	0	0	0	<b>12</b>
	8	4	0	0	0	2	0	0	0	0	<b>6</b>
	9	2	0	0	0	6	0	0	0	0	<b>8</b>
	10	0	2	0	0	0	0	6	0	0	<b>8</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	2	0	10	<b>14</b>
СКФО	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	3	0	0	0	0	0	0	0	2	0	<b>2</b>
	4	0	0	2	0	0	4	0	8	0	<b>14</b>
	5	0	0	0	5	0	4	0	0	0	<b>9</b>
	6	2	6	2	3	0	0	0	0	0	<b>13</b>
	7	2	0	2	0	2	0	0	0	0	<b>6</b>
	8	2	0	0	0	4	0	2	0	0	<b>8</b>
	9	4	2	2	0	4	0	4	0	0	<b>16</b>
	10	0	2	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	2	0	0	2	4	0	10	<b>18</b>
Регион проживания респондента	1	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	2	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	3	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	3	0	2	0	0	0	<b>5</b>
	4	0	0	2	7	2	2	2	7	0	<b>22</b>
	5	6	0	0	0	2	2	2	0	0	<b>12</b>
	6	0	4	0	0	0	2	2	3	0	<b>11</b>
	7	4	2	4	0	0	0	0	0	0	<b>10</b>
	8	0	0	2	0	6	0	0	0	0	<b>8</b>
	9	0	4	2	0	0	0	2	0	0	<b>8</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	0	2	2	0	10	<b>14</b>
Муниципальное образование	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	2	2	0	0	1	0	2	0	0	5	<b>10</b>
	3	2	0	0	6	4	0	0	0	0	<b>12</b>
	4	0	0	4	3	0	2	6	8	0	<b>23</b>
	5	4	2	0	0	0	4	0	2	0	<b>12</b>

респондента	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	7	2	4	4	0	6	0	0	0	0	0	<b>16</b>
	8	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
	9	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>4</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	2	0	0	2	2	0	5		<b>11</b>

**Средние баллы по оценкам госсектора:**

**Госсектор:**

Федеральный бизнес – 5,3 балла;

Окружной бизнес – 5;

Региональный бизнес – 4,83;

Муниципальный бизнес – 4,1.

С точки зрения поддержки бизнеса, как мы видим, немного выше. Однако и здесь видна потребность в поддержке. И опять меньшее внимание уделяется региональным и муниципальным организациям.

**Таблица 50. Оценка представителями НКО уровня вовлечённости бизнеса в поддержку социальных программ (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									Итого
		КБР	КК	КЧР	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	
Россия	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>1</b>
	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	3	0	0	1	4	2	2	0	2	0	<b>11</b>
	4	4	0	2	0	0	4	0	2	4	<b>16</b>
	5	3	5	5	0	1	4	2	3	1	<b>24</b>
	6	2	0	1	1	1	0	2	0	0	<b>7</b>
	7	1	0	0	0	3	0	5	0	0	<b>9</b>
	8	0	3	0	1	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	9	0	0	0	0	2	0	0	0	3	<b>5</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	1	3	2	<b>9</b>
СКФО \ЮФО	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0	<b>4</b>
	2	1	0	0	3	0	0	0	0	0	<b>4</b>
	3	1	0	0	3	2	2	0	2	2	<b>12</b>
	4	4	3	5	1	1	5	3	1	2	<b>25</b>
	5	2	0	2	0	2	3	2	3	1	<b>15</b>
	6	1	0	1	1	3	0	2	1	3	<b>12</b>
	7	0	2	1	0	1	0	3	0	0	<b>7</b>
	8	0	3	0	0	0	0	0	0	0	<b>3</b>
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	3	2	<b>8</b>
Регио	1	2	2	1	0	2	0	2	0	0	<b>9</b>

н прожи вания респон дента	2	2	0	2	3	1	0	0	2	2	<b>12</b>
	3	2	0	0	4	3	2	2	1	0	<b>14</b>
	4	3	3	2	0	0	5	2	1	5	<b>21</b>
	5	0	0	3	0	3	3	1	2	0	<b>12</b>
	6	1	0	1	0	0	0	1	1	1	<b>5</b>
	7	0	2	0	1	1	0	2	0	0	<b>6</b>
	8	0	3	0	0	0	0	0	0	0	<b>3</b>
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	0	3	2
Муни ципал ьное образо вание респон дента	1	2	2	2	1	3	0	3	0	2	<b>15</b>
	2	4	3	1	1	0	1	1	2	7	<b>20</b>
	3	1	0	0	5	3	1	0	1	0	<b>11</b>
	4	3	2	3	0	2	4	1	1	0	<b>16</b>
	5	0	0	3	0	1	4	1	3	0	<b>12</b>
	6	0	3	0	0	0	0	3	0	1	<b>7</b>
	7	0	0	0	1	1	0	1	0	0	<b>3</b>
	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	1	2	0	0	0	0	3	0

**Средние баллы по оценкам НКО вовлеченности бизнеса в поддержку социальных программ:**

- Федеральные бизнес – 3,2 балла;
- Окружные бизнес – 5;
- Региональные бизнес – 3,1;
- Муниципальные бизнес – 3.

Думается, что и вовлеченность бизнеса в социальные программы зависит от его государственной поддержки. Немаловажным является и развитие межсекторного взаимодействия на всех уровнях разработки и реализации молодежных программ.

**Таблица 51. Участие представителей бизнес-сектора в молодежной деятельности (частотное распределение)**

		Территория проведения опроса									
		КБР	КЧР	КК	РА	РД	РИ	РСО-Алания	СК	ЧР	Итого
Участвую в поддержке окружных молодежных программ	Финансово	0	0	0	2	0	0	8	0	0	<b>10</b>
	Материально	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Организационно	0	6	2	2	0	6	0	0	0	<b>16</b>
	Юридически	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Морально	0	0	3	0	2	0	0	0	0	<b>5</b>
	Нет	10	4	5	6	8	2	2	0	4	<b>41</b>
Участвую в поддержке региональных	Финансово	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Материально	0	0	0	0	0	4	6	0	0	<b>10</b>
	Организационно	0	6	2	0	0	0	0	5	0	<b>13</b>
	Юридически	0	0	0	0	0	2	2	0	0	<b>4</b>

молодежных программ	Морально	2	2	3	2	0	0	0	0	0	<b>9</b>
	Нет	8	2	5	6	6	2	2	0	4	<b>35</b>
Участвую в поддержке муниципальных молодежных программ	Финансово	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Материально	6	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>8</b>
	Организационно	2	6	2	0	0	2	6	5	0	<b>23</b>
	Юридически	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Морально	2	2	3	2	0	4	4	0	0	<b>17</b>
	Нет	2	0	5	6	6	0	0	0	4	<b>23</b>
Участвую в поддержке программ молодежных общественных организаций	Финансово	0	0	0	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
	Материально	8	0	0	0	0	2	4	0	0	<b>14</b>
	Организационно	2	6	0	0	0	4	2	0	0	<b>14</b>
	Юридически	0	0	0	0	0	4	0	0	0	<b>4</b>
	Морально	0	4	3	2	0	2	2	0	0	<b>13</b>
	Нет	2	0	4	4	6	0	0	0	4	<b>20</b>
Создал и поддерживаю молодежную общественную организацию		0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Являюсь членом молодежной общественной организации		0	0	3	0	0	2	0	0	0	<b>5</b>
Являюсь добровольцем российской/региональной/муниципальной добровольческой программы		0	0	0	2	0	4	0	0	0	<b>6</b>
Не участвую в поддержке молодежных программ, но хотел бы		2	0	3	6	4	0	0	0	0	<b>15</b>
Не имею желания участвовать ни в каких программах, кроме своего бизнеса		2	0	3	0	4	0	0	0	4	<b>13</b>
Отказ респондента от ответа		0	0	0	0	0	0	0	5	4	<b>9</b>

Итак, из 90 участников опроса - представителей бизнес сектора - участвуют в молодежных программах следующим образом:

Уровни программ	Общее число участвующих	Финансово	Юридически	Материально	Морально	Организационно
В окружных программах	33	10		2	5	16
В региональных программах	33		4	10	9	13
Муниципальных программах	48			8	17	23
Участвуют в поддержке молодежных общественных организаций	47	2	4	14	13	14

Конечно, за этими цифрами сложно увидеть конкретную картину участия. Это возможно только при расширении доверительных отношений между всеми участниками программ, направленных на повышение эффективности молодежной социальной политики на юге



	Если и возможно взаимодействие, то только с НКО	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	Не знаю, что такое межсекторное взаимодействие	0	0	0	0	2	0	2	0	5		<b>9</b>
	Основой эффективности может быть только межведомственное взаимодействие	2	0	2	0	0	2	0	3	0		<b>9</b>
	Отказ респондента от ответа	0	0	0	0	4	4	2	0	0		<b>10</b>
Бизнес-сектор	Это единственный принцип, на котором можно выстраивать успешную молодежную политику	0	2	0	4	2	2	4	0	2		<b>16</b>
	Считаю, что в нашей стране выстроить такое взаимодействие трудно, но возможно	4	5	6	2	2	0	6	10	2		<b>37</b>
	Создать настоящее равноправное взаимодействие в нашем округе/регионе/муниципалитете невозможно	1	0	0	0	0	0	0	0	0		<b>1</b>
	Если и возможно взаимодействие, то только с бизнес-структурами	2	0	2	0	0	0	0	0	0		<b>4</b>
	Если и возможно взаимодействие, то только с НКО	0	0	0	0	2	2	0	0	0		<b>4</b>
	Не знаю, что такое межсекторное взаимодействие	0	3	2	2	4	4	0	0	4		<b>19</b>
	Основой эффективности может быть только межведомственное взаимодействие	0	0	0	0	0	0	0	0	0		<b>0</b>
	Отказ респондента от ответа	3	0	0	2	0	2	0	0	2		<b>9</b>
	Третий сектор (НКО)	Это единственный принцип, на котором можно выстраивать успешную молодежную политику	5	0	5	4	2	6	5	4	1	
Считаю, что в нашей стране выстроить такое взаимодействие трудно, но возможно		4	3	4	2	5	0	2	3	2		<b>25</b>
Создать настоящее равноправное взаимодействие в нашем округе/регионе/муниципалитете невозможно		0	2	1	0	1	0	2	0	0		<b>6</b>
Если и возможно взаимодействие, то только с бизнес-структурами		0	2	0	1	0	0	1	1	0		<b>5</b>
Если и возможно взаимодействие, то только с НКО		0	0	0	0	0	0	0	0	4		<b>4</b>
Не знаю, что такое		1	0	0	1	1	0	0	0	0		<b>3</b>

межсекторное взаимодействие											
Основой эффективности может быть только межведомственное взаимодействие	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Отказ респондента от ответа	0	3	0	2	1	4	0	2	3		<b>15</b>

Итак,

	<b>Госсектор</b>	<b>Бизнес</b>	<b>НКО</b>	<b>Итого</b>	<b>Итого в %</b>
Это единственный принцип, на котором можно выстраивать успешную молодежную политику	27	16	32	<b>75</b>	<b>27%</b>
Считаю, что в нашей стране выстроить такое взаимодействие трудно, но возможно	27	37	25	<b>89</b>	<b>33%</b>
Создать настоящее равноправное взаимодействие в нашем округе/регионе/муниципалитете невозможно	6	1	6	<b>13</b>	<b>4,8%</b>
Если и возможно взаимодействие, то только с бизнес-структурами	2	4	5	<b>11</b>	<b>4%</b>
Если и возможно взаимодействие, то только с НКО	0	4	4	<b>8</b>	<b>2,9%</b>
Не знаю, что такое межсекторное взаимодействие	9	19	3	<b>31</b>	<b>11,4%</b>
Основой эффективности может быть только межведомственное взаимодействие	9	0	0	<b>9</b>	<b>3,3%</b>
Отказ респондента от ответа	10	9	15	<b>34</b>	<b>12,6%</b>

Как видим, в совокупности тех, кто считает, что межсекторное взаимодействие - это единственный принцип, на котором можно выстраивать успешную молодежную политику (27%), что основой эффективности может быть только межведомственное взаимодействие (3,3%) и что в нашей стране выстроить такое взаимодействие трудно, но возможно (33%), в совокупности получается 63,3%. Это относительно высокий процент. Однако с учетом того, что интервьюируемые были привлечены представителями НКО (т.е. в основном те, кто уже взаимодействует), то общая картина может выглядеть менее позитивно.