

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ
имени М. МАТУСОВСКОГО»**

**МЕНЕДЖМЕНТ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**МАТЕРИАЛЫ
V ОТКРЫТОЙ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

16 февраля 2017 г.

Луганск

УДК 379.8
ББК 65.49
М50



Менеджмент социокультурной деятельности: состояние М50 и перспективы : материалы V Откр. респ. науч.-практ. конф. (Луганск, 16 февр. 2017 г.). – Луганск : Изд-во ЛГАКИ имени М. Матусовского, 2017. – 166 с.

Сборник содержит материалы докладов, в которых рассмотрено состояние и перспективы развития современного менеджмента в сфере культуры и искусств. Освещены пути решения управленческих проблем, которые касаются: управления проектами в социокультурной сфере, административного управления на предприятии, социальной корпоративной ответственности, методологии подготовки кадров сферы культуры и искусств и др.

Для научных работников, преподавателей и студентов высших учебных заведений культуры и искусств, государственных служащих, работников организаций сферы культуры и искусств.

УДК 379.8
ББК 65.49

Ответственный редактор:

В. Л. Филиппов

Редакционная коллегия:

В. К. Суханцева,
В. В. Аронова,
Н. В. Колотовкина,
Н. И. Шилина

*Рекомендовано к печати Ученым советом
Луганской государственной академии культуры и искусств
имени М. Матусовского
(протокол № 5 от 25 января 2017 г.)*

Материалы докладов и сообщений, включенные в сборник,
печатаются в авторской редакции

Ответственные за выпуск:
В. В. Аронова, Н. В. Колотовкина

© ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского», 2017

СОДЕРЖАНИЕ

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ
В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Бачевский Б. Е., Решетняк Е. А., Артемов С. С. Диагностика потенциала предприятия	6
Бобцов В. В., Манацков А. А. Система оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии	9
Бурнукин В. А., Заврыка И. Ю. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия	12
Бурнукина О. А., Головлев Н. А. Формирование системы управления конкурентоспособностью предприятия	15
Волошинова Н. А. Проблема формирования адаптационной структуры управления в аграрных предприятиях	18
Воронов А. Э., Твардюк Н. С. Радиочастотная идентификация как метод организации контроля над производственными ресурсами	22
Дариенко О. Л., Иванова К. А. Анализ гендерных аспектов системы управления	24
Дейнека Л. А., Лискевич И. И. Активизация научно-исследовательской работы студентов	27
Дейнека Л. А., Михайлюк М. В. Роль внебюджетных источников в финансировании учреждений культуры	32
Дмитренко О. Н. Теоретические основы реализации компетентностного подхода в системе среднего профессионального образования	36
Журавлева Н. В. Обоснование применения проектно-ориентированного подхода к управлению современным предприятием	40
Журавлева Н. В., Бурым В. М. Основные направления формирования эффективной финансовой стратегии развития предприятия	43
Казакова Е. В. Активизация маркетинговых коммуникаций с использованием брендинга	48
Колесникова Е. Н. Майнд-менеджмент в образовательном процессе	51
Колесникова Е. Н., Мельянченко С. В. Некоторые аспекты системного подхода в управлении качеством высшего образования	55
Куцурубова-Шевченко Е. В., Кутовая И. Э., Каралкина Т. В. Правовая культура как направление правовой работы в высших учебных заведениях	61
Медведева М. И. К теоретическим аспектам процесса стратегического планирования на предприятии	65
Мельник Н. А., Прилепко А. И. Сущность социализации отношений на предприятии	69

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Токман А. А. Модель управления качеством образования в высшем учебном заведении	75
Шаталова Е. А. Направления развития диверсификации деятельности предприятия	80
Щербакова Е. В. Структура экономического потенциала региона	83

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ И МЕНЕДЖМЕНТЕ

Велигура А. В., Быстрицкая А. Р. Обнаружение проблем внедрения CRM и способы их решения путем применения технологий Data Mining и Web Mining	89
Велигура А. В., Качанов В. В. Анализ средств разработки интернет-ресурсов	93
Воронова А. Г. CRM-системы как ИТ-инструмент бизнес-аналитики	95
Заруцкий И. Д., Курячий И. Ф. Автоматизированные рабочие места в информационной системе менеджмента	101
Литвиненко Н. К. Электронный учебник: основные требования к созданию	104

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Борзенко-Мирошниченко А. Ю. Целевое обоснование проекта создания культурно-новостного информационного ресурса города Луганска	106
Дейнека Л. А., Богучарскова Т. Ю. Проектные подходы в развитии сферы социального туризма	109
Дейнека Л. А., Клеймёнов П. Е. Проектный подход к формированию команды реконструкции систем электроснабжения	114
Оленина Г. В., Харина А. С. Теория и методология разработки социально-культурных проектов и программ в учреждениях социально-культурной сферы	119

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

АДМИНИСТРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аронова В. В. Формирование комплекса административно-информационного обеспечения изменений в маркетинговой деятельности на предприятии	124
Аронова В. В., Приходько Т. А. Инструменты антикризисного управления предприятием социально-культурной сферы	126
Махонич И. В., Бут И. Д. Особенности административного управления на предприятии	130
Мирошниченко И. Н. Администрирование коммерческой деятельности на предприятии	134

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ**

Бугаёв В. А. Компетентностный подход в подготовке кадров в сфере культуры и искусств	138
Велигура А. В., Белицкая Е. А. Управление персоналом на предприятии, выделение основных принципов управления	140
Клименчукова Н. С., Оноприенко Е. В. Проблемы мотивации труда на предприятиях в условиях рыночной экономики	142
Лохматов С. А. Повышение трудовой активности работников социокультурной сферы	144
Шмелёва И. А., Решетняк Н. В. Решения проблем в кадровом менеджменте как фактор повышения конкурентоспособности предприятия	148

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ, МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
МЕНЕДЖМЕНТА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Голубцова О. А. Методические аспекты формирования стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия	151
Шапвалова И. Н. Теоретические аспекты механизма управления финансовой безопасностью предприятия	157
<i>Сведения об авторах</i>	162

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ
В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 621:382

Б. Е. Бачевский, Е. А. Решетняк, С. С. Артемов,
г. Луганск

ДИАГНОСТИКА ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях роста уровня глобализации экономики любой объект является элементом системы мирового производства и товарно-денежного обмена. Связи такого объекта с другими элементами указанных систем, в которых он только используется определенное время или развивается в ходе целенаправленных изменений, постоянно укрепляются. Объекты, в отношении которых планируются изменения, требующие затрат, нуждаются в определении их потенциала (не как ресурса, запаса, возможности [8; 9], а как свойств) и эффективности затрат, направляемых на развитие.

Решение задачи определения целесообразности, выгоды, эффективности таких изменений или неизменности текущего использования объекта в течение определенного времени, без учета его свойств (потенциала), факторов времени, факторов изменения внешней по отношению к объекту среды становится невозможным.

Для обоснования принимаемых решений в мировой системе производства и товарно-денежного обмена необходимо выделение **объектов**: страны, региона, отрасли, предприятия, ресурсов, отдельного работника с точки зрения необходимости диагностики и оценки их потенциала.

При этом рассматривается альтернатива **процессов**: мероприятий, направленных на использование определенных природных, искусственных и трудовых ресурсов, или мероприятий, направленных на их развитие с последующим использованием.

С этой точки зрения целесообразно совместить существующие подходы к определению экономической эффективности и теории потенциала предприятия, которое является центральным элементом системы производства и товарно-денежного обмена территории (административной единицы, региона, страны). Структура потенциала предприятия позволяет определить границы, в которых с определенным уровнем эффективности могут реализоваться процессы его использования и развития (рис. 1) [3].

Потенциал объекта		
Существующий потенциал		Потенциал развития
Реализованный потенциал	Не реализованный потенциал	
	резерв излишек	

Рис. 1. Структура потенциала диагностируемого объекта

При этом следует отдельно учитывать:

1. Технический потенциал, который ограничивает реализацию существующего

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

потенциала или потенциала развития предприятия условием наличия и приемлемого состояния ресурсов (природных, технических, информационных, трудовых, финансовых и т. д.).

2. Производственный потенциал, в котором ограничения налагаются требованиями к продукции и спросом на рынке сбыта.

3. Экономический потенциал, который может ограничиваться даже при наличии всех необходимых ресурсов недостаточным уровнем эффективности их использования или развития объекта по сравнению с другими вариантами вложения средств.

Использование категории «потенциал», в первую очередь «потенциал развития» в диагностике и оценке свойств природных или искусственных объектов (в том числе предприятий), в целях планирования развития и прогнозирования их состояния на перспективу следует выполнять на основе расчета показателей экономической эффективности вариантов, мероприятий, управленческих решений. Это позволяет сделать оценку комплексной, учитывать не только фактор времени, но и изменения внешнего влияния на эффективность деятельности предприятия в течение прогнозируемого периода, на который определяется потенциал.

Расчет экономического потенциала развития ($P_e^{розв}$) можно выполнить как определение прибыли от реализации мероприятий обновления на основе выбора наиболее эффективного варианта с учетом фактора времени, фактора спроса, фактора наличия необходимых ресурсов [4; 5]:

$$P_e^{розв} = P_p^{зам} + P_p^{мод} + P_p^{ос} + P_p^{\delta} + P_p^{об} = \Delta Q_{np}^{розв} \times C^p - \Delta Z_{ном} - 3_p^p / T_{ок}, \quad (1)$$

где $P_p^{зам}$ – потенциал мероприятий замены оборудования;

$P_p^{мод}$ – потенциал модернизации производства;

$P_p^{ос}$ – потенциал переоснащения со сменой функций, автоматизацией;

P_p^{δ} – потенциал дополнительного ввода объектов ОПФ;

$P_p^{об}$ – потенциал объединения объектов ОПФ (в линию, комплекс);

$\Delta Q_{np}^{розв}$ – обеспеченный спросом расчетный объем дополнительного выпуска и реализации продукции (работ, услуг) в натуральных единицах;

C^p – расчетная цена единицы продукции, грн;

$\Delta Z_{ном}$ – расчетные годовые текущие затраты на производство и реализацию дополнительных объемов продукции улучшенного качества, с использованием новых материалов, по новым технологиям, грн;

3_p^p – расчетные капитальные затраты на обновление, грн;

$T_{ок}$ – среднеотраслевой (или по реализованным ранее проектам) срок окупаемости капитальных затрат, лет.

В многономенклатурном производстве для (n) видов продукции:

$$P_e^{розв} = \sum_{i=1}^n (\Delta Q_{np,i}^{розв} \times C_i^p - \Delta Z_{ном,i} - 3_{p,i}^p / T_{ок}), \quad (2)$$

Если срок реализации мероприятий превышает один год, для определения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

целесообразности обновления можно применить методику расчета эффективности инвестиционных проектов с учетом фактора времени [1; 2].

Сущность экономической эффективности обычно [6; 7] предлагается определять соотношением результатов и затрат, что представляет собой не столько сущность категории, сколько алгоритм расчета показателя. Согласно более обобщенному подходу эффективность трактуется как выгодность. При этом различают абсолютную эффективность как выгодность эксплуатации определенного объекта, и сравнительную, которая определяется в ходе сравнения выгодности организационно-технических мероприятий, конструктивных решений, выбора технологий. Чаще всего определяют эффективность капитальных вложений, как выгодность единовременных затрат с незначительным сроком возврата инвестиций, и эффективность инвестиционных проектов, по которым капитальные затраты осуществляются не единовременно, а срок возврата инвестиций превышает один год.

Существует точка зрения, согласно которой эффективность – это единый обобщающий показатель, однако при этом упоминается такой показатель, как экономический эффект, тоже определяемый соотношением результатов и затрат. На наш взгляд, экономическая эффективность, как выгодность или целесообразность (использования, развития объекта), отражается системой показателей. В систему должны входить абсолютные показатели (такие, как прибыль, капитальные вложения, экономия себестоимости) и относительные (экономический эффект, коэффициент экономической эффективности, срок окупаемости затрат). В совокупности они отображают целесообразность реализации проекта (или текущей эксплуатации объекта) с учетом уровня ожидаемого результата, затрат на реализацию, которые может позволить себе хозяйствующий субъект исходя из собственного финансового состояния и внешних условий, и фактора времени, в течение которого осуществляются расходы и формируется результат.

Определение эффективности следует выполнять с учетом внешних и внутренних ограничивающих (или содействующих) факторов, которые могут носить экономический, социальный, организационно-технический характер. При этом необходимо учитывать не только ожидаемый результат за назначенный срок реализации, но и возможные негативные последствия, уровень риска потери вложенных средств, отдаленные во времени результаты реализации тех или иных мероприятий, определение которых должно выполняться в пределах допустимой погрешности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку та критеріїв оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів» від 18 липня 2012 р. № 684, Київ.
2. Приказ Министерства регионального развития Российской Федерации от 30 октября 2009 г. № 493 «Об утверждении Методики расчета показателей и применения критериев эффективности региональных инвестиционных проектов, претендующих на получение государственной поддержки за счет бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rg.ru/2010/01/29/metodika-dok.html>
3. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. – К. : Ц-р учб. л-ри, 2009. – 400 с.
4. Бачевський Б. Є. Потенціал підприємства : монографія / Б. Є. Бачевський. – Луганськ : Ноулідж, 2013. – 715 с.
5. Бачевський Б. Є. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник /

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – Луганськ : Ноулідж, 2014. – 412 с.
6. Бочаров В. В. Финансовый анализ / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2007. – 240 с.
 7. Друкер П. Практика менеджмента : пер. с англ. / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2006. – 400 с.
 8. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / Н. С. Краснокутська – К. : Ц-р навч. л-ри, 2005. – 352 с.
 9. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олесюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

УДК 658.86.87

*В. В. Бобцов, А. А. Манацков,
г. Луганск*

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Система маркетинга предприятий АПК функционирует в определенной маркетинговой среде. Маркетинговая среда – это совокупность действующих за пределами компаний субъектов и сил, которые влияют на развитие и поддержку службами маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми клиентами. Подавляющее большинство исследователей разделяют маркетинговую среду на микросреду и макросреду [2].

Микросреда создает факторы, которые тесно связаны с компанией, как то: сама компания, посредники, поставщики, конкуренты, потребители и контактные аудитории. Макросреда представлена более общими внешними факторами, которые оказывают влияние на микросреду в целом. Различают семь составляющих макросреды: экономические, технологические, конкурентные, международные, социальные, рыночные, политические [Там же].

Успех или неудача работы предприятий на рынке обусловлены именно взаимодействием и взаимосвязью внешних и внутренних факторов, управляемых или неуправляемых, микро- и макросредой. Предприятию для успешной деятельности на внешних и внутренних рынках, закрепления и стабильного функционирования необходимо использование рыночно ориентированной системы маркетинга. Необходимо учитывать, что низкая экономическая эффективность деятельности любого субъекта может быть вызвана негативными изменениями неконтролируемых факторов внешней среды. Поэтому важной адаптивной функцией маркетинга является разработка средств предупреждения и нейтрализации их последствий [1].

Подавляющее большинство руководителей агропромышленных предприятий считает необходимым использование маркетинговых принципов в процессе рыночной трансформации, но маркетинг используется не как целостная система управления производственно-сбытовой деятельностью, а в виде отдельных маркетинговых мероприятий, направленных на достижение конкретных рыночных целей. Поэтому вопросы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий АПК при неопределенности и неустойчивости рыночной среды приобретают актуальность.

Общепринятая методика определения экономической эффективности маркетинговой

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

деятельности не может быть применена на предприятиях АПК, поскольку их маркетинговая деятельность имеет свою специфику. Разработка такой методики оценки эффективности маркетинговой деятельности исходит из того, что это четкий алгоритм определения количественного результата по отношению к затратам на всех этапах осуществления маркетинговой деятельности.

Маркетинговая деятельность предприятий АПК направлена на достижение определенных целей, получение определенного результата. Если результат совпадает с целью, то деятельность следует считать эффективной. Такой подход приводит принцип измеримости эффективности – принцип взаимосвязи целей маркетинговой деятельности и ее конечного результата (эффекта).

Можно выделить несколько определений экономической эффективности маркетинговой деятельности [3]:

1. Это относительный разнообразный (по всем этапам процесса маркетинга) результат, соответствующий конечным и промежуточным целям осуществления маркетинговой деятельности.

2. Это отношение эффекта (результата) от проведения маркетинговой деятельности ко всем расходам, сопровождающим этот процесс.

3. Это отдача затрат, связанных с маркетинговой деятельностью, которая может оцениваться в виде отношений эффекта, результата, выраженного в натуральной (вещественной или нематериальной) или стоимостной (ценовой) формах к затратам всех необходимых ресурсов (материально-технических, трудовых и др.) для организации и осуществления маркетинговой деятельности.

Характерной особенностью управления системой маркетинга предприятий является то, что эффективные результаты не могут быть достигнуты простым применением одного из методов. Это процесс их комплексного применения для решения стратегических проблем, и выбор между конкретными методами осуществляется на основе стратегического контекста.

Л. В. Балабанова предлагает оценивать эффективность маркетинга по следующим направлениям: покупатель, маркетинговые интеграции, адекватность информации, стратегическая ориентация, оперативная эффективность [1]. При этом она не определяет систему показателей оценки данных направлений и алгоритм расчета эффективности.

Большинство практиков, как показал опыт американских фирм, утверждают, что эффект маркетинговой деятельности состоит в росте объемов продаж и прибыли. По нашему мнению, на конечные результаты влияют, кроме маркетинга, и другие составляющие потенциала предприятия: менеджмент, кадры, производственные возможности (оборудование, технология), финансы, поэтому такая оценка является очень упрощенной.

Г. Рассел предлагает оценивать эффективность маркетинговой деятельности как эффективность затрат на маркетинг. При этом с помощью экономико-статистических методов исследуется зависимость между затратами на маркетинг и результатом – объемом продаж или прибыли. Мы считаем, что такой метод оценки – это оценка эффективности расходов, а не самой маркетинговой деятельности.

М. Мак-Дональд приводит результаты исследований начала 90-х, которые проводились в Англии, некоторых европейских странах и США. Анализ эффективности маркетинга проводился по следующим направлениям: внутреннее отношение менеджмента компаний к маркетингу (его определение, роль и функции); организация этой деятельности

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

(вовлечение в процесс стратегического планирования, уровня координации и информационного обмена между функциями маркетинга); практическое выполнение функций маркетинга (использование маркетинговых исследований, планирование, участие в разработке новых товаров и т. д.). Мак-Дональд в упомянутом выше исследовании замечает, что для того, чтобы достичь безупречного маркетинга в Великобритании, нужно всего три вещи: совершенствование информационной системы; измерение и мониторинг эффективности маркетинговой деятельности; инвестиции в обучение и развитие персонала [Там же].

Таким образом, все методы, используемые в маркетинговом анализе, нами не отбрасываются, а рассматриваются в принципиально новом контексте, основанном на принципах стратегического маркетинга, то есть ориентации на нужды потребителей, лидерстве и т. п.

Предлагаемая нами методика оценки соответствует следующим условиям:

1. Цель оценки – для оперативного аудита маркетинга, мониторинга эффективности маркетинга, сравнительного анализа маркетинга по предприятиям, а также для оценки конкурентоспособности предприятий (комплексная оценка маркетинга как фактора конкурентных преимуществ).

2. Назначение результатов. Результаты оценки могут быть использованы работниками предприятий для планирования маркетинга и конкурентоспособности, совершенствования организации маркетинга на предприятии, принятия решений по повышению квалификации специалистов служб маркетинга.

3. Для кого предназначена. Предложенная методика предназначена для специалистов маркетинговых служб, центров маркетинга, исследователей в области маркетинга.

Маркетинговая деятельность на практике реализуется путем выполнения функций маркетинга: исследования рынка, сегментации рынка и выбора целевых сегментов рынка, позиционирования товара, разработки эффективного товарного ассортимента, введения на рынок новых товаров, осуществления гибкой ценовой политики, выбора эффективных каналов сбыта и организации сбытовой деятельности, осуществления эффективной коммуникационной деятельности. Основными функциями управления являются планирование и организация, поэтому от того, насколько качественными и объективными будут планы маркетинга и от эффективного построения службы маркетинга зависит успех всей маркетинговой деятельности [4].

Оценить выполнение этих функций маркетинга и функций управления маркетингом можно, на наш взгляд, только с помощью экспертной оценки. Экспертами должны выступать специалисты службы маркетинга предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : учебник / Л. В. Балабанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Знание-Пресс, 2004. – 645 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : пер. с англ. / Филип Котлер. — М. : Альпина паблишерз, 2010. — 211 с.
3. Ткаченко В. Г. Основы маркетинговой деятельности фирмы : учеб. пособие / В. Г. Ткаченко, Н. В. Брагинец, В. И. Богачев. – Луганск : Кн. світ, 2000. – 236 с.
4. Чеботарева Е. Н. Основные тенденции развития системы маркетинга на предприятиях АПК в современных условиях / Е. Н. Чеботарева // Наук. вісн. Луган. нац. аграр. ун-ту. – Луганськ, 2011. – Т. 1, № 16. – С. 340 – 355.

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Современное предприятие все больше ориентирует свою деятельность на клиента. Это повышает значимость маркетинговой составляющей в обеспечении эффективного функционирования и развития предприятия. Поэтому вопросы оценки эффективности управления маркетинговой деятельностью приобретают актуальность. Данная проблема преследует две цели:

- обоснование эффективности маркетинговой деятельности на стадии разработки или принятия решения, в частности, выбор оптимального варианта;
- определение конечной эффективности маркетинговой деятельности после завершения определенного периода времени, исходя из фактически достигнутых результатов [2, с. 41].

Определение экономической эффективности управления маркетинговой деятельностью предусматривает определение факторов, влияющих на показатель эффективности маркетинговой деятельности, их взаимозависимость, характер влияния на показатель эффективности, выявление резервов повышения эффективности.

Рассмотрению методик определения эффективности маркетинговых мероприятий должно предшествовать раскрытие сущности понятия «эффективность маркетинга».

Эффективность маркетинга – это показатель оптимальности принятых маркетинговых мероприятий для уменьшения расходов и достижения ожидаемых результатов в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Кроме того, эффективность деятельности предприятий в значительной степени определяется функционированием маркетинговой системы. Работники отдела маркетинга непосредственно не создают продукцию, но, осуществляя определенную организационную и коммерческую деятельность по производству товара, сохранению его качества, обеспечению товарной инфраструктуры, являются составляющей производственного процесса. Следовательно, эффективность маркетинговой деятельности в широком смысле этого слова означает соотношение между результатом (эффектом) от маркетинговых мероприятий и расходами, которые с ними связаны.

Согласно принципам маркетингоориентированной организации принято оценивать как экономическую, так и социальную эффективность маркетинговой деятельности.

Экономическая эффективность маркетинговой деятельности определяется соотношением между экономическим результатом, полученным от маркетинговой деятельности, и величиной затрат на проведение маркетинговых мероприятий за определенный промежуток времени.

Социальная эффективность определяется тем, насколько точно конкретное маркетинговое мероприятие способствует достижению поставленной стратегической цели предприятия по удовлетворению потребностей потребителей, повышению степени удовлетворенности за счет улучшения качества поставляемых населению товаров и услуг и, как результат, увеличению прибыли предприятия.

В целом современные методические подходы к оценке эффективности управления

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

маркетинговой деятельностью можно представить в виде четырех групп:

– количественные (фактографические) – предусматривают сравнение результативных показателей маркетинговой деятельности с затратами на ее осуществление: рентабельность инвестиций в маркетинг; оценка стоимости бренда; оценки рыночного успеха компании в зоне конкурентов;

– социологические – нацелены на использование инструментов прикладной социологии, а именно: на разработку социологических исследований и проведение исследований в соответствии с этими программами (например, оценка коммуникаций);

– экспертные (субъективные) – предусматривают использование специальных знаний и практического опыта экспертов для получения общих суждений об эффективности маркетинговой деятельности предприятия преимущественно в виде оценок (в баллах);

– качественные методы основаны на проведении аудита маркетинга – это всеобъемлющая, систематическая, независимая и периодическая проверка внешней среды маркетинга, целей, стратегий и конкретных направлений маркетинговой деятельности на предприятии в целом или в его отдельных структурных подразделениях. Проводится собственными силами или с привлечением независимых экспертов [1, с. 367].

Рассмотрим подход, предусматривающий оценку эффективности маркетинга на долго- и краткосрочном этапах. С точки зрения краткосрочных результатов эффективность маркетинга измеряется показателями, связанными с доходом. С точки зрения долгосрочной перспективы эффективность маркетинга измеряется индикаторами, связанными с брендом: лояльность/преданность бренду, знание бренда, ассоциации, связанные с брендом, восприятие (понимание) бренда. Эффективность маркетинга может также измеряться в финансовых показателях, по которым оценивается бренд (рис. 1).



Рис. 1. Концептуальная модель эффективности маркетинга [2, с. 46]

В соответствии с представленной моделью эффективный маркетинг является залогом получения фирмой долгосрочных прибылей. Маркетинговая активность представляет собой степень удовлетворения клиентов предприятия и величину капитала бренда. В рамках этой модели маркетинговая активность является элементом эффективности маркетинга и влияет на краткосрочные прибыли предприятия [2, с. 46].

Более полную оценку эффективности маркетинга можно осуществить с помощью определения и анализа специфических показателей эффективности управленческих мероприятий: эффективность затрат на маркетинговые программы, эффективность

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

маркетинговых процессов (внедрение и адаптация), показатель общей эффективности маркетинга и др.

Для оценки эффективности маркетинга чаще используются комплексные методы, основанные главным образом на качественных оценках. Поскольку показатели, используемые при этом, обычно не характеризуют соотношения эффекта и затрат, а являются удельными показателями, они являются показателями не эффективности, а результативности маркетинговой деятельности.

На сегодняшний день не существует единого мнения относительно выбора критериев классификации и объектов, которые должны приниматься во внимание при оценке эффективности маркетинговой деятельности. По результатам анализа опубликованных исследований по этой проблеме можно выделить такие элементы оценки эффективности: комплекс маркетинга; функции маркетинга (аналитическая, производственная, сбытовая, управленческая); результаты и мотивационный механизм деятельности маркетологов; коммерческая и коммуникативная эффективность рекламы; эффективность участия в выставках, ярмарках и т. д.; процесс планирования; организационная структура управления маркетингом, в частности квалификация маркетологов; процесс контроля выполнения отдельных функций маркетинга; маркетинговая информационная система.

Рассмотрим подходы к оценке эффективности отдельных составляющих маркетинговой деятельности, которые целесообразно осуществить в разрезе отдельных функций маркетинга и составляющих комплекса маркетинга предприятия:

– эффективность предпланового анализа: маркетинговые исследования; сегментация; позиционирование и выбор целевых рынков. Качественная оценка эффективности выполнения этих функций маркетинга может быть осуществлена при проведении аудита маркетинга;

– эффективность планирования: оценка эффективности разработки всех видов планов маркетинга (стратегические, текущие, в разрезе отдельных рынков, продуктов) может быть качественно осуществлена при проведении аудита маркетинга;

– эффективность организации маркетинга: эффективность организационной структуры управления маркетингом; эффективность распределения задач и ответственности в службе маркетинга; эффективность взаимодействия службы маркетинга с другими подразделениями организации; эффективность принимаемых управленческих решений по вопросам маркетинга;

– эффективность мотивации труда менеджеров и сотрудников службы маркетинга, а также торгового персонала. Проще осуществить оценку эффективности деятельности персонала, который непосредственно занимается продажами, если есть данные о конечных результатах его деятельности и расходах;

– эффективность контроля по выполнению отдельных функций маркетинга. Данная оценка может осуществляться экспертным путем при проведении аудита маркетинга [3, с. 127 – 128].

Оценка эффективности маркетинга должна быть как можно более конкретной, результаты анализа – точно определенными, поскольку они будут служить информационной основой для принятия решений руководителями предприятия. Количество и перечень показателей для оценки эффективности маркетинговой деятельности являются индивидуальными для каждого предприятия и зависят от вида деятельности, этапа развития

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предприятия, состояния рынка и т. д. Кроме того, эффективность маркетинга нужно оценивать за длительный период времени, а не по результатам текущей деятельности, высокие результаты которой могут быть обусловлены благоприятными обстоятельствами, а не эффективной работой маркетинговой службы.

Рассмотренные подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности имеют свои преимущества и недостатки, являются более подходящим для достижения различных целей оценки: от предоставления количественных оценок эффектов маркетинговых мероприятий до интегральной оценки маркетинговой деятельности.

Деятельность маркетологов оценивается главным образом по тем результатам, которых они достигают. Успешное проектирование как системы стратегического контроля, так и системы оценки эффективности маркетинговой деятельности помогает руководству предприятия обеспечить достижение запланированных результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посібник / Л. В. Балабанова. – К. : ВД «Професіонал», 2010. – 288 с.
2. Войчак А. В. Сущность и современные концепции маркетинга / А. В. Войчак. – Киев : Б. и., 2004. – 251 с.
3. Яловега Л. В. Маркетингова діяльність : ефективність та методи оцінки / Л. В. Яловега // Управління розвитком. – 2009. – № 13. – С. 127 – 128.

УДК 339.137.2

*О. А. Бурнукина, Н. А. Головлев,
г. Луганск*

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Действие многих экономических законов происходит в форме принудительных сил конкурентной борьбы, в результате чего конкуренция выступает важной движущей силой развития экономической системы, составной частью хозяйственного механизма.

В современных условиях развития предприятий управление конкурентоспособностью рассматривается как один из аспектов менеджмента, действие которого направлено на формирование, развитие и реализацию конкурентных преимуществ и обеспечение жизнеспособности предприятия как субъекта экономической конкуренции.

Рыночная конкуренция ставит перед предприятиями задачу приспособления к требованиям изменяющейся конкурентной среды функционирования, в частности благодаря решению проблемы формирования эффективной системы управления конкурентоспособностью. Именно конкурентоспособность предприятия обеспечивает его возможность сохранять или расширять конкурентные позиции на целевом рынке и влиять на рыночную ситуацию через предложение качественной продукции или услуг, удовлетворяя специфические требования потребителей и обеспечивая эффективность функционирования.

Под конкуренцией следует понимать процесс взаимодействия производителей и поставщиков, использующих свои конкурентные преимущества при реализации продукции, а

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

также соперничество между отдельными производителями или поставщиками товара (услуги) за выбор покупателя. Важными в этом определении являются следующие аспекты:

- рыночная конкуренция есть непосредственное взаимодействие предприятий на рынке, борьба, которую они ведут, продвигая свой товар;
 - конкуренция ведется за ограниченный объем платежеспособного спроса, именно ограниченность спроса заставляет предприятия конкурировать друг с другом;
 - рыночная конкуренция развивается только на доступных сегментах рынка.
- Конкуренция является движущей силой развития общества. Она порождает лучшее использование способностей и знаний, совершенствование и разнообразие человеческих благ, рациональное поведение продавцов и покупателей как необходимое условие существования на рынке.

Современная концепция управления конкурентоспособностью предприятия основывается на использовании базовых положений теории управления, в соответствии с которыми основными элементами системы управления являются цель, объект и субъект, методология и принципы, процесс и функции управления.

Цель управления конкурентоспособностью предприятия – это достижение экономической эффективности, а также эффективное противостояние внешним негативным воздействиям за счет инновационного прорыва в развитии, который в свою очередь должен быть обеспечен усилением всех факторов производства, прежде всего интеллектуального капитала предприятия.

Объектом управления конкурентоспособностью предприятия является уровень конкурентоспособности, необходимый и достаточный для обеспечения жизнеспособности его как субъекта экономической конкуренции.

Субъектами управления конкурентоспособностью предприятия является определенный круг лиц, реализующих его (управления) цель: владелец предприятия, высший управленческий персонал предприятия (директор, заместители директора и руководители подразделений предприятия), линейные менеджеры операционных подразделений предприятия, государственные, ведомственные управленческие структуры и органы.

В соответствии с этим подходом на рис. 1 представлены элементы системы управления конкурентоспособностью предприятия и их взаимосвязь.

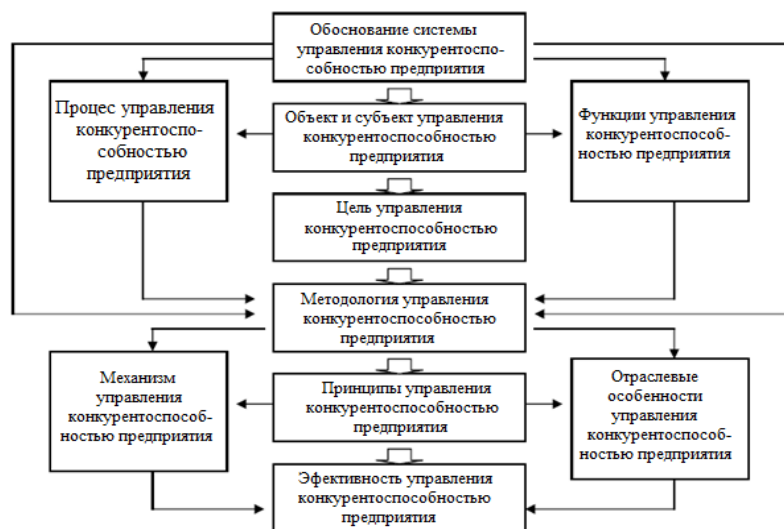


Рис. 1. Система управления конкурентоспособностью предприятия

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С позиции процессного подхода управление конкурентоспособностью предприятия рассматривается как процесс реализации определенной совокупности управленческих функций – целеполагания, планирования, организации, мотивации и контроля деятельности по формированию конкурентных преимуществ и обеспечения жизнедеятельности предприятия как субъекта экономической деятельности.

Реализация функций управления конкурентоспособностью предприятия в их взаимосвязи формирует цикл управления конкурентоспособностью (рис. 2) [2].

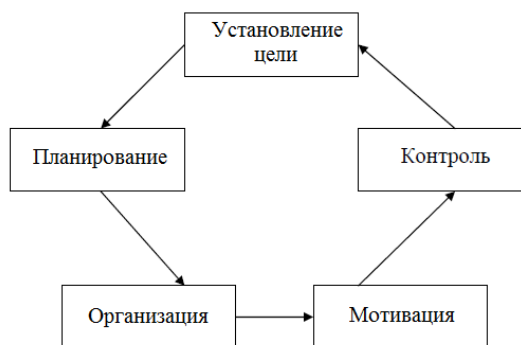


Рис. 2. Цикл управления конкурентоспособностью предприятия

К базовым принципам управления конкурентоспособностью относятся:

- единство теории и практики управления конкурентоспособностью предприятия;
- системность управления;
- научная обоснованность управления;
- ранжирование объектов управления по их важности;
- многовариантность;
- сопоставимость управленческих решений по анализу их вариантов;
- сохранение и развитие конкурентных преимуществ предприятия;
- рыночная ориентация;
- целевая направленность;
- комплексность;
- гибкость и поэтапность.

Процесс управления конкурентоспособностью предприятия должен включать ряд действий:

- мониторинг конкурентной среды и оценку конкурентной ситуации в отрасли и на рынках;
- диагностику конкурентоспособности предприятия и его основных конкурентов;
- конкурентное позиционирование предприятия (выбор стратегических хозяйственных подразделений с преимуществами в конкурентной борьбе);
- разработка концепции и стратегии управления конкурентоспособностью предприятия; реализация конкурентной стратегии предприятия [3].

Важным условием обеспечения конкурентоспособности предприятий является возможность использования экономических механизмов хозяйственных отношений предприятий отрасли. Система этих экономических механизмов охватывает три основных

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

направления хозяйственных отношений предприятий: с государством, в лице центральной и местной власти; с субъектами финансовой, предпринимательской и иной хозяйственной деятельности; с физическими лицами, в том числе с арендодателями земли и имущества, собственными работниками [1].

В системе этих отношений действуют экономические механизмы, которые в той или иной степени могут способствовать повышению конкурентоспособности. К ним относятся:

- экономический механизм (кредитно-финансовая система, система государственного регулирования);
- институционально-правовой механизм (законодательная и нормативно-правовая база);
- организационно-экономический механизм (маркетинг, менеджмент, инфраструктура рынка, информационное обеспечение);
- социально-трудовой механизм (система мотивации труда, формирование рыночного поведения).

Таким образом, управление конкурентоспособностью предприятия – это целенаправленный процесс, основанный на принципах комплексности и системности, направленный на удовлетворение потребностей потребителей, на обеспечение постоянного обновления и развития конкурентных преимуществ предприятия с учетом влияния внешней среды и необходимости максимизации его прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гайдучький А. П. Інвестиційна конкурентоспроможність аграрного сектора України / А. П. Гайдучький. – К. : Нора-Друк, 2004. – 246 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія : монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова. – Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. ун-ту імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
3. Павлова В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В. А. Павлова // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – С. 168 – 176.

УДК 65.014.12

***Н. А. Волошинова,
г. Луганск***

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ АДАПТАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ В АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Основная задача АПК заключается в обеспечении конкретных объемов производства сельскохозяйственной продукции и снабжении аграрных товаропроизводителей материально-техническими ресурсами. В такой ситуации выявляется проблема формирования эффективного управления в АПК, так как именно здесь наблюдается отсутствие системного подхода к решению многочисленных проблем. Для создания усовершенствованной структуры управления необходимо рассмотреть все неблагоприятные влияния, которые могут быть устранены при использовании системы экономических, правовых, административных и социально-психологических методов. Именно при помощи

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

такого подхода возможно достижение не только экономического, но и социального эффекта преобразований в аграрном секторе.

Надо отметить, что результаты использования одних методов могут иметь меньшее или большее влияние по сравнению с другими, а значит, и решающее или косвенное значение. Безусловно, решающее значение будут иметь организационное оформление и выделение АПК как единого объекта и концентрация функций государственного управления им в едином органе, например в Министерстве сельского хозяйства России, или разработка экономического механизма, обеспечивающего не только простое, но и расширенное воспроизводство в сельском хозяйстве. Здесь предусматривается разумная политика в таких областях, как регулирование цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию, бюджетная, кредитная, налоговая, амортизационная и инвестиционная политика.

На сегодняшний день назрела проблема переориентации функций от управления отраслями и предприятиями преимущественно к регулированию межотраслевых связей, призванному обеспечить эквивалентность обмена, паритет цен, устранить монополизм отдельных отраслей. Необходимо внедрить систему межотраслевого баланса в АПК.

Необходимо заметить, что в результате проведенных реформ стала выявляться проблема отраслевого принципа управления, и это приводило к образованию определенного «вакуума» на границах между отраслями. В такой ситуации хозяйственное управление должно полностью перейти в компетенцию субъектов сельскохозяйственного производства. Безусловно, что при устранении различных препятствий и создании благоприятной экономической среды агропродуценты сами способны самостоятельно и эффективно управлять функциональными направлениями, то есть снабжением, производством и реализацией путем создания эффективной системы управления на предприятии. Однако многие предприятия в своей деятельности испытывают негативные внешние воздействия различного характера, например, давление продовольственного рынка, кредитной системы, а также монополий из других отраслей. Это свидетельствует о некоторых недостатках существующей законодательной базы, что негативно влияет на создание благоприятной аграрной среды и формирование эффективной аграрной политики. Следует заметить, что любые нормы законодательства трансформируются в нормативные акты правительства и других органов управления – в соответствии с политикой государства в отношении соответствующего вопроса или отрасли, и только после этого они служат инструментами управления экономикой.

Проблема усугубляется еще и тем, что имеет место тесная взаимозависимость результатов межотраслевых связей в АПК. Так, спрос на материально-технические ресурсы является производным от спроса на производимую с их помощью продукцию, а также крайне зависит от ожидаемого размера доходов, прибыли в сельском хозяйстве, который чувствителен к ожидаемым экономическим изменениям, в том числе к перспективам аграрной политики.

Интегрированную связь между сферами АПК можно представить посредством схемы, которую можно принять как образец вертикально-интегрированной связи в АПК. В то же время в развитии аграрного сектора произошли ощутимые изменения, которые в некоторой степени не будут отвечать принципам агропромышленной интеграции. Так, сегодня централизованная система государственных закупок отсутствует, и поэтому приобрести сырье, продукцию, другие средства производства можно только через розничную сеть [1,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

с. 241 – 242].

В новой экономической формации на формирование АПК большое влияние оказывает внешняя торговля техникой, продовольственными товарами, сельскохозяйственным сырьем. Возникла ситуация, когда сельское хозяйство предпочитает прямые торговые связи с потребителями сельскохозяйственных продуктов. Увеличивается количество сельскохозяйственных предприятий, открывающих у себя цехи или целые производства по переработке сельскохозяйственного сырья, в основном для продовольственных целей. Реализация готовой продукции в таких предприятиях осуществляется, как правило, через собственную сеть розничной торговли.

Кроме того, на сегодняшний день Россия является не только полноправным членом мирового сообщества, но и страной, имеющей возможность влиять на конъюнктуру мирового продовольственного рынка. И поэтому при определении направлений системы управления АПК в новых условиях учитывается не только степень сопряженности формирующих его отраслей, но и выделение экспортной и импортной продукции как в целом по комплексу, так и по его сферам и по уровню монополизации и концентрации производства и капитала (в том числе иностранного).

Исходя из вышесказанного следует сделать вывод, что управление процессами в сельском хозяйстве должно становиться все более индикативным по формам и методам его осуществления, строиться на базе системы целевых программ, механизмов стабилизации и мониторинга.

Так, на основе представленной схемы (рис. 1) можно определить структуру данного формирования: группа перспективного развития должна осуществлять функции по созданию фондов развития производства, социального развития и стимулирования работников.

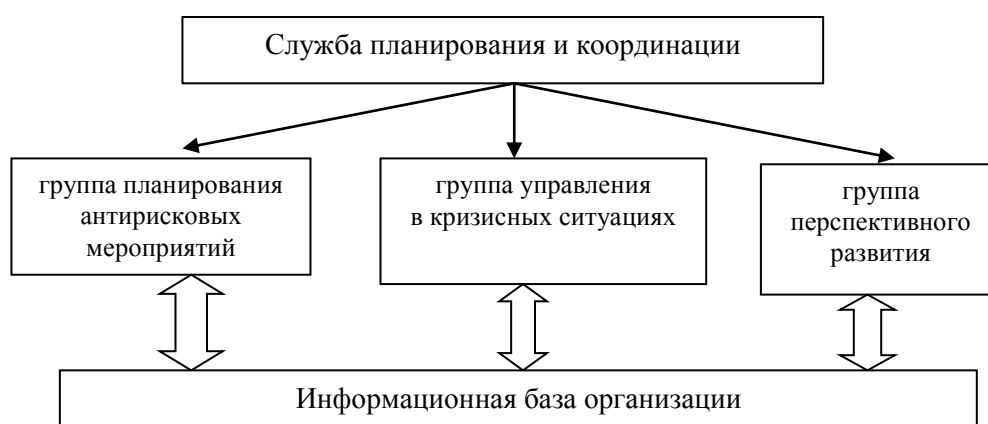


Рис. 1. Организация управления организацией аграрных предприятий в кризисной ситуации

Так, на основе представленной схемы (рис. 1) можно определить структуру данного формирования: группа перспективного развития должна осуществлять функции по созданию фондов развития производства, социального развития и стимулирования работников.

Группа управления в кризисных ситуациях должна осуществлять функции антикризисного управления, контактировать с финансово-кредитными организациями, иметь возможность проводить работу по финансовому мониторингу аграрных предприятий. Основной задачей данной структуры будет разработка мер по устранению кризисных ситуаций и повышению прибыли путем снижения транзакционных издержек. Функции группы планирования антирисковых мероприятий основываются на сборе данных о производстве сельскохозяйственной продукции по регионам страны, по уровню

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

обеспечения и включают в себя участие и мониторинг заключения контрактов между смежниками и производителями сырья, контроль качества продукции и работ и т. д. Все эти функции должны координироваться, планироваться и передаваться в подсистемы управления отдельных предприятий [2, с. 152 – 153].

Не менее важной проблемой является координация работы аграрных предприятий в кризисной ситуации, особенно на региональном уровне. Как известно, каждый регион страны по своим специфическим характеристикам подвержен влиянию различных видов факторов, которые в принципе и создают кризисную ситуацию. Аграрный сектор наиболее часто подвержен неопределенности, которая приводит к кризисным ситуациям, вызванным влиянием различных факторов. В то же время для аграрного сектора просто необходимо создание такой структуры, которая могла бы предупреждать кризисные ситуации путем координации и планирования. Профессор Р. Г. Ахметов в исследованиях проблем совершенствования структуры управления аграрной сферы АПК рассматривал возможность создания на окружном и районном уровнях агропромышленных формирований, созданных на базе интеграции перерабатывающих и сельскохозяйственных предприятий, которые должны обеспечивать необходимые взаимоотношения с бюджетом, пенсионным и другими фондами и т. д. Мы согласны с тем, что осуществлением функций планирования и координации в аграрном секторе должна заниматься отдельная территориальная организация. В то же время в данном вопросе имеет смысл разграничение полномочий и функций.

Так, в данной ситуации необходимо регулировать движение ресурсов, с тем чтобы повысить и усилить потенциал и возможности тех отраслей, посредством которых возможно увеличить объемы продаж и получение доходов выше среднерегиональных. Кроме того, такая организация управления представляется объективной основой повышения роли и ответственности местных органов в управлении хозяйством, расширения их экономической деятельности не только на региональном, но и на районном уровне. Это дает возможность обеспечить:

- наиболее эффективное использование производственных ресурсов, экономических и природных факторов производства;
- принятие согласованных решений на уровне административного района и отдельных предприятий, что создает для органов управления высшего уровня возможность сосредоточения усилий на решении вопросов, соответствующих месту этих органов в структуре управления производством;
- благоприятные условия для развития межотраслевых интеграционных процессов;
- возможность оптимизации сельскохозяйственного и промышленного производства и обслуживающих отраслей;
- формирование рациональной территориальной системы производства и переработки сельскохозяйственного сырья и соответствующей экономической и социальной структуры.

Исследования, посвященные совершенствованию управления на предприятиях различных отраслей экономики, в основном затрагивают задачи эффективности управления с точки зрения взаимосвязи и взаимообусловленности отдельных структур. Решение таких задач наиболее актуально для предприятий, в рамках которых действуют принципы межотраслевой интеграции. Особенно актуальна такая проблема для аграрных интегрированных формирований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большаков А. С. Моделирование в менеджменте : учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. / А. С. Большаков. – М. : Инф.-изд. дом «Филинь», 2006. – 363 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Герасимов Е. М. Проектирование организационных структур: методы и алгоритмы / Е. М. Герасимов, В. И. Глущкий, А. А. Рабчук. – Киев : БФ «Мир», 2011. – 434 с.

УДК 621.396.9:658

*А. Э. Воронов, Н. С. Твардюк,
г. Луганск*

РАДИОЧАСТОТНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК МЕТОД ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЯ НАД ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ РЕСУРСАМИ

Стабильная работа предприятия зависит от многих факторов, в том числе от продуктивности сотрудников и своевременных поставок различного сырья. Чаще всего нет возможности проконтролировать эти факторы для обеспечения максимальной продуктивности предприятия. Работодатель не в силах контролировать перемещения каждого сотрудника по предприятию и прилегающим территориям, чтобы удостовериться в том, что каждый сотрудник решает поставленную задачу. Знать местоположение сотрудника важно не только для поддержания продуктивности, но и в целях безопасности, так как при происшествии можно выяснить, кто был в тот момент рядом, и провести следственные мероприятия. Контроль над продукцией является важным фактором стабильной работы предприятия, так как несвоевременное получение товара остановит работу всего предприятия. Информация о состоянии сырья и его местоположении может быть полезной, если происходит импорт сырья через несколько стран, и таким образом можно отследить каждый шаг сырья. Сейчас руководителями начинают внедряться различные системы контроля над товарами и сотрудниками, но многие из них дорогостоящие и требующие больших человеческих ресурсов. Данные проблемы можно решить благодаря RFID-системе.

Radio Frequency Identification, радиочастотная идентификация — способ автоматической идентификации объектов, в котором посредством радиосигналов считываются или записываются данные, хранящиеся в так называемых транспондерах, или RFID-метках [1]. RFID-система состоит из трех основных компонентов: RFID-метка, считыватель RFID-меток, программного обеспечения. RFID-метка представляет устройство с чипом, который хранит информацию о метке. При распознавании метки считывающим устройством все данные с метки поступают в программное обеспечение, где обрабатываются по запрограммированному алгоритму и сохраняются при необходимости. Таким образом, можно получать необходимую информацию об объекте в реальном времени. Преимуществами данного типа распознавания являются: несложная процедура перезаписи данных на метку; большое расстояние считывания; метки могут хранить большой объем информации; метки устойчивы к внешним воздействиям; данные на метке легко шифруются, что повышает безопасность данного типа распознавания. Также метки различают по диапазону частот на низко-, высоко- и ультравысокочастотные. От частоты зависит максимальное расстояние распознавания метки и влияния на сигнал различных помех. Низкочастотные метки чаще всего используются в областях, где не требуется большой дальности распознавания меток, и применяются в чипировании животных или людей.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Высокочастотные метки имеют различные стандарты и обширный выбор, поэтому возможно их применение в платежных системах, идентификации личности и логистике. Ультравысокочастотные метки отличаются малой стоимостью самой метки и более высокой стоимостью остального оборудования по сравнению с низкочастотными и высокочастотными метками. Применение этим меткам можно найти в идентификации транспортных средств, логистике. RFID-метка с активным типом питания может содержать различные модули: GPS-чип, термометры и др. Благодаря чему можно установив на товар термометр, отслеживать температуру товара весь путь транспортировки и сохранять во внешнюю память. На данный момент существует огромное количество готовых RFID-меток и считывателей под разные стандарты и разной ценовой категории.

Для контроля перемещений сотрудников достаточно выдать каждому работающему ключ-метку, в которую внести данные о сотруднике, его рабочий график, отделы, в которых он работает. Также установить на входе в предприятие RFID-считыватели — приборы, которые читают информацию с меток и записывают ее в них. Эти устройства подключаются к учетной системе и работают автономно. Есть различные виды исполнения считывателей: от потолочных и арочных до настольных и мобильных. Благодаря особенностям радиочастотной идентификации и определенным типам RFID-считывателей метку даже не обязательно прикладывать к поверхности считывателя, она сама распознается устройством, и её данные попадут в систему, которая отреагирует на эту информацию. Таким образом, установив простые считывающие устройства при входе в цех, отдел или помещение, можно ограничить доступ сотрудников к этому помещению или узнать, что метка сотрудника была считана при входе. Поскольку данные получены в реальном времени, с их помощью можно составить карту предприятия и показать всех сотрудников, что позволит визуально видеть все перемещения. Это повысит безопасность и эффективность предприятия.

Слежение за перемещением товара по предприятию или за сырьем, которое должно поступить, также можно организовать благодаря RFID-системе. Каждый товар имеет свою метку, в которой хранятся данные о нем: дата изготовления, упаковка, время прибытия в различные точки и т. д. Каждый товар может иметь информацию о себе, находящуюся на метке, поэтому оператору достаточно лишь привести мобильный считыватель на товар и получить всю информацию о нем. А далее перенести информацию в компьютер, где с помощью программного обеспечения сохранить её. Распознавание метки происходит в определенные этапы транспортировки, погрузки товара на другой вид транспорта, его регистрации и т. д. Эти данные переносятся с помощью программного обеспечения через Всемирную сеть на предприятие, куда должен поступить данный товар, благодаря чему предприятие может своевременно отреагировать. Также благодаря радиочастотной идентификации возможно отследить прохождение товаром различных этапов складской обработки на предприятии, проводить его регистрацию и сохранять все данные.

Таким образом, можно сказать, что применение радиочастотной идентификации для организации и управления сотрудниками и товарами на предприятии является абсолютно оправданным. Преимущества RFID по сравнению с другими системами распознавания позволяют использовать ее в сложных производственных условиях или для логистических операций. Данная система повысит безопасность и сократит нежелательные перемещения по территории предприятия. Уменьшит время приема и регистрации товара на складе. Использование с RFID различного программного обеспечения позволит обрабатывать и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

хранить все данные для дальнейших бухгалтерских задач. Внедрение радиочастотной идентификации способно повысить производительность и контролировать больше аспектов производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Общедоступная мультязычная универсальная интернет-энциклопедия со свободным контентом [Электронный ресурс]. — М., 2017. — Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org>. — Загл. с экрана (дата обращения: 22.01.2017).

УДК 331.1

*О. Л. Дариенко, К. А. Иванова,
г. Горловка*

АНАЛИЗ ГЕНДЕРНЫХ АСПЕКТОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Современные мировые тенденции характеризуются изменениями в составе управленческого персонала. Одной из особенностей происходящих изменений является то обстоятельство, что все больше женщин начинают занимать должности на разных уровнях управления организаций [2, с. 29]. Попадая в сферу бизнеса, женщина и мужчина вынуждены действовать в определенной управленческой ситуации, требующей реализации основных управленческих функций. Каждая из этих функций имеет определенный психологический аспект: в одной и той же ситуации два менеджера будут вести себя по-разному в зависимости от их личностных, половых и возрастных особенностей.

Анализ литературы по гендерным аспектам в системе управления позволяет предположить, что женщины и мужчины живут в реальности с различной аксиоматикой, по-разному видят причинно-следственные связи, в том числе в структуре профессионального, организационного взаимодействия. То есть гендерное поведение будет проявлять себя и в управленческой среде. Кроме того, можно отметить определенные особенности в выборе женщинами средств и методов управленческого воздействия, в разработке, принятии и реализации управленческого решения, поведения в конфликтных ситуациях и т. д.

Зарубежный опыт исследования гендерных особенностей в различных видах профессиональной деятельности весьма продуктивен. При этом проецирование европейских данных на нашу действительность было бы некорректным, поскольку отечественные особенности гендерных различий мужчин и женщин, в частности руководителей, проявляются в условиях качественно иной социальной среды, экономики, пути становления общества, навыков и способов осуществления потенциальных и реальных возможностей выбора видов профессиональной деятельности. Это актуализирует необходимость учета социокультурных, этнических, национальных особенностей и традиций, сложившихся в Донецком регионе [3, с. 25], детерминирующих поведение мужчин и женщин, в том числе и в управленческой сфере бизнеса.

Кроме того, при исследовании гендерных особенностей необходимо учитывать то обстоятельство, что понять особенности одного пола можно только в сравнении с другим полом. Но это сравнение следует проводить по конкретным характеристикам и параметрам.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Абстрактные рассуждения о «сути», «своеобразии» женской психологии, в частности в управленческой деятельности, заведомо спекулятивны. Необходимо изучать отдельные свойства, способности, стиль поведения и другие личностные качества на сопоставимых по возрасту, образованию, социальному происхождению, особенностях профессии группах.

Проявление половых различий в сфере профессиональной реализации требует включения в социально-психологический (включая и экономический) анализ особенностей управленческой деятельности. Рассмотрение особенностей управленческих процессов, в которых активными субъектами являются мужчина и женщина, требует выделения женского и мужского управления в качестве самостоятельного исследовательского поля.

Рассмотрение управленческой деятельности как реализации управленческой роли, которую личность осуществляет в соответствии со своей позицией в организации, позволяет совместить понятийный аппарат теории управления и психологии личности. Данный подход базируется на положении, согласно которому руководитель реализует управление в процессе группового, межличностного взаимодействия. Таким образом, по мнению А. В. Карпова, деятельность руководителя представляет собой выполнение определенной социальной управленческой роли. Содержание управленческой деятельности рассматривается, как правило, с позиций ролевого и функционального подходов (рис. 1).

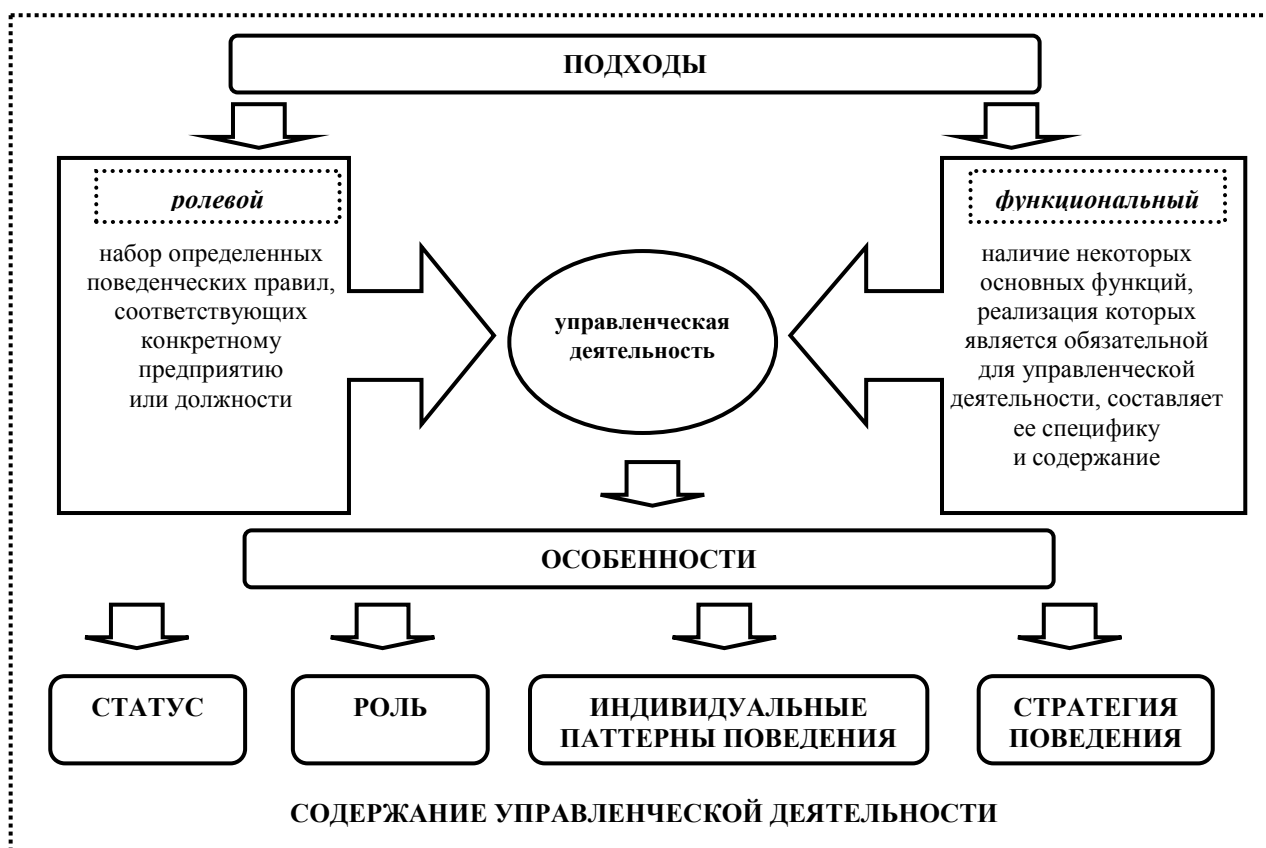


Рис. 1. Модель содержания управленческой деятельности

Впервые ролевой подход при рассмотрении управленческой деятельности был предложен Г. Мюнцбергом. Роль, по определению Г. Мюнцберга, представляет собой «набор определенных поведенческих правил, соответствующих конкретному учреждению или конкретной должности» [6, р. 87 – 88]. Следует отметить, что хотя нормативные организационные документы могут предписывать определенное поведение как мужчине, так

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

и женщине, однако они не могут унифицировать его. Реальное поведение в рамках определенного статуса зависит как от содержания роли, так и от тех индивидуальных паттернов поведения (способов разрешения противоречий, установок, темперамента, возраста и т. д.), которые обусловлены необходимостью реализации роли в рамках управленческого взаимодействия. Личность преломляет требования организационной роли в зависимости от своих индивидуально-личностных, половых, возрастных, гендерных особенностей, опыта, т. е. происходит, по мнению Т. С. Кабаченко, «интернализация» роли [4, с. 67 – 68]. Более того, проведенный анализ литературных источников позволяет утверждать, что гендерное ролевое поведение, равно как и различие гендерных идеалов мужчин и женщин, отражает одну из базовых основ личности.

Вероятнее всего, именно в ходе интернализации осуществляется синтез гендерной и управленческой ролей. Индивидуальный управленческий стиль, выработанный в результате интернализации управленческой роли, может быть описан как индивидуальная управленческая стратегия.

На данный момент общепринятой инструментальной базой для анализа содержания управленческой деятельности является функциональный подход [1, с. 220 – 221]. Положение о наличии в структуре управленческой деятельности некоторых основных функций, реализация которых является обязательной для нее и составляет специфику ее содержания, стало своеобразной аксиомой современного менеджмента и психологии управления.

Проведенные исследования в сфере управления показали, что успешное руководство не имеет пола. Эффективные руководители обладают двойным репертуаром управленческих технологий – и мужским, и женским, демонстрируя смешанный тип лидерства, не имеющий четких половых признаков. Как мужчины, так и женщины имеют равные возможности для управления организацией, и характеристики пола практически не выступают ограничителями для эффективного руководства.

А. Чирикова отмечает, что исследования, проведенные с руководителями частного бизнеса, дают основания предполагать, что не следует преувеличивать специфику женского и мужского управления. Управленческие качества имеют общую природу и не зависят напрямую от половых различий. Анализ выявил, что относительно совпадающие качества мужчин и женщин-директоров следующие: умение действовать в ситуации конфликта и угрозы риска, постоянная готовность к изменениям, способность к нововведениям, умение эффективно использовать навыки и способности других людей, умение противостоять давлению и нажиму, отстаивать свою позицию. Эти выводы хорошо коррелируют с заключением о том, что успешное управление осуществляют те из руководителей, которые независимо от своего пола имеют психологический репертуар поведения и мужчин, и женщин-управленцев. Это означает, что и мужчины, и женщины имеют практически равные возможности для управления предприятием и характеристики пола практически не выступают ограничителями для эффективного менеджмента [5, с. 74].

Женщины-руководители доказали свою способность руководить, создавать эффективные организации, вести за собой. Иными словами, мужчины и женщины имеют практически равные возможности для управления организацией. Постепенная ломка гендерных стереотипов обуславливается изменением подхода к анализу эффективности руководства, основой которого становится восприятие человека не как мужчины или женщины, а как личности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таким образом, проблема гендерного аспекта управления по-прежнему остается в центре внимания научных и общественных дискуссий. Однако какие бы споры ни велись, значимость феномена женского лидерства не может быть проигнорирована в современном мире. Сегодня актуально не то, может ли женщина быть лидером, а то, в рамках каких стратегий реализация лидерских качеств женщин может быть наиболее эффективной.

Женщина, как и мужчина, может управлять компанией любого уровня в том случае, если она приобрела для этого необходимые умения и навыки, организаторский и профессиональный опыт. Именно от профессионализма руководителя зависит не только внешняя конкурентоспособность организации на рынке, но и уровень организационной культуры, мера приверженности сотрудников к своей организации, мотивация трудовой деятельности, имидж организации и др.

Дело в том, что управленческие стили мужчины и женщины-руководителя не тождественны, хотя в идеале они должны быть универсальны для обоих полов. Женщина в качестве руководителя более глубоко чувствует отношения в коллективе, интуитивно оценивает поведение других людей, более чутко реагирует на нюансы взаимоотношений между людьми и по отношению к себе. Если женщина-руководитель умеет сочетать качества настоящего лидера (сильный характер, профессионализм, инициатива, умение рисковать) с традиционно женскими ценностями, такими как чуткость, гуманность, гибкость, хитрость, практичность и т. д., то она по праву может считаться идеальным руководителем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. – 656 с
2. Грошев И. В. Сильная женщина – реальность нашего времени / И. В. Грошев // Регион – 68. Инф.-аналит. журнал для региональной элиты. – 2007. – № 8 (33). – С. 28 – 30.
3. Грошев И. В. Экономические реформы в России сквозь призму русской ментальности / И. В. Грошев // Соц.-гуманит. знания. – 2000. – № 6. – С. 25.
4. Кабаченко Т. С. Психология в управлении человеческими ресурсами : учеб. пособие / Т. С. Кабаченко. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.
5. Чирикова А. Е. Мужчина и женщина как топ-менеджеры российских компаний / А. Е. Чирикова // Социол. исследования. – 2003. – № 1. – С. 73 – 82.
6. Mintzberg H. The nature of managerial work / H. Mintzberg. – N.-Y., 1973. – P. 87 – 88.

УДК 378.1

*Л. А. Дейнека, И. И. Лискевич,
г. Луганск*

АКТИВИЗАЦИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

На современном этапе научно-исследовательская работа студентов имеет важнейшее значение. Сегодня «практически единственным источником кадров для научно-исследовательской деятельности являются вузы. Они призваны готовить специалистов с высшим профессиональным образованием, в том числе подготовленных к последующему достижению высшей научной квалификации в самих вузах или в академических и отраслевых научно-исследовательских учреждениях» [2, с. 33].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Актуальность развития научно-исследовательской деятельности студентов связана не только с потребностями современного рынка труда, но и с наращиванием научного потенциала. Знания и опыт профессиональной деятельности накапливаются у студента постепенно. Применять свои творческие возможности студентам необходимо с первых дней обучения в вузе, так как творческий потенциал каждой отдельной личности развивается в зависимости от ее жизнедеятельности, и если его не актуализировать, то творческий потенциал так и останется лишь предпосылками к творческой деятельности. Творческий потенциал не является неизменным, данным изначально.

Обычно содержание обучения направлено на то, что в высшей школе у будущих специалистов вырабатывается устойчивый стереотип ожидания чужих целей и того, что кто-то должен предложить план по их достижению. Как следствие этого – отсутствие стремления к осуществлению личного анализа собственной деятельности, невозможность предъявления самооценки и согласования ее с оценкой другого [1]. К сожалению, приходится констатировать, что уровень вовлеченности современных студентов в научно-исследовательскую работу (НИР) является низким, а это, в свою очередь, снижает реальные возможности развития творческого потенциала студентов [3].

То обстоятельство, что в качестве часто встречающихся причин неучастия в НИР студенты отмечают отсутствие интереса к научной работе, еще раз говорит о том, что особое внимание необходимо обратить на интеграцию деятельности всех субъектов образовательного пространства.

Для осуществления реализации и развития творческих способностей будущего специалиста необходимо выполнение студентами научно-исследовательской деятельности, которая включает:

- чтение, поскольку она направлена на освоение нового опыта в специально созданных условиях;
- познание, в результате которого появляется новое знание о мире;
- практику, формирующую опыт профессиональной деятельности;
- общение – деловое, коллективное, личностное.

Исследование вовлеченности студентов в вузовскую систему научно-исследовательской деятельности позволяет говорить об их активном участии в научной работе. Так, примерно у 40% девушек и юношей не возникает желания заниматься научно-исследовательской работой, около 30% студентов в настоящее время не принимают участия в научной работе, но выражают желание это делать в дальнейшем [2].

Среди основных причин нежелания включаться в научно-исследовательский процесс студентами названы такие, как отсутствие интереса к научно-исследовательской работе (отметили около 19% юношей и девушек), «Никто не привлекал меня лично к научной работе» (40% студентов); «Мне пока это не интересно» (41% студентов). Студенты оправдывают низкую вовлеченность в исследовательский процесс нехваткой времени (62%), а также отсутствием интереса к научной работе [Там же].

К сожалению, приходится констатировать, что уровень вовлеченности современных студентов в научно-исследовательскую работу является низким, а это, в свою очередь, снижает реальные возможности развития творческого потенциала студентов [3].

Правильно организованная и спланированная научно-исследовательская работа студентов в процессе обучения в вузе выполняет ряд функций:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– образовательную: овладение теоретическими (научные факты) и практическими (научные методы исследования; методики проведения экспериментов; способы применения научных знаний) знаниями;

– организационно-ориентационную: формирование умения ориентироваться в источниках, литературе; развитие умений организовать и планировать свою деятельность; выбор методов обработки информации;

– аналитико-корректирующую: связана с рефлексией студента, его самоанализом, самосовершенствованием планирования и организации своей деятельности; коррекцией и самокоррекцией учебно-познавательной деятельности;

– мотивационную: развитие и усиление интереса к науке в процессе осуществления научно-исследовательской деятельности, познавательных потребностей, убеждения в теоретической и практической значимости разрабатываемого научного знания; развитие желания глубже познакомиться с проблематикой изучаемой области научного знания, разнообразием точек зрения; стимулирование самообразования, саморазвития;

– развивающую: развитие критического, творческого мышления, умения действовать в стандартных и нестандартных ситуациях, умения обосновывать, отстаивать свою точку зрения; понимание развития мотивации (интереса, стремления к познанию), развитие способностей (познавательных, коммуникативных, специальных способностей и др.);

– воспитательную: становление нравственного и правового самосознания; воспитание способности к адаптации в изменяющейся социальной среде; формирование адекватной самооценки, ответственности, целеустремленности, волевого саморегулирования, смелости в преодолении трудностей и других способностей и черт характера. Воспитательная функция включает также формирование профессионального призвания, профессиональной этики.

Решение задач формирования творческой активности будущего специалиста в вузе возможно путем проектирования и реализации комплексной системы приобщения каждого студента к научному творчеству в рамках научно-исследовательской работы, что требует использования таких форм обучения, которые бы позволили осуществлять творческую направленность подготовки будущих специалистов непрерывно, на протяжении всего срока обучения, посредством самостоятельных (нетиповых) исследовательских проектных задач нарастающего уровня сложности.

Как показывает практика, последовательность подготовки студентов к инновационной деятельности целесообразно осуществлять в несколько этапов [4].

Первый этап – развитие творческой индивидуальности будущего специалиста, формирование у студентов способности выявлять, формулировать, анализировать и решать творческие профессиональные задачи, а также развитие общей технологии творческого поиска.

Второй этап – овладение основами методологии научного познания, профессионального исследования, введение в инновационную деятельность.

Третий этап – освоение технологии инновационной деятельности.

Четвертый этап – практическая работа на экспериментальной площадке или лаборатории по введению новшества, осуществление коррекции, отслеживание результатов эксперимента, самоанализ профессиональной деятельности. В результате многоэтапной подготовки формируется инновационная позиция будущего специалиста как система его взглядов и установок в отношении новшества.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таким образом, проведенное исследование позволило выделить многочисленные факторы развития и повышения эффективности НИДС, которые были систематизированы и объединены в несколько групп в зависимости от их характера, статуса субъекта организации и управления научно-исследовательской работой и возможности целенаправленной деятельности по активизации НИДС [5].

Для того чтобы деятельность студентов стала исследовательской, вуз должен решить ряд проблем по формированию творческого импульса в сознании студента, а затем обучить его принципам, методам, формам и способам научного исследования, основам профессионального знания и научного познания, дать студенту возможность самореализоваться через решение задач научного характера по индивидуальной теме. При этом студент должен четко представлять, что он должен получить, каким образом и когда сможет достичь конечного результата.

Опыт показывает, что элементы исследовательской деятельности для студентов должны вводиться постепенно, усложняясь от курса к курсу через различные виды самостоятельной работы:

– знакомство с методами учебного исследования через доклады и индивидуальные предметные задания для написания рефератов, введение элементов творческого поиска при выполнении лабораторных и практических работ. Доклад – это первый этап в организации учебно-исследовательской работы студентов, который осуществляется через публичное сообщение на определенную тему, способствует формированию первичных навыков исследовательской работы, а реферативное исследование – это следующий этап в организации учебно-исследовательской работы студентов, и он осуществляется через краткую запись идей или тем с анализом использованной литературы [6];

– непосредственное исследование какого-либо процесса, явления. Курсовая работа – один из способов организации учебно-исследовательской работы студентов, и осуществляется он через самостоятельное теоретическое исследование отдельных дисциплин в учебном процессе, применяющих общий исследовательский подход к разрешению изучаемой проблемы;

– обязательное выполнение выпускных квалификационных работ с элементами научных исследований. Студенты самостоятельно разрабатывают и исследуют темы, которые наработаны при прохождении производственной или преддипломной практики.

Подготовка учебно-исследовательских работ студентов на городские и областные научно-технические конференции – это важнейший этап в организации учебно-исследовательской работы студентов, и он осуществляется через самостоятельное выполнение студентами учебно-исследовательских работ по следующим направлениям:

- определение характеристик и малоизученных явлений;
- обобщение информации и выявление общих закономерностей;
- создание классификаций и типологий;
- создание методик [Там же].

Проблемы, возникающие при организации учебно-исследовательской работы студентов, должны решаться последовательно и позволять педагогическому коллективу вуза приобрести опыт в реализации следующих задач:

- развитие творческих способностей студентов;
- подготовка студентов к различным формам деятельности, в том числе и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

самостоятельной;

- выработка адекватного отношения к окружающему миру;
- повышение качества образовательного процесса.

На основании вышеизложенного делаем следующие выводы:

- учебно-исследовательская работа студентов способствует формированию интереса к познавательной, творческой и практической деятельности, повышает учебную мотивацию;
- исследовательская работа студентов создает условия для социального и профессионального роста, формирования логического, научного мышления, развития интереса к выбранной профессии;
- учебно-исследовательская работа студентов – один из способов стимулирования индивидуальных творческих задатков;
- исследовательская работа студентов позволяет развить творческие и личностные качества будущих специалистов через повышение качества учебного процесса.

К основным направлениям активизации НИР студентов можно отнести:

- наличие инфраструктуры НИР в вузе;
- систему информационного обеспечения НИР;
- высокий уровень профессионализма и квалификации профессорско-преподавательского состава;
- эффективность организации учебного процесса;
- использование инновационных образовательных технологий;
- материальное стимулирование студентов и преподавателей, участвующих в НИРС;
- моральное поощрение участников НИРС.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гогицаева О. У. Роль дистанционного образования в современных условиях / О. У. Гогицаева, В. К. Кочисов // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – Тольятти, 2013. – № 4 (5). – С. 10 – 12.
2. Каландаришвили З. Н. Научно-исследовательская работа студентов как компонент подготовки специалистов в современном вузе [Электронный ресурс] / З. Н. Каландаришвили, Ч. В. Кочисов // Междунар. студ. науч. вестн. – 2015. – № 1. – Режим доступа : <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11986>
3. Гогицаева О. У. Развитие доверия у студентов в условиях вуза / О. У. Гогицаева, Ч. В. Кочисов // Психология – наука будущего : материалы V Междунар. конф. молодых ученых. – М. : Изд-во Ин-та психологии РАН, 2013. – С. 148 – 150.
4. Использовать накопленный потенциал (научная молодежь и инновации) / Е. В. Дунаевский, В. И. Масловский, В. И. Воронин, Я. Б. Коверников // Инновации. – 2010. – № 9. – С. 112.
5. Загвязинский В. И. Теория обучения: Современная интерпретация : учеб. пособие / В. И. Загвязинский. – М. : Академия, 2001. – 192 с.
6. Поведская О. К. Организация научно-исследовательской работы студентов и преподавателей в рамках компетентностного подхода в образовании / О. К. Поведская // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 1. – С. 88 – 90.

**РОЛЬ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ИСТОЧНИКОВ
В ФИНАНСИРОВАНИИ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ**

Культурная среда сегодня становится ключевым понятием современного общества и представляет собой не отдельную область государственного регулирования, а сложную и многоуровневую систему, внутри которой решение проблем может быть только комплексным, учитывающим множество смежных факторов и соединяющим усилия разных ведомств, общественных институтов и бизнеса.

Культура относится к наиболее социально значимым отраслям, ответственным за качественное развитие человеческого потенциала, и к категории общественных благ. На протяжении нескольких десятилетий одной из ключевых проблем экономики культуры является исследование вопросов достаточности государственной поддержки культуры с точки зрения различных аргументов, опирающихся на модели финансирования культуры в различных странах, на активное использование финансового инструментария государственного регулирования сферы культуры и оптимальное сочетание государственных и рыночных регуляторов.

Вместе с тем эти проблемы в современных условиях не вполне раскрыты и требуют дополнительного обоснования с целью расширения теоретического ракурса исследования применительно к сфере культуры.

В сложившейся сложной экономической ситуации культура и искусство оказались в весьма невыгодной ситуации. Бюджетное финансирование стало стремительно отставать от потребностей организаций культуры и искусства. Жесткие условия нехватки ресурсов обостряют проблему соответствия гарантий государства его возможностям.

Развитие многоканального государственного финансирования, партнерских межбюджетных и государственно-частных форм финансирования – лучший способ удовлетворения огромных и постоянно растущих потребностей сферы культуры и искусства в финансовых ресурсах, особенно в условиях хронического дефицита государственного бюджета.

Основу многоканальной системы финансирования учреждений культуры составляет финансовое обеспечение, осуществляемое государством за счет бюджетов разных уровней, которое осуществляется в прямой и косвенной формах. Другие составляющие многоканальной системы финансирования – доходы организаций культуры от платных услуг, благотворительности, общественных пожертвований, спонсорства.

Невозможность полностью обеспечивать свою деятельность за счет бюджетных средств и других традиционных источников доходов привела к необходимости поиска альтернативных внебюджетных источников финансирования.

К внебюджетным источникам финансирования учреждений сферы культуры можно отнести: коммерческую деятельность предприятий и учреждений, международные проекты и программы (гранты, премии, стипендии), спонсорство, благотворительность, патронаж. На сегодняшний день ни один из перечисленных способов финансирования нельзя назвать достаточным [1].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Основными источниками внебюджетных средств являются доходы от самостоятельной деятельности учреждения культуры, осуществляемой за рамками той деятельности, которая финансируется из бюджета учредителя, а также различные пожертвования, не имеющие целевого характера.

В ситуации дефицита бюджетных средств важным источником косвенного бюджетного финансирования учреждений культуры являются доходы от их деятельности, как основной, так и предпринимательской. У учреждений культуры значительно расширились возможности по оказанию платных услуг. Они сами проявляют инициативу в поисках собственных источников возмещения затрат.

В последние годы внебюджетные поступления от основной деятельности, от реализации непрофильных видов товаров и услуг действительно росли, но доля этих средств в общих доходах учреждений культуры остается невысокой.

В современных сложившихся условиях существенное увеличение доли доходов учреждений культуры от их предпринимательской деятельности невозможно. Кроме того, введение налогов «на предпринимательскую деятельность», безусловно, влечет ее свертывание, так как нет стимулов для ее ведения.

На размер доходов организаций культуры влияет емкость рынка, его объем, который определяется тремя группами факторов:

- первая группа факторов отражает роль организаций в социально-культурном пространстве региона (степень социальной значимости организации; направленность ее творческо-художественной (репертуарной) программы (на массовый, ограниченный или концентрированный спрос); наличие, состав, степень уникальности (богатства) музейных, библиотечных фондов; степень инновационности услуг;

- вторая группа факторов связана с уровнем платежеспособности основных потребителей услуг (разнообразие социальных потребностей потребителей; необходимость социальной защищенности реальных и потенциальных потребителей);

- третья группа факторов характеризует трудовые и материальные ресурсы (численность и квалификационный уровень профильного (художественно-творческого) персонала; наличие квалифицированного управленческого персонала (предпринимательские способности руководителя); степень оснащенности основными фондами (здание, оборудование и т. д.) для осуществления основных, дополнительных и предпринимательских видов деятельности; месторасположение организации и наличие транспортных коммуникаций; наличие социально-бытовой инфраструктуры).

Акцент на привлечении внебюджетных доходов в деятельности учреждений культуры чреват ростом цен на их услуги, а значит, снижением доступности культурных благ для широких слоев населения или же, что не менее важно, выхолащиванием ценностной компоненты культурной деятельности как таковой, потворствуя деградации художественного вкуса. Эта проблема усугубляется в ситуации отсутствия благоприятных условий для развития меценатства.

В условиях неритмичного малобюджетного финансирования культуры особую актуальность приобретает максимальное использование различных каналов и форм благотворительной помощи.

В структуре финансирования организаций культуры четко прослеживаются следующие тенденции. Во-первых, большое внимание уделяется привлечению с помощью

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

фандрейзинга таких источников финансирования, как благотворительные, спонсорские, членские взносы. Во-вторых, в некоммерческих организациях значительный удельный вес в структуре доходов от фандрейзинга имеют гранты благотворительных фондов и организаций [2].

Фандрайзинг (англ. fundraising) – процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией (преимущественно некоммерческой) с целью реализации как определённого социального проекта, так и серии проектов, объединённых одной общей идеей или же «вектором движения». Средства могут поступать от частных лиц, коммерческих организаций, фондов, правительственных организаций.

Понятие фандрайзинга пришло из деятельности некоммерческих организаций США как профессиональный поиск бюджетных субсидий и денежных средств от государства и муниципалитетов, органов управления и учреждений, спонсоров и меценатов, предпринимателей, благотворительных фондов, коммерческих организаций, частных лиц и фондов, выделяющих субсидии под проекты. Развитие фандрайзинга сталкивается с целым рядом проблем, например в части разграничения благотворительной и спонсорской деятельности, а также стимулирования благотворительной деятельности [4].

Нелишне напомнить, что фандрайзинг – это привлечение не только финансов, но и ресурсов вообще во всем их разнообразии. Однозначно, чем больше источников ресурсов, методов и способов их привлечения для жизнедеятельности организации, тем устойчивее её развитие. Диверсификация этих источников и методов-способов – залог независимости и гарантия от ресурсных кризисов. Таким образом, устойчиво успешный фандрайзинг предполагает привлечение всего спектра необходимых средств из максимально разнообразных источников и при помощи всех доступных приемов.

Финансовая поддержка некоммерческих мероприятий может осуществляться в двух формах:

- в виде пожертвования, т. е. благотворительного акта, целью которого является безвозмездная помощь организации на благо всего общества;
- в виде спонсорства – финансового вложения в определенное событие в социокультурной среде или в фонд организации [2].

И та и другая форма поддержки являются инвестициями в социокультурную сферу: они, в конечном счете, влияют на повышение качества жизни на данной территории. Однако спонсорство, в отличие от пожертвования, имеет еще и коммерческую цель: связать это повышение качества жизни с именем спонсора [1].

Главными особенностями фандрайзинга в сфере культуры являются:

- фандрайзинг осуществляется в форме денежных средств и иных материальных ресурсов;
 - финансирование деятельности организаций культуры происходит за счет нескольких источников: привлеченные, собственные, государственные средства;
 - на практике в качестве основного источника финансирования организаций сферы культуры выступают привлеченные средства (до 90% финансовых фондов организации), т. е. пожертвования и спонсорская помощь;
 - в фандрайзинге главное не деньги, а цели, достижение которых требует поддержки;
 - фандрайзинг чаще является обоюдовыгодной деятельностью, как для спонсора, так и для самой организации.
-

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Нередко при использовании фандрайзинговых инструментов возникают определенные психологические барьеры, связанные с отсутствием опыта фандрайзинговой деятельности, неосведомленностью об особенностях данной сферы деятельности. Фандрайзинг требует дополнительной психологической подготовки человека, не имеющего опыта «испрашивания» целевых средств, а также не соотносящего возможности фандрайзинга с собственной системой ценностей. Использование фандрайзинга как инструмента сбора средств изначально предполагает понимание того, что «привлечение ресурсов – не цель, а средство достижения общественно значимой цели» [3].

К инструментам фандрайзинга можно отнести:

- письма к благотворителям. С этого инструмента начинается работа большинства специалистов по фандрайзингу. Главная функция письма – побудить донора выйти на личную встречу;
- личные встречи «лицом к лицу» (высокоэффективный инструмент, хоть и требует больших затрат времени и профессиональных качеств фандрайзеров);
- рассылка благодарственных писем;
- партнерские проекты;
- заявка на грант (полное описание проекта с сопроводительной документацией и бюджетом);
- публичные собрания;
- благотворительные сервитуты;
- эндаумент (сумма денежных средств или стоимость иного имущества, предназначенных для инвестирования или капитализации на определенный срок, и пассивные доходы от такого инвестирования или капитализации, предназначенные для использования в благотворительной деятельности в порядке, определенном благотворителями или уполномоченными ими лицами);
- уличные сборы;
- членские взносы (регулярные поступления от учредителей (членов, участников), которые определяются учредительными документами некоммерческой организации);
- статья в газете;
- деньги из бюджета (чтобы получить деньги из бюджета, общественная организация может участвовать в грантовых конкурсах, которые предусмотрены бюджетом, если она соответствует критериям отбора участников конкурса);
- краудфандинг (коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций);
- краудсорсинг (делегирование конкретных функций неопределенному кругу лиц);
- реклама;
- телефонное общение (довольно эффективный метод фандрайзинга в Западной Европе, США, Англии);
- использование сети Интернет;
- распродажа или распространение сувениров, значков, атрибутов, декоративных изделий с определенной символикой данной проблемы и т. д.;
- наследства, наследственные отказы и наследственные договоры для благотворительной деятельности;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– разовые акции прямого сбора пожертвований;
– перечисления денег по банковским квитанциям;
– другие инструменты: телевидение, капитальные кампании, промокампании, qr-коды, автоматы для платежей/банкоматы, карточки принадлежности, дисконтные карты, автоматическое перечисление остальных в банках при расчетах по желанию клиента, электронные перечисления с помощью WebMoney, благотворительные телефонные линии, сборы за звонки на мобильные телефоны, благотворительные SMS-акции и т. д.

Целесообразность применения того или иного инструмента зависит от конкретной ситуации.

В зарубежной практике опыт фандрайзинга является одним из самых доходных, тогда как в ЛНР этот процесс еще на стадии становления из-за отсутствия достаточного количества квалифицированных специалистов в данной области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бикалова Н. А. Фандрайзинг: проблемы развития и возможные перспективы / Н. А. Бикалова, И. В. Рассохин, А. А. Растяпин // Экономика и современный менеджмент: теория и практика : сб. ст. по материалам LVI Междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск : СибАК, 2015. – № 12 (54). – С. 32 – 38.
2. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2016. – 370 с.
3. Чернявська О. В. Фандрайзинг: навч. посібник / О. В. Чернявська, А. М. Соколова. – К. : Алерта, 2015. – 272 с.
4. Инкина О. В. Внебюджетные источники как решение проблемы финансирования учреждений культуры [Электронный ресурс] / О. В. Инкина. – Режим доступа : <https://infourok.ru/problemi-finansirovaniya-uchrezhdeniy-kulturi-490966.html>

УДК 377

*О. Н. Дмитренко,
г. Стаханов*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

На современном этапе развития региона, в условиях модернизации системы среднего профессионального образования, в процессе поиска наиболее эффективного использования ресурсов человека большое внимание уделяется повышению качества профессионального образования, уровню подготовки компетентных, творческих и высококвалифицированных специалистов, что является одной из актуальных проблем нашего региона.

Новая миссия образования состоит в реализации и реформировании содержания форм и методов всей системы среднего профессионального образования, образования в целом и реализуется в компетентностном подходе.

В системе подготовки специалистов среднего звена компетентностный подход опирается на два основных понятия – «компетенция» и «компетентность».

В психолого-педагогической литературе понятие «компетентность» получило

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

широкое распространение сравнительно недавно. Так, в конце 1960-х – начале 1970-х гг. в западной, а в конце 1980-х гг. в постсоветской, особенно в российской литературе зародилось специальное направление – компетентностный подход в образовании.

Единого понятия «компетенция» и «компетентность» не существует до сих пор. Также не существует и единой классификации этих компетенций.

Понятие «компетентность» имеет латинские корни и происходит от «compeete», что переводится на русский язык как «добиваюсь», «соответствую», «подхожу». Это понятие давно используется в психологической и педагогической литературе, однако повышенный интерес к нему появился лишь в последнее время. Вероятно, это связано с тем, что высвечивается грань нашей быстро меняющейся реальности [1, с. 7].

В русском языке слово «компетенция» означает совокупность юридически установленных полномочий, прав и обязанностей конкретного органа или должностного лица. Под действием иных, англоязычных источников это понятие было изменено и стало восприниматься как некая область деятельности, значимая для эффективной работы организации, в которой индивид должен проявлять определенные знания, умения, поведенческие навыки, гибкие способности и профессиональные качества личности [4, с. 5].

Различные ученые выдвигают свои гипотезы по данному вопросу. Наиболее известным ученым в данном вопросе является почетный профессор Эдинбургского университета (Великобритания) доктор Джон Равен. Он определяет компетентность как специфическую способность, необходимую для эффективного выполнения конкретного действия в конкретной предметной области и включающую узкоспециальные, особого рода предметные навыки, способы мышления, а также понимание ответственности за свои действия. В других исследованиях, наряду с понятием «компетентность», используется и понятие «компетенция», которое также имеет вариативное описание в различных источниках. Одни отождествляют его с понятием «компетентность», другие выделяют его как самостоятельную структуру [1, с. 13].

По определению Б. Ю. Эльконина, компетентность – это квалификационная характеристика индивида, взятая в момент его включения в деятельность [Там же, с. 14]. Таким образом, можно сказать, что компетентность – качество человека, завершившего образование определенной ступени, выражающееся в готовности (способности) на его основе к успешной, продуктивной, эффективной деятельности с учетом ее социальной значимости и социальных рисков, которые могут быть с ней связаны. Она предполагает целый спектр личностных качеств человека, включая в себя не только когнитивную и операционно-технологическую составляющие, но и мотивационную, этическую, социальную, поведенческую.

По мнению В. В. Бормота, компетенция – понятие, относящееся к работе (должности). Оно раскрывает сферу профессиональной деятельности, в которой человек компетентен, и отражает его статус в организации, полномочиях, области ответственности. Компетенция определяет социально-экономические условия профессиональной деятельности и инфраструктуру рабочего места. Итак, компетенции – это то, что работники, занимающие конкретные должности, должны уметь делать в соответствии с установленными стандартами. Поэтому важно различать и, соответственно, управлять компетенциями и компетентностями [6, с. 689].

Следует обратить внимание на то, что необходимо употреблять именно термин

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

«компетенция», а не «компетентность», так как предполагаемый подход организации образовательного процесса основывается именно на компетенциях, понимаемых как совокупность знаний, умений, отношений и опыта, которые эффективно используются как в знакомых, так и в новых трудных ситуациях, а не на компетентности студента, трактуемой как адекватное поведение будущего специалиста.

Понятие «компетенция» в настоящее время выступает как основополагающее в модернизации содержания образования. Оно объединяет в себе интеллектуальную и навыковую составляющие результата образования, интегрирует умения и знания, относящиеся к широким сферам деятельности культуры. Данный подход в образовании не отрицает необходимости формирования базы знаний, речь идёт о компетенции как едином результате данного процесса.

Компетентностный подход в образовании предполагает освоение учащимися умений, которые позволят им в будущем предпринимать эффективные действия в ситуациях профессиональной, личной и общественной жизни. Следует выделять понятие «умения», приобретённые в рамках данного подхода, позволяющие действовать в новых, неопределённых проблемных ситуациях, для которых заранее нельзя наработать соответствующие средства. Эти умения приобретаются в процессе решения ситуаций, тем самым достигаются необходимые требуемые результаты.

Стоит также обратить внимание на общие принципы, наиболее актуальные, посредством которых реализуется компетентностный подход на современном этапе:

– современное среднее профессиональное образование направлено на развитие обучающихся способностей самостоятельно решать проблемы в различных сферах и видах деятельности на основе использования социального опыта, элементом которого является и собственный опыт обучающихся;

– эффективность образовательного процесса в системе среднего профессионального образования достигается путем создания условий формирования у обучающихся опыта самостоятельного решения организационных, познавательных, нравственных, коммуникативных и иных задач, составляющих содержание профессионального образования в конкретной сфере (направлении) [7, с. 23].

Таким образом, компетентностный подход является усилением прикладного, практического характера всего образования. Его ключевой мыслью является то, что все изучаемое должно быть включено в процесс употребления и использования. В первую очередь это касается теоретических знаний, которые должны стать практическим средством объяснения явлений и решений практических ситуаций и проблем.

В компетентностном подходе перечень необходимых компетенций определяется в соответствии с общественными требованиями, запросами работодателей и на основе социологических исследований. Овладение различного рода компетенциями становится основной целью и результатами процесса обучения.

На наш взгляд, следует выделить десять основных компетенций, объединённых в три наиболее значимые группы для реализации компетентностного подхода в подготовке специалистов в системе среднего профессионального образования.

1. Компетенции, относящиеся к профессиональной деятельности человека:

– познавательной деятельности: постановка и решение познавательных задач; нестандартные решения, проблемные ситуации – их создание и разрешение; продуктивное и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

репродуктивное познание, исследование, интеллектуальная деятельность;

– деятельности: игра, учение, труд; средства и способы деятельности: планирование, проектирование, моделирование, прогнозирование, исследовательская деятельность, ориентация в разных видах деятельности;

– информационно-коммуникационным технологиям: прием, хранение, переработка, выдача информации; преобразование информации (чтение, конспектирование), массмедийные, мультимедийные технологии, компьютерная грамотность; владение интернет-технологиями.

2. Компетенции, относящиеся к самому человеку как личности, субъекту деятельности, общения:

– здоровьесбережения: знание и соблюдение норм здорового образа жизни (опасности курения, алкоголизма, наркомании, иных вредных привычек); знание и соблюдение правил личной гигиены, обихода; физическая культура человека, свобода и ответственность выбора образа жизни;

– ценностно-смысловой ориентации в мире: ценности бытия, жизни, культуры (живопись, литература, искусство, музыка), науки, производства, истории цивилизаций, своей страны, религии;

– интеграции: структурирование знаний, ситуативно-адекватная актуализация знаний, расширение накопленных знаний;

– гражданственности: знание и соблюдение прав и обязанностей гражданина; свобода и ответственность, уверенность в себе, собственное достоинство, гражданский долг; знание и гордость за символы государства (герб, флаг, гимн);

– самосовершенствования, саморегулирования, саморазвития, личностной и предметной рефлексии: смысл жизни; профессиональное развитие, языковое и речевое развитие, овладение культурой родного языка, владение иностранными языками.

3. Компетенции, относящиеся к социальному взаимодействию человека и социальной сферы:

– социального взаимодействия: с обществом, общностью, коллективом, семьей, друзьями, партнерами; конфликты и их погашение; сотрудничество, толерантность, уважение и принятие другого мнения, мироощущения (раса, национальность, религия, статус, роль, пол), социальная мобильность;

– общения: устное/письменное общение, диалог, монолог, порождение и восприятие текста; знание и соблюдение традиций, ритуала, этикета; кросскультурное общение; деловая переписка; делопроизводство, бизнес-язык; иноязычное общение, коммуникативные задачи, уровни воздействия на реципиента [2; 3; 5].

Каждая компетенция выпускника системы среднего профессионального образования должна обеспечиваться определенным набором учебных дисциплин и практик, объединенных в соответствующие модули, а содержание модулей полностью соответствовать уровню компетенций, приобретаемых обучающимися. Именно поэтому важно, чтобы к выявлению общих и специальных компетенций будущих специалистов наряду с академическим сообществом привлекались работодатели и выпускники последних лет. В результате система среднего профессионального образования сможет более оперативно реагировать на запросы рынка труда и значительно повысит вероятность трудоустройства своих выпускников.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Асеев В. Г. Возрастная психология / В. Г. Асеев. – Иркутск : Изд-во ИГПИ, 1989. – 194 с.
2. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования / И. А. Зимняя // Высш. образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 34 – 42.
3. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Дж. Равен. – М. : Когито-Центр, 2002. – 396 с.
4. Разработка программ подготовки профессорско-преподавательского состава к проектированию образовательного процесса в контексте компетентностного подхода : монография / под ред. Г. А. Бордовского, Н. Ф. Родионовой, А. В. Тряпицина. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2012. – 243 с.
5. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированного образования / А. В. Хуторской // Нар. образование. – 2003. – № 2. – С. 256 – 259.
6. Шаимова Г. А. К трактовке терминов «компетенция» и «компетентность» / Г. А. Шаимова, Ш. Р. Абдуразакова // Мол. ученый. – 2013. – № 11. – С. 689 – 691.
7. Шуберт Н. П. Реализация компетентностного подхода в системе среднего профессионального образования / Н. П. Шуберт, Е. В. Замара // Среднее профессиональное образование. – 2013. – № 3. – С. 22 – 25.

УДК 315.712.2.025

*Н. В. Журавлева,
г. Луганск*

ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В нашей стране наиболее распространены *функциональные структуры* управления предприятиями, в основе которых лежат иерархические функциональные модели и применяется *функциональный подход к управлению* – делегирование полномочий и ответственности через функции. Функция – подсистема организации, выделенная по принципу схожести работ, выполняемых сотрудниками [2]. Характерными признаками традиционного функционального управления являются следующие:

- относительно простая, постоянная и стабильная деятельность;
- относительно постоянный товарооборот за определенное время;
- большинство задач постоянно повторяется;
- обязанности и взаимосвязи между персоналом хорошо знакомы и корректируются достаточно редко;
- деловое окружение достаточно стабильно.

Управление в компании, построенной по этому принципу, реализуется через систему менеджмента. Ключевым элементом такой системы являются менеджеры среднего звена — начальники подразделений, в непосредственном подчинении которых находятся сотрудники компании, причем персонал группируется по своей специализации (отделы маркетинга, капитального строительства, плановый, финансовый и т. д.). Эта система менеджмента (административное управление) эффективна для управления налаженным производством, но затрудняется управление сложными процессами, поскольку руководитель подразделения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

часто вынужден нести ответственность за конечный результат процесса, имея ограниченные рычаги влияния, и то лишь на отдельных его этапах. В такой ситуации естественно стремление линейных руководителей сконцентрировать в своих руках как можно больше полномочий и ответственности, чтобы расширить спектр своего воздействия на достижение конечного результата.

Вследствие этого у подразделений появляются непрофильные задачи, усложняющие управление и оттягивающие ресурсы подразделения. Кроме того, возникают «пограничные» конфликты, которые ухудшают климат в коллективе, порождают конкуренцию между подразделениями и приводят к серьезным затруднениям при реализации сквозных бизнес-процессов. В итоге ответственность за результат вынуждено концентрировать высшее руководство компании.

Если проекты, которые ведутся в организации, носят рутинный характер (например, плановые ремонты оборудования), регулярно повторяются и хорошо изучены, функциональная структура справляется с ними достаточно успешно. Так же успешно она справляется с любыми проектами, которые ограничены рамками одного функционального подразделения. Если же проекты затрагивают несколько подразделений и не имеют аналогов в истории организации, то реализация таких проектов в рамках функциональной структуры сталкивается с серьезными трудностями. Эти трудности вызваны и проблемами с координацией работ, и тем, что интересы функциональных руководителей не ограничиваются интересами проекта и могут даже вступать с ними в противоречия.

Устранение этих недостатков возможно при переходе к проектной организационной структуре и внедрении методов проектного управления. При этом «спорные» функции вместе с реализующими их специалистами передаются из зоны ответственности функционального руководителя в зону ответственности руководителя проекта [4].

Прямой противоположностью функциональной является *проектная структура* управления с применением *проектного подхода к управлению* — делегирование полномочий и ответственности через проекты, где проект — это «разовая» деятельность, для реализации которой создается кроссфункциональная команда, в которой у каждого также один непосредственный руководитель, но подразделения организованы по проектному принципу: команды управления проектами образуют собственные подразделения, возглавляемые менеджерами соответствующих проектов. Такие структуры обычно используются проектно-ориентированными организациями, выполняющими проекты для других, — например, консалтинговыми компаниями [1].

Сотрудники функциональных подразделений, входящие в команду проекта, временно покидают свои подразделения и переходят в подчинение к менеджеру проекта. Крайний случай — создание специальной компании для управления единственным проектом (управляющей компании), время жизни которой совпадает со сроком реализации проекта. Обычно такие компании создаются для очень крупных проектов.

В проектной структуре у менеджера проекта полные полномочия. Члены команд проектов покидают свои функциональные отделы и переходят в подчинение к менеджерам проектов в проектно-ориентированные подразделения. Тем самым достигается полная координация работы команды проекта. Однако у такой структуры имеются и серьезные недостатки:

1. Не все сотрудники команды проекта загружены работой по проекту на 100%. В то

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

же время их обязанности в функциональных подразделениях ложатся на плечи других, приходится набирать дополнительный персонал, и в результате ресурсы организации используются неэффективно.

2. После завершения проекта возникают проблемы с трудоустройством персонала проектных подразделений: их места в функциональных подразделениях могут быть заняты.

3. Специалисты вырываются из своей профессиональной среды, что препятствует их профессиональному росту.

4. Проектные структуры наиболее приспособлены для управления проектами, уникальными для организации, сложными, имеющими большое значение или большой бюджет.

Проектный подход, в отличие от *функционального менеджмента*, имеет следующие преимущества:

- позволяет устранить ненужные для выполнения поставленной цели бизнес-процессы, чем обеспечивает экономию денежных и других ресурсов компании;
- обеспечивает сотрудничество различных отделов, решает проблему «соперничества» между функциональными подразделениями компании;
- делает результаты и сроки выполнения работ более предсказуемыми за счет составления календарного плана, разбитого на этапы;
- позволяет руководству контролировать каждый из этапов работ более тщательно, проследить динамику выполнения проекта [3].

Переход к проектному менеджменту на предприятии целесообразен в случае, когда у руководителя существует необходимость управлять несколькими крупными проектами одновременно, и эффективность от реализации проекта по внедрению проектного управления в компанию будет выше, чем расходы на него.

Проектно-ориентированное управление — управленческий подход, при котором отдельно взятые заказы и задания, решаемые в рамках деятельности организации или предприятия, рассматриваются как отдельные проекты, к которым применяются принципы и методы управления проектами.

Проектно-ориентированное управление является центральной концепцией управления для организаций, деятельность которых осуществляется в виде непрерывного выполнения множества проектов. Это в первую очередь относится к проектно-ориентированным компаниям.

Проектно-ориентированные организации осуществляют свои производственные задачи прежде всего в виде выполнения множества отдельных проектов, которые могут начинаться, выполняться и завершаться параллельно, создавая конфликтную ситуацию по использованию ресурсов компании. Необходимость планирования множества проектов и рационального использования ресурсов компании обеспечивает не только выживание организации в сложных условиях, но и ее непрерывное развитие.

Проектно-ориентированное управление увеличивает гибкость и динамичность компании, децентрализует ответственность функциональных руководителей и обеспечивает готовность компании к организационным изменениям.

Использование проектно-ориентированного управления в компании позволяет повышать качество управления проектами путем обмена опытом и обучения персонала, совершенствованием используемых методов и средств управления.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Либерзон В. Управление проектами по стандартам PMI [Электронный ресурс] / В. Либерзон. – Режим доступа : <http://www.e-executive.ru/management/practices/338256-upravlenie-proektami-po-standartam-pmi>. – Загл. с экрана.
2. Мальцев С. В. Процессный подход к управлению: теория и практика применения [Электронный ресурс] / С. В. Мальцев. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/itm/bpr/t&p.shtml>. – Загл. с экрана.
3. Роткина К. Е. Преимущества и проблемы внедрения проектного управления [Электронный ресурс] / К. Е. Роткина. – Режим доступа : <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s013/s013-027.pdf>. – Загл. с экрана.
4. Ципес Г. Оператор связи как проектно-ориентированная компания [Электронный ресурс] / Г. Ципес. – Режим доступа : <http://www.osp.ru/cio/2004/12/173619/>. – Загл. с экрана.

УДК 334.71

*Н. В. Журавлева, В. М. Бурым,
г. Луганск*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современной экономике формирование эффективной финансовой стратегии для развития предприятия является важным в обеспечении деятельности предприятия, которая направлена на привлечение и использование финансовых ресурсов, а также регулирование потоков, которая обеспечивает рост рыночной стоимости.

Формирование финансовой стратегии развития предприятия выступает в качестве постоянных изменений факторов внешней финансовой среды. Основные изменения данных факторов: смена целей и задач основной деятельности, связанная с реорганизацией и появлением новых коммерческих предложений; переход на новую стадию развития и т. д. В этих условиях возникает необходимость в наличии прогнозируемого характера финансовой активности предприятия, что может обеспечить четкость сформулированной финансовой стратегии.

Учитывая возможность формирования стратегических аспектов развития предприятия, необходимо сделать акцент на финансовой стратегии предприятия, так как она является основной в системе перспективных разработок.

Проведенный анализ литературных источников по стратегическому управлению предприятия показывает, что мнения авторов о процессе формирования и реализации финансовой стратегии предприятия неоднозначны. Актуальность заявленной темы, ее практическая значимость, а также недостаточная разработка обусловили выбор темы, цель и основные задачи исследования.

Основная задача – исследование процесса формирования стратегии предприятия, необходимых условий для обеспечения финансовой поддержки его базовой стратегии и успешного достижения стратегических целей развития предприятия. Существует несколько основных методов реализации финансовой стратегии, представленных в табл. 1.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таблица 1

Методы реализации финансовой стратегии

<i>Методы</i>	<i>Характеристика</i>
Метод долгосрочного финансового планирования	Характеризуются как «система методов управления стратегическими возможностями предприятия», которые ранее предусмотрены предприятием и содержат результаты управленческих решений, отраженные в программе стратегического финансового развития предприятия. Этот метод состоит в разработке прогноза основных показателей финансовой деятельности предприятия.
Метод стратегического финансового планирования	Характеризуются как «система методов управления стратегическими возможностями предприятия», которые ранее предусмотрены предприятием и содержат результаты управленческих решений, отраженные в программе его стратегического финансового развития предприятия. Этот метод состоит в разработке прогноза основных показателей финансового состояния предприятия на долгосрочный период.
Метод управления стратегическими позициями	Характеризуются как «система методов управления реализацией стратегии в условиях реального времени». Этот метод используется при относительно небольшом уровне непредвиденных изменений условий внешней финансовой среды, обнаруженных на раннем этапе их возникновения.
Метод управления по слабым сигналам	Характеризуются как «система методов управления реализацией стратегии в условиях реального времени». Этот метод основан на том, что управленческие реакции на возникающие серьезные изменения внешней финансовой среды, исследованные на раннем этапе их возникновения, подтверждены по мере получения этих информационных сигналов.
Метод управления задачами	Характеризуются как «система методов управления реализацией стратегии в условиях реального времени». Этот метод используется при возникновении непредвиденных изменений внешней финансовой среды. Скорость их возникновения обычно настолько велика, что предприятие вынуждено использовать чрезвычайные меры по обеспечению реализации своей финансовой стратегии.

Перспективный финансовый план по важнейшим направлениям финансовой деятельности предприятия составляется, как правило, на предстоящие три года, с разбивкой по отдельным годам прогнозируемого периода. Форма такого плана носит произвольный характер, но в нем должны получить отражение наиболее важные параметры финансового развития предприятия, определяемые целями его финансовой стратегии.

К основным параметрам относятся: прогнозируемая сумма активов предприятия (в целом, в т. ч. оборотных); прогнозируемая структура капитала (соотношение собственного и заемного капитала); прогнозируемый объем реального инвестирования предприятия; прогнозируемая сумма чистой прибыли предприятия и показатель рентабельности собственного капитала; прогнозируемая сумма чистого денежного потока предприятия; прогнозируемое соотношение распределения чистой прибыли предприятия на потребление и накопление (в соответствии с избранной дивидендной политикой предприятия); прогнозируемая сумма амортизационного потока [1].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Последние три метода реализации финансовой стратегии развития предприятия, приведенные в табл. 1, представляют наибольший интерес для финансовых менеджеров, так как являются инструментом отклика управленческих решений на непредвиденные изменения факторов внешней финансовой среды. Рассмотрим содержание системы методов этой второй группы.

Метод управления стратегическими позициями используется при небольшом уровне непредвиденных изменений условий внешней финансовой среды, которые обнаружены на ранней стадии их возникновения. Сущность этого метода заключается в том, что при возникновении нестабильной ситуации формируется финансовая стратегия в сферах, в которых по результатам раннего исследования создаются наилучшие возможности развития. В других сферах финансовой стратегии возможности развития предприятия снижаются или возникают непредсказанные угрозы. В таких случаях предприятие сохраняет свои стратегические позиции на достигнутом уровне. Пока уровень внешней нестабильности будет невысоким и заранее предсказываться по результатам исследования, управление стратегическими позициями будет усиливать возможности формирования стратегии предприятия в целом.

Метод управления по слабым сигналам – управленческие реакции на появляющиеся серьезные изменения внешней среды, обнаруженные на раннем этапе их возникновения и подтвержденные по мере получения этих информационных сигналов. Если на ранней стадии исследования изменений внешней финансовой среды проявляется проблема, которая несет угрозу эффективному формированию целей стратегии предприятия, но информация об этом еще не подтверждена в полном объеме, ответные стратегические решения будут носить общий характер. По мере получения информации они будут доведены до разработки и осуществления конкретных практических мер по снижению внешней уязвимости и удержанию достигнутой финансовой стратегии предприятия [Там же].

Метод управления задачами используется при возникновении непредвиденных изменений внешней финансовой среды. Скорость их возникновения обычно настолько велика, что предприятие вынуждено использовать чрезвычайные меры по обеспечению реализации своей финансовой стратегии. К таким мерам относятся: создание антикризисных управленческих групп с расширенными полномочиями по осуществлению финансового управления; установление расширенного наблюдения за происходящими изменениями условий внешней финансовой среды; привлечение необходимых консультантов и т. п.

Содержание метода управления задачами состоит в использовании основных управленческих алгоритмов действий: по результатам наблюдения за неожиданными изменениями условий внешней финансовой среды определяется общий комплекс стратегических задач, требующих формирования управленческих задач на возникающие проблемы; задачи, связанные с формированием финансовой стратегии предприятия, делятся на группы по степени их важности и срочности; наиболее важные и срочные задачи передаются для глубокого изучения и принятия оперативных управленческих решений управленческим группам (или специализированным финансовым подразделениям, при наличии в них высококвалифицированных менеджеров); контроль над принятием оперативных управленческих решений, обеспечивающих формирование стратегических целей финансового развития, возлагается на финансовых менеджеров высшего звена управления предприятием; состав стратегических задач, требующих немедленного

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

реагирования, уточняется по мере поступления дополнительной информации о характере неожиданных изменений внешней финансовой среды и анализа возможных их последствий для финансовой деятельности предприятия.

Использование рассмотренных выше методов и осуществление контроля позволяет существенно повысить адаптивность и эффективность управления формированием финансовой стратегии предприятия.

При формировании стратегии развития предприятия необходимо применять такие методы и подходы, как количественные и качественные. Необходимость сочетания количественных и качественных методов порождает проблему их органического комбинирования в процессе построения стратегии. При этом нельзя опустить ни количественные (величина прибыли, процентные ставки по кредитам и т. д.), ни качественные (уровень и критерии финансового состояния, наличие залоговой массы, ее ликвидность и т. д.) характеристики [2].

В системе основных функций стратегического управления важную роль выполняет осуществление контроля реализации разработанной финансовой стратегии.

Стратегический финансовый контроль — процесс проверки исполнения и обеспечения формирования стратегических решений в области финансовой деятельности с целью формирования его эффективной стратегии. Стратегический финансовый контроль происходит с помощью внедрения на предприятии эффективной системы, которая имеет название «контролинг» [3].

Финансовый контролинг – управляющая система, координирующая взаимосвязи между формированием информационной базы, финансовым анализом, финансовым планированием и внутренним финансовым контролем, обеспечивающая концентрацию контрольных действий на наиболее приоритетных направлениях финансовой деятельности предприятия, своевременное выявление отклонений фактических ее результатов от предусмотренных и принятие оперативных управленческих решений, направленных на ее нормализацию [Там же].

Система финансового контролинга на предприятии основывается на определенных принципах: направленности, многофункциональности, ориентированности, своевременности, гибкости, простоте построения, экономичности.

Использование методов и осуществление контроля позволяет существенно повысить адаптивность и эффективность управления формированием стратегии предприятия.

Главной задачей является эффективное управление процессом формирования, использования и прогнозирования потребности во внутренних источниках финансовых ресурсов предприятия.

Содержание каждого элемента управления стратегией предприятия зависит от постоянно меняющихся макроэкономических ситуаций, и элементы стратегии являются конкретными направлениями общей стратегии развития предприятия.

У предприятий существует своя собственная точка финансового равновесия, которая является расчетной величиной. Двигаясь от этого начального уровня вверх, предприятие увеличивает запас устойчивости, а платежеспособность приобретает более высокие качества – от гарантированной платежеспособности происходит постепенный переход в состояние абсолютной платежеспособности. Платежеспособность превращается из гарантированной в потенциальную, а затем начинается зона риска. До определенного уровня

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

потеря равновесия сочетается с практической устойчивостью, но переход критической границы означает объективную необходимость внешнего вмешательства с целью принятия мер по оздоровлению или ликвидации предприятия [1].

Состояние финансового равновесия заключается в том, что долгосрочные и текущие нефинансовые активы обеспечиваются собственным капиталом предприятия.

Широко используемый на практике коэффициент текущей ликвидности далеко не всегда отражает фактическое состояние платежеспособности предприятия: запасы и затраты, которые рассматриваются при исчислении коэффициента в качестве покрытия существующих обязательств, по сути, представляют собой лишь потенциальную возможность такого действия. Степень ликвидности имеющихся финансовых активов зависит от уровня платежеспособности предприятия и его финансового потенциала [2].

Состояние финансового равновесия является величиной, которая активно меняется, движение происходит постоянно – запас устойчивости увеличивается или сокращается. При этом необходимо наличие у предприятия эффективной системы, позволяющей осуществлять постоянный контроль такого состояния, сравнение с нормативным значением и прогнозировать его изменения в будущем.

В процесс управления формированием финансовой стратегией предприятия входит управление не только финансовым состоянием предприятия, но и экономическим, в основе которого лежит сопоставление собственного капитала с нефинансовыми активами. При этом создаются предпосылки для составления прогноза сбалансированного движения с учетом денежной и неденежной формы дохода и активов [4].

Критерием данного соответствия является финансовое равновесие, которое заключается в равенстве собственного капитала и нефинансовых активов и в равенстве заемного капитала и финансовых активов. Второе равенство является следствием первого, так как общая величина капитала, находящегося в обороте – собственного и заемного, – всегда равна сумме всех активов. Параметры равновесия играют важную роль в анализе финансовой устойчивости, ее изменений предприятия или по разным предприятиям в один и тот же момент времени.

При выборе последовательности постановки системы управления финансами важно учитывать следующие, объективно присутствующие уровни развития финансового управления предприятием и выбирать приоритеты приложения усилий и возможные целевые показатели в сфере финансов [1]:

- управление платежеспособностью, в том числе введение системы бюджетирования, разработка кредитной политики, управление запасами;

- управление доходностью, в том числе повышение эффективности деятельности, рентабельность операций, управления затратами;

- управление активами и экономическим потенциалом, в том числе рентабельность активов и финансовая устойчивость, финансовый анализ и долгосрочное планирование.

Финансовая стратегия развития предприятия представляет собой сложную многофакторную модель действий и мер, необходимых для достижения поставленных перспективных целей в общей концепции развития в области формирования и использования финансового потенциала предприятия.

Методы анализа финансового состояния предприятия постоянно совершенствуются. Эффективное производство и реализация качественной продукции положительно влияют на

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

финансовое состояние предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. – М. : Дело, 2006. – 720 с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – М. : Гардарики, 1998. – 296 с.
3. Криничанский К. В. Математика финансового менеджмента : учеб. пособие / К. В. Криничанский. – М. : Дело и Сервис, 2006. – 256 с.
4. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа предприятия / А. Д. Шеремет, Д. Е. Сейфулин. – М. Финансы и статистика, 2010. – 441 с.

УДК 339.138 (075.8)

*Е. В. Казакова,
г. Луганск*

АКТИВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БРЕНДИНГА

Стабилизация социально-экономической ситуации в стране, развитие национального производства, увеличение количества рабочих мест неуклонно ведут к увеличению личных доходов населения и повышению покупательской способности, что уменьшает значимость ценового фактора в потребительском поведении. На региональном и национальном рынках происходит усиление товарной конкуренции, это происходит вследствие развития научно-технического прогресса, которое приводит к тому, что потребитель перестает различать товары разных производителей с точки зрения качества. Уникальные по своим техническим характеристикам товары появляются редко. Но даже если они появляются в какой-либо товарной категории, время, необходимое конкурентам на достижение того же уровня качества, настолько мало, что не дает возможности компании-новатору воспользоваться преимуществами своего нового товара в конкурентной борьбе.

Интеграция в информационное общество сигнализирует о возможных изменениях в деятельности компаний. Очевидно, что эти изменения способны в определенной степени ослабить стабильность компаний, так как их уровень информационной и организационной подготовленности невысок.

Данные тенденции обуславливают необходимость поиска компаниями новых методов конкурентной борьбы. Одним из важнейших методов конкурентной борьбы, особенно в условиях перехода к информационному обществу, становится комплекс маркетинговых коммуникаций.

Для успешного функционирования компаниям необходимо применение комплексных подходов к управлению коммуникационными процессами в маркетинге. Необходима теоретическая и практическая проработка моделей и механизмов управления маркетинговыми коммуникациями в современных условиях. Особого внимания требует решение вопросов организационно-функционального сопровождения новых подходов к одной из современных технологий маркетинга – брендингу.

За последние годы очевидным стал тот факт, что в условиях бурно, но хаотично

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

развивавшегося рынка второстепенная роль отводилась вопросам маркетинга, тем более вопросам маркетинговых коммуникаций. Нередко отечественные производители исходили и исходят из следующих принципов: таких средств на маркетинговые коммуникации, которые затрачивают международные компании, у них все равно никогда не будет, а если они будут производить качественный продукт, то потребитель его обязательно оценит и купит даже без рекламы за счет разницы в цене. Цена в какой-то период времени действительно была основным фактором, определяющим потребительское поведение. Но в сегодняшнем информационном обществе невозможно обойтись без применения маркетинговых коммуникаций. Компаниям необходимо создавать конкурентные преимущества для того, чтобы выжить в конкурентной борьбе.

Тенденции развития рынков товаров массового спроса в России свидетельствуют о неуклонном росте товаров брендового потребления, т. е. потребления товаров известных, рекламируемых марок.

В настоящее время человек, который живет в информационном пространстве, ежедневно сталкивается с 3000 рекламных сообщений, а средний супермаркет насчитывает примерно 25 тыс. наименований товаров. Сложившаяся ситуация диктует необходимость концентрироваться на главном, создавая образы в сознании потребителя, и при необходимости выделять важнейшие из них. Для того чтобы «задержаться» в сознании покупателя, необходимо активизировать маркетинговую деятельность и свести ее к созданию бренда, который сегодня является самым мощным инструментом бизнеса в развитых странах.

Только при этом торговую марку, умеющую обнаружить нечто важное и ценное для потребителей, выразить это в ее символах и коммуникациях, добиться правильного распознавания и долговременного покупательского предпочтения, можно назвать полноценным брендом. Создание лояльности потребителей – один из ведущих факторов доходности бренда, поскольку лояльные потребители советуют бренд другим – так называемое «сарафанное радио». Имея лояльную аудиторию, компания может сэкономить на коммуникациях, планировать выход на новые рынки, открывать новые перспективы. Создание лояльности – вопрос времени и правильного непрерывного контакта с аудиторией. Необходимо также, чтобы отдельные элементы в коммуникации бренда, взаимно дополняя друг друга, создавали сильное и целостное впечатление.

В классических учебниках выделяют четыре составляющих маркетинга, так называемые «4P»: качество товара и уровень сервиса, цена, представленность в сети продаж и продвижение. Согласно тем же учебникам, брендом можно считать только тот товар, в котором все 4P гармонично сочетаются с потребительскими ожиданиями.

Деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товару (услуге), основанная на совместном усиленном действии на потребителя товарного знака (знака обслуживания), упаковки, рекламных обращений, материалов сейлз промоушен и других элементов рекламы, объединенных определенной идеей и однотипным оформлением, выделяющих товар (услугу) среди конкурентов и создающих его образ, называется брендингом [1, с. 6].

Брендинг базируется на достижениях маркетинговой деятельности, и компания, сформировав рыночный образ товара-бренда, получает возможность уменьшить нагрузку на ряд маркетинговых функций, получив при этом дополнительное ценовое преимущество над конкурентами. Если рассматривать брендинг с точки зрения маркетинга, то он представляет собой один из типов маркетинговых технологий, направленный на создание и управление

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

брендом. Обычно выделяют следующие способы брендинговых коммуникаций: реклама, PR, персональные продажи, директ-маркетинг, участие в выставках и др.

Роль бренда в концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций можно представить в следующем виде [2, с. 39]:



Рис. 1. Роль бренда в концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций

Из приведенной на рисунке схемы видно, как бренд интегрирует набор маркетинговых коммуникаций. Причем важно понимать, что интеграция происходит динамически, связывая различные инструменты между собой с целью достижения максимального эффекта. Связь и комбинация формируют комплекс маркетинговых коммуникаций, который позволяет решать маркетинговые и бизнес-задачи.

Инструментарий и цели брендинга выходят далеко за рамки системы маркетинговых коммуникаций и включают также элементы товарной политики, стратегии в сфере ценообразования и решения в сбытовой сфере.

Концепция маркетинговых коммуникаций пронизывает все этапы рыночного воспроизводства – от идеи создания товара или услуги до их окончательной реализации. Важность использования маркетинговых коммуникаций подтверждается тем, что именно коммуникации служат результативным механизмом преодоления проблем на непредсказуемом пути продвижения товаров или услуг от производителя к конечному потребителю.

Брендинг и коммуникации рассматриваются как ключевые факторы успеха компаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Годин А. М. Инструменты современного маркетинга : монография [Электронный ресурс] / А. М. Годин, О. А. Масленникова. – Режим доступа : http://velib.com/read_book/godin_aleksandr_mikhajlovich-maslennikova_olga_anatolevna/instrumenty_sovremennogo_marketinga/vvedenie
2. Сущность, роль и составляющие маркетинговых коммуникаций в создании сильных

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

брендов [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://lektsii.org/6-63202.html>

УДК 658.115

*Е. Н. Колесникова,
г. Луганск*

МАЙНД-МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Современное общество ставит перед высшим образованием важные задачи: выпускник высшей школы должен не просто иметь определенный багаж знаний, он должен уметь гибко адаптироваться в меняющемся мире, уметь грамотно работать с информацией, самостоятельно и творчески мыслить, генерировать новые идеи.

Повысить качество образования и сформировать у студентов и магистрантов компетенции, заявленные в стандарте, позволяют современные образовательные технологии. Студент, магистрант должен стать главной фигурой процесса обучения: деятельной, активной, познающей. Цель обучения с позиции преподавателя должна состоять в том, чтобы сделать студента, магистранта способным развиваться самостоятельно. Как показали исследования ученых, человек запоминает только 10% того, что он читает, 20% того, что слышит, 30% того, что видит, 50 – 70% запоминается при участии в групповых дискуссиях, 80% – при самостоятельном обнаружении и формулировании проблем, и лишь когда студент непосредственно участвует в реальной деятельности, в самостоятельной постановке проблемы, выработке и принятии решения, формулировке выводов и прогнозов, он запоминает и усваивает материал на 90%.

Тексты, таблицы, списки, диаграммы – проверенные временем визуальные формы представления информации. Актуальность использования технологии визуализации информации очевидна. Современные исследования психологов говорят о том, что около 85% населения земного шара – «визуалы». Наша интеллектуальная деятельность подчинена следующим четко работающим принципам: мы не можем оперировать одновременно более чем 7 ± 2 объектами информации; любая мысль может быть тут же потеряна и вытеснена другой, не всегда более важной и приоритетной; мы недоиспользуем возможности нашего мозга по восприятию сгруппированной и связанной информации, содержащей в себе смысловые цвета, рисунки, схемы, типовые связи; информация воспринимается тем лучше, чем больший объем коры головного мозга подключается к ее восприятию; наш мозг мыслит ассоциативно, выстраивая из полученной информации взаимосвязи мыслей и логичную структуру (на основе нашей и только нашей логики или опыта), после чего у нас формируется понимание информации, то есть появляется образ; для того чтобы быстро достичь результата задуманного интеллектуального продукта, необходимо сначала собрать все мысли, структурировать их, чтобы понять, что же именно нужно сделать для достижения результата. Умение правильно структурировать информацию становится необходимым навыком в современном мире, так как 90% информации обычный офисный менеджер сейчас получает в электронном виде, и ее количество удваивается каждые несколько лет. Так как большинство электронной информации поступает и обрабатывается через такие

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

распространенные офисные программы, как Microsoft Outlook, Word, Excel, Power Point, Lotus Notes и др., которые воздействуют в основном на восприятие левым (аналитическим) полушарием, то для большинства современных менеджеров характерна картина, показанная на рис. 1.



Рис. 1. Линейные потоки информации менеджера

При отсутствии необходимых навыков структурирования информация, поступающая в электронном виде, является одним из основных поглотителей времени, и роль способности современного менеджера быстро обрабатывать электронную информацию, анализировать ее и принимать на ее основе решения является одной из ключевых в повышении эффективности его работы.

Последними исследованиями доказано, что человеческий мозг может вместить в себя безграничное количество информации. К сожалению, мы не используем эту возможность. Одной из причин этого является неправильный метод запоминания – пустое зазубривание, неиспользование творческого мышления. Мы записываем важную информацию в хронографической или иерархической форме, забывая про картинку, символы и цвета. Обучение происходит для всех в одинаковой форме, несмотря на то, что все мы разные: кто-то восприимчив к визуальной информации, кто-то к аудиальной, а кто-то к кинестетической. Следовательно, и способы образования у них должны быть разные.

Приобрести такие навыки и научиться пользоваться современными технологиями использования огромных ресурсов нашего мозга можно с помощью открытий в области майнд-менеджмента. После целого ряда исследований на данный момент самой лучшей методикой запоминания и организации мышления является методика составления интеллект-карт (ментальных карт) (Mind Mapping). Ментальные карты (Mind Mapping) – это способ систематизации знаний с помощью схем. Уникальность этого способа в том, что он одновременно включает в работу левое и правое полушария головного мозга, тем самым позволяя использовать в полной мере наш потенциал. Интеллект-карты (ментальные карты) – что это такое и для чего они нужны? В основу метода интеллект-карт (ментальных карт, карт-ума) положена разработка английского психолога Тони Бьюзена – известного писателя, лектора и консультанта по вопросам интеллекта, психологии обучения и проблем мышления. Тони Бьюзен предложил замечательный способ помочь мышлению в процессе обработки информации: отказаться от линейного записывания в пользу радиального. Опираясь на опыт великих мыслителей прошлого, Тони Бьюзен заметил, что, создавая свои записи, они следовали ассоциативным связям и даже фантазии. Поэтому их записи были «живыми» и «говорящими», способными донести информацию не только их непосредственному

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

создателю, но и любому иному человеку, даже через «толщу» веков. Психологической основой метода является карта памяти. Сама карта памяти, с точки зрения ее создателей, это модель работы нашего мозга. Достаточно воспроизвести в памяти один объект этой карты памяти (ума), и он «цепочкой» потянет за собой десятки взаимосвязанных фактов, ощущений, событий. Так возникает многомерное ассоциативное мышление, которое позволяет видеть не просто объект окружающего мира сам по себе, а во взаимосвязи с другими объектами. Карта памяти позволяет без труда вспомнить детали, поскольку их организация отражает естественную деятельность мозга. Карту памяти можно использовать в обучении. Она позволяет генерировать оригинальные идеи и облегчает процесс запоминания. Такой подход требует меньше усилий по сравнению с традиционными методами конспектирования. Ведение записей здесь осуществляется в менее напряженном творческом режиме. Люди в большинстве своем для хранения информации создают образы, воспроизводят их в памяти в виде картинки по центру и часто в цвете. Именно так информация и хранится в мозге. Создание карты памяти построено на этом же принципе, конспект начинается в центре и ведется с помощью знаков, рисунков, символов разным цветом и шрифтом. Карта памяти позволяет запоминать информацию; углублять понимание; воспроизводить информацию, даже если чтение и воспроизведение разорвано во времени; устанавливать взаимосвязи между объектами; хранить информацию в свернутом виде, а при необходимости «разворачивать»; представить тему целиком, понятно и наглядно, что обеспечивает повышение мотивации студентов.

Использование интеллект-карт (ментальных карт) на занятиях может проходить в разных формах: можно использовать готовые карты памяти (ума), изображенные в учебниках или на плакатах; приготовить к занятию собственные ментальные карты в виде презентаций или опорных конспектов; по ходу изложения материала строить ментальные карты на занятиях; организовать различные виды индивидуальной и групповой деятельности студентов по использованию готовых интеллект-карт (ментальных карт). Практическое применение интеллект-карт (ментальных карт) на разных этапах занятия: при изучении и объяснении нового материала; при закреплении изученного; для обобщения и систематизации, во время самостоятельной работы, для контроля знаний. Большие возможности использования интеллект-карт (ментальных карт) имеются при организации исследовательской и проектной деятельности магистрантов.

Строить ментальную карту можно и вручную, рисуя на листе бумаги, ватмана, а также при помощи программных средств, которых достаточно много. Например, программа MindManager. MindManager не только поддерживает классический подход к созданию ментальных карт, но и существенно расширяет его. Подготовленные в программе ментальные карты можно экспортировать в формат HTML, MS Power Point и MS Word. Поддерживает связь и синхронизацию с MS Outlook и MS Project, импорт из MS Word. Области применения MindManager следуют из областей возможного применения ментальных карт: обучение; запоминание (вспоминание); управление проектами; подготовка презентаций и самопрезентаций; генерация идей («мозговой штурм»). Подборка из 8 программ для составления ментальных карт поможет вам использовать технологию mind-mapping на все 100%: Coggle – бесплатное онлайн-приложение, поддерживающее совместную работу над проектами, в котором можно разрабатывать удобные красивые ментальные карты. Простой и интуитивный интерфейс в то же время имеет множество функций, которые делают процесс

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

создания mind-map очень простым. XMind – популярная кросс-платформенная программа для составления ментальных карт (Windows, Mac, Linux). Freemind – открытое бесплатное приложение, которое работает на любой платформе, поддерживающей Java. Программа имеет весь необходимый набор функций для создания качественных mind-maps. Очевидный минус Freemind – несовременный дизайн ментальных карт. MindNode – платное приложение для создания интеллект-карт на Mac / iOS. Имеет современный дизайн и просто в использовании. Bubble.us – бесплатное веб-приложение для составления ментальных карт в режиме онлайн, которое позволяет составить простые mind-map и экспортировать их в формате изображений. MindMeister – платное онлайн-приложение для составления интеллект-карт. Mapul – платное онлайн-приложения для создания интеллектуальных карт. WiseMapping – бесплатное онлайн-приложение для создания ментальных карт с открытым кодом HTML5.

Майнд-менеджмент – это технология представления потоков информации в виде, требующем минимального времени и психофизиологических ресурсов для поиска, анализа и понимания.

Майнд-менеджмент – направление в менеджменте, отвечающее за повышение эффективности личной и корпоративной деятельности с помощью интеллект-карт.

Принципы майнд-менеджмента: визуализация – наглядное представление позволяет понять картину в целом, а затем уже двигаться к более конкретным целям; ассоциативность – человеческий мозг воспринимает и анализирует информацию не линейно, а в виде образов и пространственных связей.

Алгоритм майнд-менеджмента: рождение идеи – проведение мозгового штурма – структурирование идей – формирование интеллект-карты – исполнение задуманного. Область применения mind maps: наука; образование; самоорганизация; менеджмент (см. рис. 2).



Рис. 2. Область применения mind maps

Mind maps помогают нам понять разницу между способностью к хранению объема информации, которая может быть запечатлена в памяти (что отмечается в первую очередь

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

при использовании карт) и эффективностью хранения информации, для чего этот метод и предназначен. Эффективное хранение информации означает ее усвоение и понимание. И чем больше информации вы усваиваете таким способом, тем крепче становится ваша память и сильнее интеллект.

УДК 371.26

*Е. Н. Колесникова, С. В. Мельянченко,
г. Луганск*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Для успешной интеграции в мировую экономику необходимо адаптировать свою политику к изменяющимся обстоятельствам, переориентировать содержание государственной деятельности и повысить результативность и эффективность государственного управления. Современная социально-экономическая ситуация в ЛНР требует решения таких взаимосвязанных проблем, как выход из кризиса и переход к рыночным формам и методам хозяйствования. Понятно, что обеспечение надлежащей эффективности невозможно без овладения необходимым уровнем образования. Этот уровень достигается благодаря предоставлению системой образования услуг по усвоению личностью определенных образовательных и образовательно-профессиональных программ и должен соответствовать кругу и сложности социальных и профессиональных задач и обязанностей определенной квалификации. Внедрение на практике указанных особенностей деятельности требует наличия кадров соответствующей квалификации и компетентности. Среди главных преимуществ компетентного специалиста следует назвать системность мышления при решении практических вопросов, способность спланировать и провести научное исследование, найти инновационную идею решения проблемы, оценить ее полезность и возможность внедрения.

Предоставление образовательных услуг в системе высшего образования сопровождается целым рядом социально-экономических последствий. Хотя результативность получения высшего образования личностью в основном персональная (повышение социального статуса, материального достатка, развитие познавательных способностей, способности к переобучению и социализация и т. д.), она также является полезной для общества в целом: для налогоплательщиков, для государственных и частных предприятий и т. п.

Функционирование системы высшего образования связано с привлечением и использованием значительных человеческих, материальных и финансовых ресурсов на республиканском, региональном и местном уровнях. В условиях жесткого социально-экономического положения общество должно иметь гарантии добросовестного использования этих ресурсов. С учетом значимости последствий функционирования системы образования возникает насущная потребность в овладении мировым опытом разработки и внедрения различных масштабных и сложных проектов в области образования, прежде всего высшего.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Все проекты в области образования являются инвестиционными, они могут быть как коммерческими, так и некоммерческими. Но все они направлены на решение важных социальных и экономических проблем.

Несмотря на то, что понятие «образование» достаточно часто используется в повседневной жизни, в законодательных актах, педагогической литературе оно не имеет точного нормативного определения. Общим для многих современных определений этого понятия является представление об образовании как о процессе и результате усвоения через обучение системы знаний и приобретения умений и навыков, необходимых для обеспечения соответствующего уровня развития познавательных потребностей и способностей человека и его подготовки к практической деятельности. Так, согласно ч. 1 п. 12 ст. 2 Закона ЛНР «Об образовании» образование – это «единый, целенаправленный процесс передачи накопленных знаний и культурных ценностей, воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определённых объёмов и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и/или профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов» [1]. В контексте данной работы образование – это категория, которая используется для описания механизмов воспроизводства и трансляции новым поколением опыта прошлой и существующей культур, подготовки их к следующей практической жизнедеятельности. Реализация этих механизмов является основной функцией системы образования.

В настоящее время в системе управления высшей школой формируется новая управленческая парадигма, которая отказывается от жесткого управленческого рационализма, предполагает вуз как «открытую систему», эффективность работы которой зависит не только от решения внутренних проблем, но и от умения реагировать на внешние факторы (маркетинговые, экономические, политические, социально-культурные), и основывается на реализации стратегических целей управления.

Системность – довольно сложное и многообразное явление, одним из четырех аспектов которого, наряду с системным подходом, теорией систем и системным методом, является теория практики, которая проявляется в практическом применении системных методов и знаний о системах в пределах обобщенных принципов деятельности [2]. Иными словами, системная практика выступает в качестве интегральной совокупности инструментов, использование которых способствует организации преобразования действительности для достижения определенных целей. Системность характеризуется четырьмя ведущими принципами: целостностью, иерархичностью, структуризацией, множественностью.

Существует много объяснений смысла и проблем системной практики. Но основным ее отличием следует считать то, что методы системного управления с наибольшей степенью вероятности гарантируют получение конечного результата в условиях неопределенности. Доказательство того, что идеология системной практики влияет на способ принятия решения и отличается от преобладающей в практике управления технократической идеологии, получено путем рассмотрения проблемных ситуаций. Центральным моментом идеологии системной практики является понимание того, что проблемная ситуация зависит как от поведения разных людей, так и от того, каким образом люди ее воспринимают. Кроме того,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

важным моментом является понимание роли управленческой науки в результатах практики. Сегодня управленческая наука существует по принципу наличия профессионалов, которые считают себя специалистами в этой области. Но статистика свидетельствует, что люди, которые должны были бы получать помощь от такой науки, не видят существенного влияния науки на результат практики. Еще многие управленцы не убедились на деле, что управленческая наука имеет более чем косвенное отношение к их задачам. Большинство из них согласится с утверждением, что управление – скорее практика, чем наука. Это не столько знания, сколько действие.

Сегодня нужно говорить не об опыте системной практики, а о единстве системности и научности, то есть о теории практики, которая так нужна для решения государственных социально-экономических задач [3].

Можно утверждать, что и образование, и система образования являются искусственными объектами со всеми признаками открытой системы, имеют высокий уровень системности. Образование является обобщенным объектом деятельности методистов, преподавателей, ученых. Их деятельность в основном направлена на отдельные подсистемы объекта (отдельные стороны объекта). Система же образования является обобщенным объектом деятельности менеджера образования. Его деятельность может включать как всю систему в целом, так и отдельные его подсистемы. Учитывая, что все эти объекты постоянно развиваются и совершенствуются, возникает необходимость определить несколько концептуальных аспектов, касающихся отдельных сторон образования и имеющих значительное влияние на качество подготовки специалистов:

1. Человеку присущи различные потребности, побуждающие его к деятельности. Потребности человека по содержанию и проявлению объединяются в три основные группы: жить, познавать и занимать определенное место среди людей. Перед обществом стоит проблема организации и обеспечения совместной деятельности: разделения и закрепления труда за участниками трудового процесса, обеспечения взаимосвязи его частей в форме обмена результатами деятельности.

С разделением труда цель деятельности отдельного человека задается извне. Человеку приходится выполнять функции, которые сами по себе напрямую не удовлетворяют его личные нужды. В этих условиях потребности человека удовлетворяются за счет вознаграждения, которую он воспринимает как плату за свой вклад в общий труд. Итак, общественное разделение труда является предпосылкой полного удовлетворения личных потребностей человека и одной из основных движущих сил общественного развития, стимулом и отражением как общественной дифференциации, так и социальной интеграции. Разделение труда играет структурообразующую роль в построении основных элементов социальной системы.

Некоторые аспекты системного подхода к управлению качеством высшего образования обуславливает существование специальностей, профессий и социально-профессиональных структур общества. Выполнение членами общества определенных видов профессиональной деятельности требует соответствующей квалификации, что, в свою очередь, невозможно без освоения необходимого уровня образования. Задача подготовки специалистов – отвечать потребностям общества в современных условиях, что обеспечивается ступенчатой системой образования ЛНР.

2. Благодаря процессу социализации человека, т. е. процессу его включения в системы

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

социальных отношений, усвоения и дальнейшего развития социально-культурного опыта, углубляется и процесс дифференциации общества. Это является основой индивидуализации и совершенствования людей, формирования их способностей, потребностей и интересов. Образование, в отличие от других компонентов культуры, непосредственно связано с формированием личности, созданием возможностей относительно свободного проявления ею своей неповторимой уникальности, расширением универсальных моральных ценностей, которые являются основой устойчивого развития цивилизации.

3. Система высшего образования ЛНР как структурная единица ступенчатой системы образования имеет свои специфические цели. Основными целеобразующими субъектами в построении структуры целей высшего образования ЛНР являются: мировое сообщество; общество; сфера труда (отрасли различных сфер деятельности – потребители выпускников высших учебных заведений).

На основании анализа структуры целей высшего образования МОН ЛНР в соответствии с возложенными на него задачами прогнозирует развитие высшего образования в соответствии с потребностями личности, общества, государства и разрабатывает предложения по перечню специальностей и квалификаций, оптимизации сети высших учебных заведений (вузов) и др. Таким образом, МОН ЛНР обеспечивает выполнение социального заказа по подготовке специалистов определенных специальностей и квалификаций: перечень специальностей и квалификаций является прежде всего государственным нормативным документом, отражающим требования сферы труда, а документы сферы образования по подготовке специалистов имеют подчиненный характер.

Цели высшего образования обобщаются в смысле высшего образования – научно обусловленных требованиях к системе знаний, умений и навыков, мировоззрения, гражданских и психофизиологических качеств человека, которые формируются в процессе образовательной и профессиональной подготовки с учетом перспектив социально-экономического и культурного развития государства. Таким образом, содержание высшего образования – это желаемый результат, цель, стоящая перед системой образования и личностью.

Содержание образования при реализации системой образования трансформируется в содержание обучения, выступающее в отношении содержания образования как средство по отношению к цели и представляет научно обоснованный дидактический и методический материал, усвоение которого обеспечивает получение академической и профессиональной квалификации.

Соответствие образовательных услуг стандартам высшего образования определяется путями аккредитации и аттестации вузов. Основой процедуры аттестации является контроль качества высшего образования с помощью средств диагностики качества высшего образования в результате реализации высшими учебными заведениями содержания обучения и определения степени их соответствия требованиям, которые представлены в содержании образования по критериям достижения целей высшего образования.

4. Зарубежный и отечественный опыт свидетельствует, что нормальное функционирование системы профессиональной подготовки, системы сертификации и лицензирования возможно только тогда, когда ее основатели и участники действуют на основании методологии так называемого субъектно-деятельностного подхода.

Главный тезис использования такого подхода: обучать специалистов тому, что

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

реально может понадобиться в процессе их будущей деятельности и соответственно контролировать степень развития необходимых знаний, умений, навыков человека, учиться. Итак, деятельность специалиста рассматривается не в чисто профессиональном, а в широком смысле этого слова (как система динамического взаимодействия человека с окружающей средой). По своему содержанию это системный подход к подготовке специалистов, логика использования которого требует определенной последовательности технологических операций как на этапе проектирования подготовки и сертификации специалистов, так и на этапе их осуществления.

Стоит отметить, что в системе образования, особенно высшего, нарушения технологий, неувязки в методиках, ошибки в оценках качества функционирования образования как системы ощущаются опосредованно. Поэтому значительные недостатки в работе системы в целом, как и отдельных ее структурных элементов, не являются достаточно ощутимыми и не всегда подпадают под необходимое критическое рассмотрение, хотя предметом и продуктом деятельности в этом случае выступает сам человек, интересы которого, как и интересы общества в целом, упомянутая система должна защищать [4].

К сожалению, фрагментарность в реализации принципов системного подхода, особенно в отношении технологий планирования, организации и контроля результатов деятельности системы высшего образования, его отдельных составляющих существенно снижает эффективность усилий МОН ЛНР по реформированию высшего образования.

5. В рамках применения системного подхода к формированию и управлению системой высшего образования существуют следующие основные задачи:

– с учетом особенностей общественного разделения труда, социального заказа на подготовку специалистов, определения структуры будущей профессиональной деятельности выпускников вузов и соответствующих ей образовательно-квалификационных уровней требуется создание и постоянное совершенствование перечня направлений, специальностей, квалификаций, специализаций;

– на основании анализа целей высшего образования устанавливается содержание обучения по определенным направлениям и специальностям – создание и постоянное совершенствование образовательно-профессиональных программ, программ учебных дисциплин, других дидактических и методических материалов как составляющих государственных стандартов высшего образования;

– с учетом достижений современных образовательных технологий – определение методов, форм и средств обучения, которые являются оптимальными по затратам времени, материальных ресурсов и способны реально обеспечивать качество образовательной и профессиональной подготовки, определяемое стандартами высшего образования;

– с учетом прогноза социального и экономического развития республики, требований государственных стандартов высшего образования, результатов аттестации высших учебных заведений и сертификация их выпускников.

6. Методология использования системного подхода к управлению высшим образованием (а также любым другим звеном структуры образования) требует четкого определения и разграничения функций органов управления. Такими функциями можно назвать:

– на уровне стратегического управления образованием (управление системой целей): прогнозирование и планирование развития высшего образования (определение целей –

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

содержания высшего образования); определение структуры высшего образования; определение направлений научных исследований в системе высшего образования; контроль за реализацией государственной политики в области высшего образования; содействие интеграции высшего образования ЛНР в мировое образовательное пространство и т. п.;

– на уровне оперативного управления образованием (управление системой деятельности): разработку нормативно-правовой базы функционирования системы высшего образования; определение сети высших учебных заведений; контроль выполнения вузами государственного заказа на подготовку специалистов (номенклатура, качество и т. п.); аттестацию и аккредитацию высших учебных заведений; организацию работы с руководящим составом системы высшего образования;

– на уровне инструментального управления образованием (управление действующей системой): определение, апробацию и экспертизу образовательных технологий, методов, форм и средств обучения; организацию работы с педагогическим составом системы высшего образования; организацию материального обеспечения выполнения высшими учебными заведениями государственного заказа на подготовку специалистов; организацию работы научных и методических семинаров и конференций.

При осуществлении этих функций органами управления высшим образованием возникает необходимость подготовки проектов управленческих решений, нормативно-правовых документов и т. п.

Следует подчеркнуть, что системный подход в системе высшего образования разрешает выделить и тщательно исследовать любой элемент указанной системы по отдельности, изучить и сравнить его с другими, объединив в целостную структуру. Можно ожидать, что пренебрежение преимуществами применения системного подхода к управлению качеством высшего образования существенно повлияет на эффективность реформ в области образования, которые так необходимы молодому государству.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон ЛНР «Об образовании» № 128-П от 30 сентября 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3606>.
2. Россошанская О. В. Компетентностный подход в управлении проектами: основные принципы / О. В. Россошанская // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. – Луганськ : Вид-во СНУ імені Володимира Даля, 2008. – № 3 (27). – С. 61 – 67.
3. Качала В. В. Теория систем и системный анализ : учебник / В. В. Качала. – М. : Академия, 2013. – 368 с.
4. Казиев В. М. Введение в системный анализ и моделирование : учеб. пособие / В. М. Казиев. – М. : Интернет-университет Информационных Технологий ; БИНОМ, Лаборатория знаний, 2006. – 244 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 378.147

*Е. В. Куцурубова-Шевченко, И. Э. Кутюбая, Т. В. Каралкина,
г. Луганск*

ПРАВОВАЯ КУЛЬТУРА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПРАВОВОЙ РАБОТЫ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

В настоящее время перед Луганской Народной Республикой (далее – ЛНР) стоят крупные и сложные тактические задачи, связанные с эффективным развитием экономики (внешних и внутренних отношений) и общества на инновационном уровне и достижения реальных результатов в повышении благосостояния всех граждан. Безусловно, личность становится участником грандиозных преобразований и одновременно является приоритетной ценностью общества и государства.

Для ЛНР особенно актуальным является вывод о том, что любые изменения в экономической и политической системах общества начинаются как сдвиг внутри культуры в целом и правовой культуры в частности. Для решения задачи преодоления кризиса в обществе необходим кардинальный позитивный «переворот» в правовом мышлении, как в индивидуальном, так и в массовом правосознании.

Согласно Концепции государственной политики правового просвещения и повышения уровня правовой культуры граждан ЛНР развитие правового государства, формирование гражданского общества и укрепление национального согласия в ЛНР требуют высокой правовой культуры, без которой не могут быть в полной мере реализованы такие базовые ценности и принципы жизни общества, как верховенство закона, приоритет человека, его неотчуждаемых прав и свобод, обеспечение надежной защищенности публичных интересов [1].

В первую очередь на развитие правовой культуры и позитивного типа правосознания и поведения оказывает влияние характер воспитания в семье, а также качественный уровень воспитания и обучения в образовательных учреждениях различного типа и вида. При этом, по мнению подавляющего большинства учёных и практикующих педагогов, решающую роль в процессе формирования соответствующих качеств воспитуемых играет не само содержание программ обучения или прочитанных книг, а законопослушное поведение родителей и преподавателей.

Таким образом, становление правового государства и развитого гражданского общества в ЛНР зависит от уровня правовой культуры старшего поколения, всех, кто работает с молодёжью и реализует воспитательные функции, в т. ч. и научно-педагогического персонала высших учебных заведений (далее – вуз). Удовлетворение значимых духовных потребностей молодых граждан неотделимо от профессиональной деятельности преподавателей, которые призваны участвовать в сохранении и воспроизводстве культуры общества, в воспитании будущего поколения на основе подлинных национально-культурных образцов, опосредующих нормы и заповеди общечеловеческой морали.

Однако неустойчивая государственность ЛНР, незрелость её правовой системы и отдельных управленческих решений, смена жизненных приоритетов и необходимость переориентации образовательного процесса на новые стандарты создают неблагоприятные условия для мотивации правоуважительного поведения многих сотрудников учебных

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

заведений. Такое положение дел требует качественного осмысления проблемы правовой образованности сотрудников вузов, в том числе преподавателей, и выработки новых подходов к её разрешению.

Поэтому *целью настоящего исследования* является поиск и установление реальных правовых средств, позволяющих обеспечить необходимую мотивацию законопослушного поведения преподавателей вузов и стимулирования их к повышению уровня правовой культуры.

Статья 3 Закона ЛНР «Об образовании» обозначает правовую культуру как принцип государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования, тем самым определяет этот ценностный ориентир для каждого преподавателя [2, ст. 3]. Поэтому специфика научно-педагогической деятельности требует от преподавателя владения не только предметными знаниями, но системой общекультурных и общенаучных, психолого-педагогических знаний в объеме, соответствующем возрастной группе обучающихся, которая обладает достаточно разнообразными общими и складывающимися профессиональными интересами. Независимо от преподаваемой дисциплины, наряду с основами философии, истории преподаватель вуза должен знать основы права и ведущие правовые акты, определяющие социальную и образовательную политику государства: Конституцию ЛНР, законы ЛНР, решения правительства ЛНР и исполнительных органов государственной власти по вопросам образования, решения органов местного самоуправления и другие нормативные правовые акты. Иными словами, формировать правовую культуру личности способен лишь такой специалист, который сам обладает указанными характеристиками и убежден в социальной значимости своей деятельности по правовому просвещению.

В теории различных отраслей знаний (педагогике, юриспруденции, социологии, журналистики и др.) профессионально-правовая культура выделяется как глубокие, объемные и формализованные знания законов и иных нормативных правовых актов, правильное понимание принципов права и задач правового регулирования, профессиональное отношение к праву и практике его применения в строгом и точном соответствии с правовыми предписаниями или принципами законности, т. е. высокая степень владения правом в предметно-практической деятельности [3]. Лицам, обладающим этой культурой, свойственна более высокая степень знания и понимания правовых явлений, а также профессионального поведения. Поэтому все те, кто по роду своей деятельности занят в учебно-воспитательном процессе, просто обязаны иметь необходимый «минимум» правовых знаний и установок, которые обеспечат сотрудникам возможность:

- надлежало ориентироваться в основных принципах и началах государственно-правовой жизни;
- активизировать правомерное поведение – своё и студентов;
- повышать уровень юридической техники локальных правовых актов;
- профилактировать правонарушения в аспекте реального действия принципа «незнание закона не освобождает от ответственности»;
- обеспечивать грамотную и эффективную борьбу студентов за свои законные интересы;
- ценить правовые процедуры при решении споров, находить компромиссы в ситуации конфликта интересов любых участников образовательного процесса на основе взаимного уважения и верховенства права.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Как обеспечить формирование правовой культуры у преподавателей вузов?

В процессе своей уставной деятельности предприятия, учреждения, организации должны использовать весь арсенал правовых средств для решения задач, поставленных перед ними. Такую деятельность хозяйствующих субъектов ученые понимают как правовую работу в народном хозяйстве, которая является неотъемлемой частью руководства экономикой [4, с. 362 – 363]. Исследования по содержанию правовой работы долгое время не вызывали большого интереса ученых-юристов, поскольку правовая работа считалась незначительным или не очень важным научным направлением в правоведении. Исследования в этой сфере проводились в основном представителями хозяйственного и – редко – гражданского права, рассматривавшими эту деятельность как функцию управления.

При рассмотрении проблемы правовой работы Г. Л. Знаменский подчеркивает, что ее эффективность зависит от юридической службы, деятельность которой заключается не в реализации правовых норм, а в обеспечении реализации правовых норм как процесса, в его благоустройстве и организации [5, с. 164]. Академик В. К. Мамутов, в свою очередь, отмечает, что правовая работа требует от работников хозяйственных органов и организаций также еще и творческого использования возможностей права [6, с. 3].

К сожалению, в большинстве вузов традиционно сложилось так, что юристы играют едва ли не последнюю роль в выполнении функций управления. Однако правовые знания и правовая культура просто необходимы ректорам, проректорам, другим руководителям и должностным лицам административно-управленческого персонала вузов, большинство которых, не имея юридического образования, так или иначе должны ежедневно обоснованно принимать управленческие решения в интересах студентов, трудового коллектива и вуза в целом. В условиях, когда необходимо еще уметь определять, какое законодательство действует в рамках формирования самостоятельного правового пространства в республике, ректоры вузов должны в полной мере осознать необходимость и полезность правовой работы в вузе и роль юрисконсульта в правовом обеспечении его деятельности.

Следует отметить, что ранее в Общем положении о юридическом отделе (бюро), главном (старшем) юрисконсульте, юрисконсульте министерства, ведомства, исполнительного комитета Совета депутатов трудящихся, предприятия, организации, учреждения прямо указывалось, что в обязанности юридической службы входит еще и правовое воспитание работников [5]. В современных исследованиях, ссылаясь на этот пример, М. И. Клеандров кроме таких основных функций и направлений деятельности юрисконсульта, как юридическое сопровождение договорной работы, обеспечение защиты прав и интересов организации, организация внутреннего нормотворчества (внутренние приказы, распоряжения, визирование проектов приказов), вопросы материальной и дисциплинарной ответственности, правовое обеспечение безопасности, в частности от рэйдерства, выделяет также работу с персоналом, правовое воспитание внутри предприятия и правовую культуру работников [6; 7].

Сейчас для вузов ЛНР, которые находятся на стадии активного внутреннего нормотворчества, а также в условиях переориентирования их на новые направления подготовки специалистов с высшим образованием, формирование правовой культуры у профессорско-преподавательского состава становится обязательным направлением правовой работы в вузе.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать следующий вывод: учитывая, что

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

правовая работа – это деятельность с использованием всех правовых средств, направленная на реализацию законными способами целей и задач, поставленных перед вузом, необходимо помимо таких направлений правовой работы, как создание локальных нормативных правовых актов (устав, положения, правила, инструкции, приказы, распоряжения), которые регулируют все многообразие отношений в сфере высшего образования; юридическое сопровождение договорной работы; правовая охрана и коммерциализация научно-технических разработок; привлечение инвестиций и развитие сотрудничества с предприятиями и научными организациями; создание условий для повышения престижности вуза, обеспечение его деловой репутации; обеспечение защиты прав и интересов вуза в органах государственной власти и управления, судебных и правоохранительных органах, при взаимоотношениях с контрагентами, студентами, работниками; следует ввести такое направление, как поддержание и развитие корпоративной культуры, неотъемлемой частью которой является формирование правовой культуры у работников вуза.

Осознание научно-педагогическим работником своей роли в трансляции правовой культуры будущему поколению должно делать прежде всего его ответственным за свое образование и свой личностный облик не только как человека грамотного, но и правокультурного.

Формировать правовую культуру необходимо у всех участников процесса профессионального обучения, как профессорско-преподавательского состава, так и других работников, задействованных в научном, методическом, ресурсном обеспечении образования (должностных лиц руководящего состава, инспекторов деканатов, методистов, библиотекарей, кадровиков и др.). Конечной целью развития правовой культуры сотрудников вузов является не просто фактическое владение определенными когнитивными и оценочными составляющими, а способность решать возникающие в ходе профессиональной деятельности проблемы, причем делать это правовыми способами. Это обусловлено и процессами интеграции, происходящими в современном мире и образовании, модернизацией высшего профессионального образования, а также возросшим значением роли права и требований законности во всех сферах жизнедеятельности общества ЛНР.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Главы Республики «Об утверждении Концепции государственной политики правового просвещения и повышения уровня правовой культуры граждан Луганской Народной Республики» от 27 октября 2016 г. № 706/01/10/16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://glava-lnr.su/content/ukaz-glavy-luganskoy-narodnoy-respubliki-ob-utverzhdanii-koncepcii-gosudarstvennoy-politiki>
2. Закон Луганской Народной Республики «Об образовании» от 30 сентября 2016 г. за № 128-I [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nslnr.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/zakonoproekty/2899/>
3. Лазарев В. В. Общая теория права и государства : учебник / под ред. В. В. Лазарева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юристъ, 1996. – 472 с.
4. Хозяйственное право : учебник / Т. Е. Абова, Н. Н. Веденин, Т. М. Гандилов и др. ; отв. ред. В. В. Лаптев. – М. : Юрид. лит., 1983. – 527 с.
5. Постановление Совета Министров СССР «Об утверждении общего положения о юридическом отделе (бюро), главном (старшем) юрисконсульте, юрисконсульте министерства, ведомства, исполнительного комитета совета депутатов трудящихся, предприятия, организации, учреждения» от 22.06.1972 г. № 467 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP720467.html.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

6. Клеандров М. И. О правовом статусе юрисконсульта / М. И. Клеандров // Рос. прав. газ. «ЭЖ-Юрист». – 15.05.2007. – № 18.

7. Клеандров М. И. Базовая проблема правового статуса современного юрисконсульта / М. И. Клеандров // Экономика и право. – 2013. – № 1 (35). – С. 114 – 116.

УДК 65.012.22

*М. И. Медведева,
г. Луганск*

К ТЕОРЕТИЧЕСКИМ АСПЕКТАМ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Стратегическое планирование является следствием рыночной системы хозяйствования. Оно характеризуется целым рядом обстоятельств, основными из которых являются:

– неопределенность и подвижность рыночной среды, которые обуславливают необходимость выработки соответствующей направленности развития предприятия. Планирование позволяет предприятию управлять рисками, ослаблять их негативные последствия, а также обеспечивать дальнейший рост предприятия, то есть оно является инструментом преодоления неопределенности и способом прояснения внутренних и внешних условий деятельности предприятия;

– научно-технический прогресс, который приводит к коренным качественным преобразованиям, и усиление его влияния на конкурентоспособность предприятий, что требует предвидеть возможные результаты НТП и заблаговременно принимать меры по их использованию или переориентации деятельности предприятия.

Таким образом, можно констатировать, что стратегическое планирование – это процесс моделирования эффективной деятельности предприятия на определенный период функционирования, с установлением его целей и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, но также определение способа реализации этих целей и задач соответственно его возможностям [2, с. 31 – 33]. Состав и отношения между процессами планирования представлены на рис. 1.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ



Рис. 1. Состав и взаимодействие между процессами планирования

Применение стратегического планирования создает важнейшие преимущества в функционировании предприятия: готовит предприятие к изменениям во внешней среде; связывает его ресурсы с изменениями внешней среды; проясняет проблемы, которые возникают; координирует работу его различных структурных подразделений; улучшает контроль на предприятии.

Эти обстоятельства наполняют новым содержанием понятие «стратегическое планирование» и определяют его как способ реализации стратегии, принятой хозяйственным субъектом.

Если стратегия предприятия является видением места и роли на рынке товаров, то стратегическое планирование – это конкретное указание на способ достижения этого состояния. Оно базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой – на прогнозах в разных сферах развития.

Процессы и процедуры планирования должны обеспечивать реализацию проекта в заданные сроки с минимальной стоимостью в рамках нормативных затрат и надлежащим качеством. Эти процессы могут повторяться и входить в состав процедуры, выполняемой до достижения определенного результата. Например, если первичная дата завершения проекта неприемлема, то необходимые ресурсы, стоимость, а иногда и содержание проекта должны быть изменены. Результатом в этом случае будут согласованные сроки, объемы, номенклатура ресурсов, бюджет и содержание проекта, соответствующее его целям. Сам процесс планирования не может быть полностью автоматизированным, так как содержит

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

много неопределенных параметров и часто зависит от случайных факторов.

Процессы планирования в рамках одной организации должны иметь вполне определенную последовательность выполнения. Для этого разрабатывается и внедряется «внутрифирменный стандарт», который регламентирует состав и последовательность внедрения отдельных процессов. Понятно, что для большинства организаций, работающих в одной области, процессы планирования во многом совпадают. Их отличие проявляется при уточнении целей и содержания конкретного проекта и при определении состава, прав и обязанностей команды, которая занимается его планированием и исполнением.

Основные процессы планирования могут повторяться несколько раз как на протяжении всего проекта, так и по его отдельным фазам. К основным процессам планирования следует отнести:

- планирование содержания проекта и его документирование;
- описание содержания проекта, определение основных этапов реализации, декомпозицию их на более мелкие и управляемые элементы;
- составление сметы, оценку стоимости ресурсов, необходимых для выполнения работ;
- определение работ, формирование списка конкретных работ, которые обеспечивают достижение целей проекта;
- последовательность работ;
- оценку продолжительности работ, трудозатрат и других ресурсов, необходимых для выполнения отдельных работ;
- разработку расписания, анализ технологических зависимостей выполнения работ;
- планирование ресурсов: какие ресурсы и в каких объемах нужны для выполнения работ;
- составление бюджета, привязку сметных расходов к конкретным видам деятельности;
- разработку плана проекта, сбор результатов остальных процессов и их объединение в общий документ.

Вспомогательные процессы выполняются по мере необходимости. К ним относят:

- планирование качества, определение стандартов качества и поиск путей их достижения;
- организационное планирование (проектирование), определение, обследование, документирование и распределение проектных ролей и ответственности;
- подбор кадров, набор необходимых человеческих ресурсов;
- планирование коммуникаций, определение информационных и коммуникационных потребностей участников проекта;
- идентификацию и оценку рисков, определение того, какой фактор неопределенности и каким образом может повлиять на ход реализации проекта, разработку благоприятного и неблагоприятного сценариев реализации проекта
- планирование поставок;
- планирование предложений, документирование товарных требований и определение потенциальных поставщиков.

Благоустройство и взаимодействие процессов часто носит динамический характер.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

На рис. 2 представлена принципиальная схема процесса стратегического планирования.

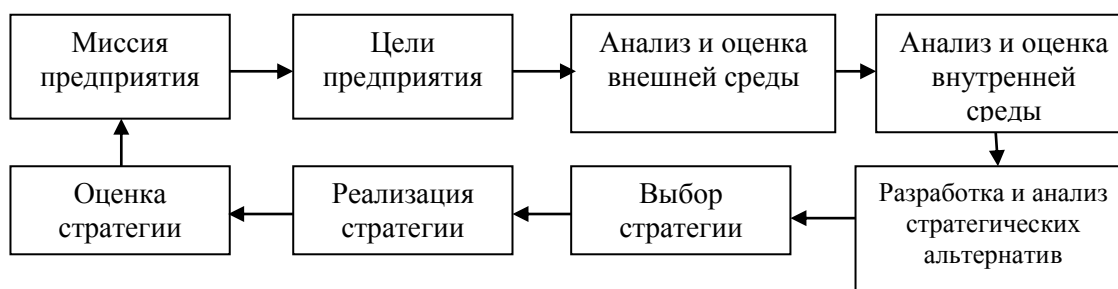


Рис. 2. Структура стратегического планирования [1, с. 44 – 45]

Стратегическое планирование можно рассматривать как динамическую совокупность шести взаимосвязанных управленческих процессов, которые логически вытекают один из другого. В то же время существует устойчивая обратная связь и влияние каждого процесса на остальные.

Следует различать силы прямого и косвенного воздействия на предприятие извне. Внешняя среда прямого воздействия включает факторы, которые непосредственно влияют на операции предприятия и испытывают на себе прямое влияние последних.

Следует отметить, что для обеспечения планомерного и сбалансированного функционирования каждого предприятия необходимо применение стратегического планирования как инструмента, гарантирующего успешное достижение поставленных целей в развитии предприятия. Модель стратегического планирования поможет разработать и поддержать стратегическое равновесие предприятий между целями и возможностями организации в изменяющихся рыночных условиях, а также позволит достичь определенных результатов.

Важно отметить, что в реалиях современной ситуации в экономике страны стратегическое планирование становится все более мощным, актуальным и востребованным инструментом развития для украинских предприятий, которые вступают в жесткую конкуренцию как с отечественными партнерами на внутреннем рынке, так и с иностранными субъектами хозяйственной деятельности на внешнем международном рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вачугов Д. Д. Стратегия планирования. Основы менеджмента и рынка / Д. Д. Вачугов, В. Ф. Веснин // Соц.-полит. журн. – 2010. – № 8. – С. 43 – 52.
2. Калюгина С. Н. Организационное поведение фирмы во внешней среде: особенности, основные элементы и направления / С. Н. Калюгина // Вестн. Сев.-Кавказ. гос. техн. ун-та. – 2009. – № 2. – С. 31 – 36.

СУЩНОСТЬ СОЦИАЛИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Обобщение публикаций как отечественных, так и зарубежных авторов позволило утверждать, что проблема природы процессов социализации не имеет однозначного решения в экономической литературе. И это представляется закономерным, потому что в действительности социализация – это многоаспектный, многомерный процесс. Исследователи по-разному характеризуют это явление, раскрывая одну из его сторон, чаще всего вне взаимосвязи с другими элементами. В итоге существует огромное количество разных интерпретаций сущности данного явления.

Исторически категория «социализация» впервые появляется в XIX веке. Активно использовали данную категорию в начале XX века. Историю этого понятия показал В. Чернов в работе «Конструктивный социализм» [14]. Сущность социализации виделась в некотором преодолении отчуждения как главного следствия рынка. Содержанием данного процесса считался закономерный процесс самопротиворечия буржуазной экономики [9, т. 46, ч. II, с. 224]. Ее называли «шагами к социализму» [7, т. 34, с. 113] или «мирной эволюцией капитализма к новому строю» [Там же, т. 44, с. 407]. Тенденция социализации средств производства была основой гипотезы о социалистическом обществе. Социализация отмечала переход имущества из частной собственности в общественное приобретение [12, т. 24, с. 221 – 222]. Представленные определения социализации характеризуют ее как процесс расширения «социальности» производственных отношений, как возможность ослабить эксплуататорский характер производства, смягчить несправедливость распределительных отношений. В это же время появляется другая трактовка социализации как процесса социального становления человека или процесса становления социальной сущности человека. «Социализация, в общем значении этого понятия, означает процесс усвоения личностью определенной системы знаний, норм и ценностей» [4, с. 25]. Через усвоение системы знаний, норм и ценностей человек включается в общественную жизнь. Глубина социализации конкретного человека зависит от того, представителем какого общественного слоя (класса) он является. Другими словами, потомок наемных рабочих сам будет наемным рабочим как минимум часть своей жизни, что подтверждается статистическими исследованиями [1].

В дальнейшем авторы развивают существующие подходы. Так, Л. Филиппова считает, что структура социализации человека представляется тремя основными формами: идентификацией, индивидуализацией и персонификацией [13, с. 17]. Автор считает, что данные формы социализации справедливы не только для общества в целом, но и для отдельных его элементов (коллективов), следовательно, они находят свое отражение и в производственных отношениях.

Идентификация понимается данным автором как достижение идентичности с человеческим обществом. Специфика человеческой идентификации заключается в том, что она обусловлена не потребностями приспособления к естественной среде, а приспособлением к социальной среде. Сущность социальной среды представляют

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

общественные отношения. Идентификация, по нашему мнению, не простое повторение существующих отношений, а обобщение в специфической форме. Следовательно, можно говорить о том, что чем выше уровень развития общественных отношений (и в особенности производственных, отношений собственности), тем на более высоком уровне происходят идентификации человека. В трудовом коллективе человек стремится слиться с коллективом в единое целое, стать элементом органического механизма.

В ходе индивидуализации человек проявляет свои индивидуальные способы включения в жизнь трудового коллектива. Это следующий уровень социализации работника. При этом необходимо не только выявление индивидуальных свойств, но и их постоянное совершенствование. Задача предприятия заключается в том, чтобы стимулировать работников к постоянному совершенствованию их профессиональных, умственных и других способностей и направлять на благо компании.

В процессе персонификации работник самоопределяется. У работника как члена производственного коллектива появляется определенная жизненная позиция, обусловленная тем, какова его роль в производстве: является ли он владельцем или, напротив, несобственником средств производства. Будучи владельцем, человек расширяет круг своих интересов, удовлетворяющих потребности. Это высший уровень социализации. Он возникает в результате развития более низких и на их основе.

В производстве человек одновременно выступает в трех ролях: как главная производительная сила общества, носитель (субъект) экономических (и любых других общественных) отношений и конечная цель производства. Именно эти связи и отношения поддаются дальнейшей социализации.

Индивид является подсистемой системы высшего уровня (в данном случае – коллектива предприятия). Социализация индивида в трех ее формах никогда не заканчивается. С одной стороны, идентификация, индивидуализация и персонификация в ходе исторического развития будут наполняться новым содержанием. С другой стороны, индивид социализируется в трудовом коллективе. В таком же понимании социализация рассматривается А. Козловой [6, с. 113].

Многие зарубежные авторы, в том числе Дж. М. Кейнс, ориентировались на социализацию экономической жизни, в том числе инвестиций, которые воспринимались ими как путь к государственному социализму. При этом предусматривается постепенный переход: «Необходимые меры социализации можно вводить постепенно, не ломая традиций общества» [5, с. 453 – 454].

Много внимания проблемам социализации уделил И. Шумпетер. Он называл ее «объективной исторической тенденцией движения к социализму» [16, с. 401]. Внимание к цивилизации как сложной социальной системе сыграло методологическую роль в послевоенных институциональных концепциях [11, с. 127].

Большинство современных авторов важнейшей задачей современного периода считают активизацию человеческого фактора [10, с. 169], поднятие социальной активности работников; социализация считается важнейшим этапом рыночной трансформации экономики региона.

Научно-технический прогресс, постоянное совершенствование техники, технологии, расширение творческого сложного труда требуют адекватного человеческого фактора, который в свою очередь ведет к необходимости увеличения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

расходов разных ресурсов и времени. Расширение социальной активности работников, усиление социальной направленности производства заостряют множество противоречий.

Внутренние противоречия производительных сил (в первую очередь между орудиями труда и рабочей силой), противоречия между производительными силами и экономическими отношениями, между производством и потреблением, потребностями обеспечивали развитие социальности путем исторического перехода от экономической системы рабовладения к феодализму и дальше – к капитализму.

Многообразие проявления социализации обуславливает необходимость формирования типологии данного явления. Так, Л. Гончарук считает, что существует три типа социализации. Социально-экономический тип характеризует процесс социализации со стороны собственности на средства производства как процесс перехода к формированию государственной (как истинно общенародной) собственности.

Социализация социально-экономического типа может проводиться следующими способами: во-первых, путем частичного выкупа акций определенных предприятий. Во-вторых, путем выкупа всего пакета акций. В-третьих, путем национализации отдельных фирм или отраслей или экономики в целом, что характерно для формирования не социализированных, а социалистических экономических систем. По нашему мнению, в развитых странах социально-экономический тип социализации проходит в ограниченных масштабах, поскольку он охватывает лишь определенную часть (в определенный период экономического развития, на определенных фазах экономического цикла) частного сектора или его сегмента.

Необходимо обратить внимание на то, что общественный сектор экономики в развитых странах имеет тенденцию к расширению в меру повышения уровня общественно-экономического развития (расширение социально-экономической социализации).

Мы разделяем мнение Л. Гончарук, что социализация социально-экономического типа определенной части частного (негосударственного) сектора в развитых странах имеет циклический характер: в одни периоды она усиливается, в другие – ослабляется (десоциализация) или изменяется структурная направленность социализации [2, с. 75].

В то же время выглядит спорным утверждение данного автора о том, что одной из форм десоциализации выступает приватизация. Другими словами, приватизация – процесс обратной социализации. Так, если в ходе приватизации было, в некоторой степени, преодолено отчуждение работника от средств производства или выросла часть и значение АО, где основные владельцы – работники данных предприятий, то следует говорить об усилении, углублении социализации, а не о десоциализации.

Функциональный тип социализации, как считает данный автор, более распространенная категория в экономической литературе. Под функциональной социализацией понимается использование значительной части или даже всего денежного дохода на потребности социального и социально-духовного или социально-интеллектуального развития членов определенного коллектива. Логично допустить, что в условиях господства частного присвоения можно говорить о том, что на потребности социального и социально-духовного или социально-интеллектуального развития членов коллектива будет тратиться незначительная часть дохода предприятия, которое непосредственно зависит от размера предсказуемого дополнительного дохода, который

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

можно будет получить, осуществив подобные расходы.

Анализируя формационный тип социализации, Л. Гончарук считает, что и в других странах данный тип с историческим развитием «расширяется», «углубляется», а потому экономика приобретает все более «социалистический» характер.

Расширение общественного сектора национальной экономики в историческом разрезе в развитых странах свидетельствует о том, что данные экономики постепенно теряют свой капиталистический характер. Они постепенно выходят за рамки собственно капиталистического развития.

Вышеназванные три типа социализации характерны для общества в целом. Но общество состоит из отдельных коллективов, в которых тоже происходят процессы социализации, где находит свое выражение диалектическая связь общего (общество) – единичного (предприятие).

По нашему мнению, предложенное в работах Л. Гончарук разграничение социально-экономического и формационного типов социализации является до некоторой степени необоснованным, поскольку оба типа имеют подобную природу, реализуются одинаковыми способами, имеют аналогичные движущие силы и приводят к подобным результатам. Поэтому представленное направление требует дополнительных исследований. Более конструктивным представляется другой подход.

В рамках социально-экономического типа социализации можно выделить три основных направления социализации экономической системы, связанные с переходом к постиндустриальному обществу: социализация процесса труда; социализация отношений собственности на средства производства; социализация результатов производства (табл. 1).

Таблица 1

Основные направления социализации, их результаты

<i>Направление социализации</i>	<i>Результаты социализации</i>
Социализация процесса труда	Превращение труда из средств зарабатывания денег в средства самореализации личности, ее жизненного и творческого потенциала
Социализация отношений собственности	Преодоление отчуждения работников от средств производства путем их участия в собственности с помощью акций, в росте роли и значения АО, где основные акционеры – работники, и т. п.
Социализация результатов производства	Проявляется в перераспределении ВВП с целью уменьшения социального неравенства, в развитии институтов социальной защиты, страхования, пенсионного обеспечения и т. п.

Такая трактовка социализации широко представлена в работах В. Александрова, А. Войтова, Л. Олесневича, С. Фролова, В. Шепеля, а также в Большой советской энциклопедии. Такого же мнения относительно процессов социализации придерживаются и авторы.

В плановой (командно-административной) экономике социализация выступала в качестве формы реализации общественной собственности на средства производства (в духе реализации идей марксизма-ленинизма). Социализация носила общий характер. Все

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

члены общества превратились в наемных рабочих государства. Такая ситуация имела ряд недостатков: сформировалась одноликая социальная структура общества (причиной тому послужило недопущение многообразия форм собственности и суверенного права человека на их выбор, «привязка» человека к госсобственности).

Но были и позитивные моменты: гарантированное для всех членов общества право на труд, обеспечение определенного (достаточно высокого) уровня потребления, предоставление бесплатных (за счет общественных фондов) образования, здравоохранения, социального обеспечения, привлечение широких масс населения к управлению не только на производстве, но и в органах власти. В процессе рыночной трансформации экономики региона данная система разрушилась.

На индустриальной стадии развития (даже при условии наличия высокого уровня развития демократических свобод), как и раньше, существует вещественная зависимость людей. Вся их деятельность, мотивация и само существование обусловлены необходимостью воссоздания вещественного богатства. Мы разделяем мнение ученых, которые считают, что для постиндустриальной стадии свойственна принципиально новая технология (технике, особенно орудиям труда, принадлежит активная, наиболее важная роль в развитии самого человека) [8, с. 17], значительно увеличивается роль информации, наука становится решающим фактором развития производства. Изменяется структура экономики: при сокращении числа занятых в материальном производстве идет одновременный рост занятости в сфере нематериального производства. Сфера услуг становится наиболее эффективным элементом нематериального производства, где создается наибольшая новая (прибавочная) стоимость [15].

В трансформационный период наш регион сталкивается со значительными проблемами, потому что на смену разрушенной плановой социализации должна была прийти (и приходит) социализация капитала. Проявление социальной незащищенности широких слоев населения и выпадение из нормального социального процесса целых общественных групп вызвано тем, что социализация, свойственная плановой экономике, в значительной мере разрушена, а социализация капитала еще полностью не сформировалась. Модель развития национальной экономики, которая формируется, пока не приобрела завершенности: не учитывает особенности социальных процессов в разных отраслях и регионах, исторические традиции, национальную ментальность.

Подводя итоги, можно сделать следующий вывод: социализация – сложный, многогранный, многоуровневый процесс. Чаще всего ее противопоставляют таким процессам, как капитализация, синдикализм, кооператорство, или раскрывают через другие процессы (национализация, огосударствление и т. п.). В историческом аспекте социализация, в широком значении, отображает эволюцию роли и места человека в системе общественных отношений: человек становится главным фактором развития экономики и общества в целом.

Кажется, что в каждой из представленных теорий есть свое рациональное зерно, однако при изучении процессов социализации необходимо избегать однобокости, потому что, по нашему мнению, социализация представляет собой синтез всех перечисленных концепций, только так можно понять суть социализации.

Стоит согласиться с мнением Г. Григоряна, что социализация – это исторический процесс постепенного усиления гуманитарного содержания отношений общественного

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

производства и эволюционного развития человека путем приобретения опыта, знаний, духовных ценностей, которые позволяют ему больше активизировать свою деятельность в экономике, обществе. Социализация – важнейшая общая закономерность общественного развития, наиболее полное проявление и реализация человеческого прогресса [3, с. 15]. Данные процессы наиболее ярко находят свое отражение в деятельности предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанов А. С. Социальное неравенство: факторы углубления депривации / А. С. Балабанов, Е. С. Балабанова // Социс. — 2003. — № 7 (231). — С. 34 – 43.
2. Гончарук Л. Про основні інтерпретації та типи соціалізації економічних систем / Л. Гончарук // Регіон. економіка. — 2000. — № 3. — С. 74 – 83.
3. Григорян Г. М. Социализация содержания экономической науки – решающая основа ее обновления / Г. М. Григорян // Соц. экономика. — 2001. — № 1. — С. 14 – 21.
4. Зайцев Ю. К. Соціалізація економіки України як стратегічна потреба її розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. д-ра екон. наук : спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / Ю. К. Зайцев. — К. : КНЕУ, 2002. — 36 с.
5. Кейнс Д. Общая теория занятости, процента и денег / Д. Кейнс. — М. : Гелиос АРВ, 2002. — 494 с.
6. Козлова А. И. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория / А. И. Козлова // Социс. — 2003. — № 1. — С. 109 – 115.
7. Ленин В. И. Полн. собр. соч. : в 55 т. / В. И. Ленини ; ред. В. Я. Зевин. — М. : Политиздат, 1967 – 1979. — Т. 34. — 1969. — 585 с.
8. Литвиненко А. Роль отношений собственности и производства в социальном развитии человека / А. Литвиненко // Україна наукова – 2002 : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Т. 5. Економіка. — Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2002. — С. 16 – 17.
9. Маркс К. Соч. : в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. — 2-ое изд. — М. : Политиздат, 1955 – 1981. — Т. 46, ч. II.
10. Милуков А. Социалистическое предприятие: самостоятельность, ответственность, самоуправление / А. Милукова. — М. : Профиздат, 1989. — 240 с.
11. Нуреев Р. Теория развития: институциональные концепции становления рыночной экономики / Р. Нуреев // Вопр. экономики. — 2000. — № 6. — С. 126 – 145.
12. Социализация // БСЭ / гл. ред. А. М. Прохоров. — М. : Сов. энцикл., 1969 – 1978. — Т. 24. — 1976. — С. 221 – 222.
13. Филиппова Л. В. Социализация личности и педагогическая деятельность общества : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филос. наук / Л. В. Филиппова. — Пермь, 1985. — 23 с.
14. Чернов В. Конструктивный социализм / В. Чернов. — М. : Рос. полит. энцикл. (РОССПЭИ), 1997. — 670 с.
15. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. — 2004. — № 5. — С. 14 – 23.
16. Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия / Й. Шумпетер. — М. : Экономика, 1995. — 540 с.

**МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ
В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ**

Исследование проблемы управления качеством образования относится к наиболее актуальным проблемам современной теории высшего образования. Проблеме повышения качества образования посвящены работы таких ученых, как В. Алфимов, Г. Артюх, Н. Багаутдинова, Т. Боголюб, Л. Даниленко, Г. Дмитренко, Б. Ермошенко, Л. Карамушка, Н. Коломинский, В. Луговой, Д. Новиков, Е. Павлютенков, Л. Третьяков, С. Шапошников и др. Однако сегодня эта проблема требует дальнейшего анализа, особенно когда речь идет об управлении качеством образования в вузе.

Как показало наше исследование, разработка теоретико-методологических основ управления качеством высшего профессионального образования будущих специалистов является комплексной проблемой. Анализ научной литературы, нормативных документов, проведенное нами исследование позволяют констатировать, что в современном высшем профессиональном образовании можно выделить следующие объективные противоречия:

– между законодательно закрепленной необходимостью создания результативно действующей системы управления качеством образования и недостаточной теоретической разработанностью теоретико-методологических основ, которые ее обеспечивают;

– между современными требованиями к качеству образования и недостаточным уровнем эффективности управления качеством образования в высшем учебном заведении (отсутствие единого подхода к управлению качеством образования в вузе, недостаточный уровень профессиональной компетентности преподавателей и организационно-управленческой компетентности руководства, отсутствие методических разработок, отсутствие стратегического планирования в области качества высшего образования и др.);

– между потребностью в системном подходе к оценке качества образования и отсутствием системы оценивания, в частности показателей и критериев, которые предоставили бы возможность количественно её оценивать.

Выявленные противоречия свидетельствуют о том, что сегодня система управления качеством образования в вузе требует осуществления преобразований, приведения её в соответствие с международными стандартами качества высшего образования, что также обуславливает необходимость разработки эффективной модели управления качеством образования в высшем учебном заведении.

Мы рассматриваем такую модель, как функционирование целостной системы, в которой:

- определены особенности управления качеством образования в вузе;
- согласованы государственные стандарты с особенностями управления качеством образования в вузе;
- создана действенная связь между всеми субъектами управления качеством образования в вузе;
- приобретает новое качество научно-методическая база управления качеством образования в вузе.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Проведенный теоретический анализ исследований по проблеме управления качеством образования в вузе [1 – 8 и др.], результаты констатирующего эксперимента позволили определить теоретико-методологические основы управления качеством образования в вузе.

Под теоретико-методологическими основами управления качеством образования в вузе мы понимаем совокупность закономерностей, принципов и научных подходов, концепций управления качеством образования в вузе, обеспечивающих эффективность управления качеством образования в вузе.

В качестве теоретико-методологических основ, которые должны обеспечить эффективное управление качеством образования в вузе, мы определяем следующие:

1. Концепция управления качеством образования в вузе должна базироваться на личностно ориентированном, системно-деятельностном, синергетическом и социально-маркетинговом подходах.

2. Внедрение системы менеджмента качества образовательной деятельности вуза, которая отвечала бы требованиям и критериям международного стандарта ISO 9000. Это предполагает наличие четких перспектив развития вуза, текущих планов работы; конкретность принимаемых решений, их связь со стратегией развития вуза, наличие четкой системы обеспечения исполнения управленческих решений; соответствие управления вузом современным тенденциям теории и практики управления; соответствие структуры управления вузом стратегии и задач его работы; развитие демократических основ управления, повышение самостоятельности структурных подразделений вуза; постоянное совершенствование управлением качеством образования в вузе.

3. Использование современных информационных технологий в управлении вузом.

4. Эффективное управление качеством образования в вузе должно базироваться на следующих принципах: менеджмента качества образования, системности, социальной детерминации и аналитического прогнозирования, информационной достаточности и оперативного регулирования, финансово-экономической рациональности, правовой приоритетности и законности, единства единоначалия и коллегиальности в управлении, рационального сочетания прав, обязанностей и ответственности, преемственности в управлении, научной компетентности, гуманизации, профессиональной компетентности, успешной управленческой деятельности, единства целей, взаимодополняемости, подчиненности целей в их иерархии, систематичности оценки и установления многоканальной обратной связи.

5. Система управления качеством образования должна включать следующие основные этапы: проектирование, сбор информации, анализ информации, принятие решения, организация работы по принятию решения, контроль исполнения, анализ эффективности действий.

6. Внедрение системы постоянно действующего мониторинга качества образования в вузе, что предполагает наличие системы оценки деятельности руководителей, структурных подразделений, преподавателей, работников вуза, студентов.

7. Организационно-управленческое обеспечение качества результата образовательного процесса в вузе.

Выделенные нами теоретико-методологические основы нашли воплощение и представлены в виде совокупности следующих компонентов: методологически-целевого [1; 4], содержательного [2; 7], организационно-управленческого [3; 5], оценочно-

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

диагностического [5; 6], каждый из которых, будучи этапом целостного процесса управления качеством образования, вместе с тем преследует определенную цель и имеет собственное содержательное наполнение. Указанные компоненты были объединены нами в виде модели управления качеством образования в вузе.

Реализация модели управления качеством образования в высшем учебном заведении предусматривает создание единого управленческо-образовательного пространства в вузе, что является объединяющим элементом разработанной модели.

Управленческо-образовательное пространство мы рассматриваем как подсистему социокультурной среды, как совокупность факторов, обстоятельств, ситуаций, которые сложились исторически, и как целостность специально организованных условий, направленных на управление качеством образования в вузе.

Методологически-целевой компонент содержит цели и задачи, функции, принципы, научные подходы к управлению качеством образования в вузе.

Цель модели состоит в повышении эффективности управления качеством образования в вузе.

Модель направлена на решение следующих задач:

1. Непрерывное изучение и прогнозирование требований заинтересованных сторон к качеству высшего образования.
2. Повышение качества высшего образования и его соответствие современным европейским стандартам на основе эффективного использования потенциала ресурсов каждого подразделения вуза, координации и консолидации усилий всех субъектов образовательного процесса.
3. Осознание руководством необходимости повышения качества образования в вузе.
4. Содействие внедрению в высшем учебном заведении современных учебно-воспитательных и управленческих технологий.
5. Модернизация высшего образования, выделение в ней специализированного подразделения, которое будет отвечать за разработку и реализацию программ качества образования в вузе.
6. Осуществление учебно-методического, психолого-педагогического сопровождения деятельности вуза по повышению качества образовательного процесса.
7. Создание условий для всестороннего развития личности и самоактуализации студентов через реализацию задач гуманизации обучения и воспитания.
8. Постоянное совершенствование образовательного процесса, процессов управленческой деятельности руководства.
9. Улучшение качества образования путем: внедрения демократических принципов управления, интеграции учебного процесса с наукой и информационными технологиями, внедрение инновационных технологий личностно ориентированного обучения и воспитания студентов.
10. Обеспечение управления проектированием квалиметрических методик и процедур, усиление функций контроля, совершенствования средств оценки качества образования.
11. Постоянное осуществление мониторинга качества образовательного процесса.
12. Неуклонное выполнение требований системы менеджмента качества всеми руководителями и сотрудниками и непрерывное ее совершенствование.
13. Развитие и повышение профессионализма сотрудников и их ответственности и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

компетентности в области качества образовательного процесса путем создания условий для профессионального роста и повышения квалификации работников, внедрение интерактивных форм методической работы (деловые игры, педагогические консилиумы, методические мосты, мозговой штурм и т. д.).

14. Создание условий для продуктивной и творческой работы.

При моделировании процесса управления качеством образования в высшем учебном заведении мы опирались на выделенные нами принципы (см. выше). Учет приведенной системы принципов управления качеством образования в вузе обеспечивает его соответствие современным тенденциям и перспективам развития высшего образования.

При построении модели управления качеством образования в вузе мы опирались на следующие подходы: лично ориентированный, системно-деятельностный, синергетический, социально-маркетинговый.

Модель управления качеством образования в вузе выполняет следующие функции: организационную (создание единого управленческо-образовательного пространства), аналитико-прогностическую (сбор информации о качестве образования в вузе, выявление проблем и формирование целей ее развития, определение концептуальных ориентиров управленческой деятельности), инновационно-внедренческую (изучение и обобщение передового педагогического опыта, организационно-финансовое обеспечение опытно-экспериментальной деятельности в вузе, обеспечение взаимосвязи вуза с другими вузами, организацию и участие в экспертной оценке эффективности инноваций), информационно-методическую (обеспечение подразделений вуза нормативной и учебно-методической информацией), оценочно-диагностическую (систематическое оценивание качества образования в вузе и анализ динамики выявленных изменений, мониторинг качества высшего образования на основе сочетания административного и общественного контроля; самоанализа педагогических коллективов), коррекционную (принятие управленческих решений и их реализация).

Все функции взаимосвязаны и взаимообусловлены. Они поэтапно сменяют друг друга, создавая единый управленческий цикл. Недооценка любого из функциональных элементов приводит к изменению всего процесса управления и снижению конечных результатов.

Основным механизмом эффективной реализации функций является разработанный нами управленческо-организационный алгоритм, который включает: анализ особенностей управления качеством образования в вузе; внедрение системы менеджмента качества образовательной деятельности вуза, которая отвечала бы требованиям и критериям международного стандарта ISO 9000; определение концептуальной базы управления на основе соотношения возможностей того или иного теоретического подхода с задачами развития высшего образования; иерархизацию функций управления и определения способов их реализации соответствующими подразделениями вуза; определение критериев и показателей оптимальности управления качеством образования в вузе.

Содержательный компонент включает: теоретические и нормативные положения о качестве высшего образования, систему менеджмента качества образовательной деятельности вуза, которая отвечает требованиям и критериям международного стандарта ISO 9000, фундаментальные исследования педагогической, экономической и психологической науки по проблемам управления качеством образования; а также следующие основные этапы: проектирование, сбор информации, анализ информации,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

принятие решения, организация работы по принятию решения, контроль исполнения, анализ эффективности действий.

Организационно-управленческий компонент включает субъекты и объекты управления качеством образования в вузе (руководство вуза, преподаватели, общественность); содержит формы (индивидуальные (беседы, консультации), групповые (семинары-практикумы, спецкурсы, тренинги, круглые столы, научно-практические конференции и др.)) и методы (административные (критика и поощрение, служебный надзор и контроль за результатами труда, директивы, распоряжения и указания) и психолого-педагогические (групповая дискуссия, брейнсторминг, CASE-study, дилемм, коучинг, проблемные и ролевые игры и др.)) управления качеством образования в вузе. Организационно-управленческий компонент связывает все элементы системы в единое целое и обеспечивает связь с внешней средой.

Особое место в предлагаемой модели занимает *оценочно-диагностический компонент*, который содержит критерии (качество образовательной среды, педагогическое мастерство профессорско-преподавательского состава, качество организационно-управленческой компетентности, качество результатов образовательного процесса, эффективность функционирования образовательной системы), показатели и уровни (высокий, оптимальный, достаточный, критический, низкий) эффективности управления качеством образования в вузе, ожидаемые результаты; систему образовательного мониторинга эффективности управления качеством образования в вузе (мониторинг образовательной среды, мониторинг педагогического мастерства профессорско-преподавательского состава, мониторинг социально-психологического климата в педагогическом коллективе, мониторинг организационно-управленческой компетентности, мониторинг результатов образовательного процесса, мониторинг эффективности функционирования образовательной системы), которая реализуется с помощью разработанного нами диагностического инструментария.

Предложенная нами модель является неотъемлемой частью образовательного процесса, где каждый ее компонент важен и не может быть ни исключен, ни заменен другим. Кроме того, при использовании одного компонента обязательно предполагается влияние на все остальные. Необходимо отметить, что в процессе реализации модели важно найти место каждому компоненту, поскольку целостное функционирование предлагаемой модели является результатом взаимодействия всех ее компонентов, что характерно для универсальной закономерной связи.

Итак, одной из важнейших задач современного высшего образования является повышение эффективности управления качеством образования в вузе, что предполагает разработку соответствующей модели. Внедрение и экспериментальная проверка разработанной нами модели в деятельность вуза является перспективным направлением нашего исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Багаутдинова Н. Управление качеством образования / Н. Багаутдинова, Д. Новиков // Стандарты и качество. – 2002. – № 9. – С. 68 – 73.
2. Всеобщее управление качеством. Total Quality Management (TQM) / О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. – М. : Горячая линия – Телеком, 2001. – 599 с.
3. Грудзинский А. О. Стратегическое управление университетом: от плана к инновационной миссии / А. О. Грудзинский // Университетское управление. – 2004. – № 1. – С. 9 – 20.
4. Ермошенко Б. Система управления качеством / Б. Ермошенко, В. Породенко, Т. Литвинова

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

// Образование в России. – 2005. – № 4. – С. 9 – 14.

5. Качалов В. Проблемы управления качеством в вузах / В. Качалов // Стандарты и качество. – 2000. – № 5 – С. 82 – 85.

6. Управление качеством образования / под ред. Ю. Конаржевского. – М. : Наука, 2004. – 343 с.

7. Управление качеством образования : практикоориентированная монография и метод. пособие / под ред. М. М. Поташника. – М. : Пед. о-во России, 2000. – 448 с.

8. Третьяков П. И. Управление качеством образования – основное направление в развитии системы: сущность, подходы, проблемы / П. И. Третьяков, Т. Н. Шамова // Завуч. – 2002. – № 7. – С. 67 – 72.

УДК 791.43.049.1.067

*Е. А. Шаталова,
г. Луганск*

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Осуществление стратегических направлений развития диверсификации деятельности предприятия предусматривает создание условий для расширения поля деятельности, прежде всего, через согласование целей и задач. При этом цели должны отвечать виду избранного направления развития деятельности организации, т. е. диверсификация рассматривается как поддержка основного вида деятельности или как новый источник дополнительных средств.

Проблемы стратегического развития предприятий, формы организации производства при выпуске новой продукции исследуются в работах И. Ансоффа [1], А. Наливайко [5], В. Пономаренко [6], О. Тридеда [7], А. Козаченко [3] и др. Но современные исследователи диверсификации не касаются тех преимуществ, которые влияют на формирование и реализацию стратегических планов диверсификации предприятия. Таким образом, ставится цель – исследование причин развития диверсификации предприятий.

Понятие диверсификации ассоциируется с изменением видов деятельности. Именно изменения способствуют поиску дополнительных возможностей получения достаточного уровня прибылей на вложенные средства и обеспечивают развитие существующего бизнеса.

У М. Круглова [4, с. 427] рассматривается уже «диверсификация деятельности», что достигается благодаря: 1) включению в состав компании предприятий различной предметной и технологической специализации; 2) комбинированию специализированных производств; 3) приданию гибкости технологическим схемам и оргструктурам; 4) маневрированию видами деятельности; 5) развитию различных видов деятельности на базе передовой технологии, которыми располагает предприятие.

Исследование нагрузки термина «диверсификация» путем функционального определения круга ее целей и задач предусматривает получение ответа на вопрос о том, какие цели ставят перед собой предприятия, осмеливаясь на диверсификационную политику. Очевидно, что такими целями можно считать максимизацию объема доли продаж на рынке, увеличение объема полученной прибыли и повышения технологического уровня производства и, как следствие, обеспечение стабильности предприятия.

Причины диверсификации разнообразны, однако среди них выделяются основные.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Диверсификация вызвана стремлением к наращиванию потенциала предприятия или является выводом негативных результатов деятельности в результате жесткой конкуренции в регионе, неправильных управленческих решений или выбора неудачной стратегии развития. При этом диверсификация в качестве развития предприятия может предоставить правильные решения и их успешную реализацию, способствовать улучшению финансово-экономического состояния предприятия, тогда как в качестве способа выживания, как минимум, дает незначительные доходы. Так, все это совмещает одна черта: диверсификация не дает позитивных результатов при применении ее в краткосрочной перспективе.

Многообразие сферы направлений деятельности предприятий чаще всего способствует успешности выбранного бизнеса (табл. 1). Именно это является залогом диверсификации деятельности предприятия и характеризует ее направления. При этом не наблюдается переключения деятельности непромышленных предприятий на производственные виды. А вот производственные предприятия пытаются заниматься не свойственными им видами деятельности, такими как торговля и предоставление услуг. Удельный вес предприятий, которые начинают заниматься торговлей, составляет 22% [3], предоставлением услуг – 13 из 33% производственных. Определенное направление диверсификации к непромышленной сфере еще раз подтверждает ее привлекательность относительно ведения бизнеса. Основная часть товаров, услуг реализуется непосредственно в регионе, где рынок предоставляет достаточное пространство для изменения видов деятельности и в наличии есть свободные ниши. Но по некоторым направлениям деятельности (посредничество в таких видах, как поставка продуктов питания, бытовой химии) уровень интенсивности конкуренции достаточно значительный. Причем диверсифицированные предприятия имеют этот уровень выше, чем недиверсифицированные. Поэтому уместным является исследование взаимосвязей и влияния диверсификации предприятия на степень противодействия конкурентов, то есть интенсивность конкуренции. С одной стороны, диверсификация приводит к расширению числа конкурентов на рынке, который уже сложился, ведет к росту уровня интенсивности конкуренции, а с другой – именно высокий уровень интенсивности конкуренции позволяет осуществлять диверсификацию путем сокращения видов деятельности и выходом из сферы того или иного рынка.

Таблица 1

Причины, которые вынуждают изменять направления развития деятельности предприятия

<i>Неуспешные предприятия</i>		<i>Успешные предприятия</i>	
<i>Сфера деятельности</i>	<i>Причины</i>	<i>Сфера деятельности</i>	<i>Причины</i>
Производство Услуги Посредничество	1) обеспечение «живых» денег; 2) перелив капитала к более выгодной нише; 3) отсутствие инвестиционной поддержки повышения	Производство Услуги Посредничество	1) осуществление интеграции производства; 2) избежание зависимости от поставщиков; 3) обеспечение более высокого качества получаемой продукции;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

	технического уровня производства и обеспечения конкурентоспособности продукции; 4) выживание бизнеса		4) повышение устойчивости бизнеса; 5) развитие бизнеса
--	---	--	---

Проведенные исследования [2, с. 7 – 9; 3] свидетельствуют об отношении руководителей и владельцев диверсифицированных предприятий к новым направлениям деятельности, а именно: почти треть (37%) рассчитывают уделять новым видам деятельности такое же внимание, как и существующим; 20% решили предпринять попытку в новой сфере деятельности, и ее успешность зависит от дальнейших определенных обстоятельствах; около четверти (24%) намерены развивать именно новый вид деятельности, постепенно сокращая существующий; 19% рассматривают новый вид деятельности как вспомогательный, который должен дополнять существующий.

Большая часть предприятий начинает свою деятельность как небольшие узкоспециализированные предприятия, ориентированные на локальный рынок. Предприятия, которые прошли через него, ищут возможности для расширения своей деятельности и приходят к выводу о необходимости проникновения в другие отрасли, освоения новых направлений, то есть диверсификации деятельности.

Таким образом, диверсификация имеет свои особенности, обусловленные спецификой деятельности предприятий. Ее следует использовать на основании конкурентных позиций предприятия на рынке, качества и ценовых уровней собственной продукции и продукции конкурентов. Положительные последствия диверсификации – это уменьшение зависимости от поставщиков и специализированных учреждений, повышение устойчивости предприятия и его экономической безопасности, рост числа рабочих мест, снижение зависимости региона от импорта продукции.

Целесообразно учитывать, что выбор одного приоритетного направления развития и целенаправленная его реализация приводит к продвижению предприятия по пути подъема и стабилизации.

По результатам исследования следует сделать обобщение: диверсификация требует определения приоритетности направлений деятельности.

Сформулированные предложения и рекомендации позволят субъектам хозяйствования правильно принимать решения по выбору и применению новых направлений деятельности на предприятиях различных отраслей экономики. Полученные результаты являются основанием для будущего исследования состояния диверсификации, для повышения эффективности производства, получения экономической выгоды и предотвращения банкротства предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком., 1999. – 416 с.
2. Кирилов О. Д. Про диверсифікаційну стратегію / О. Д. Кирилов, О. О. Шарко // Динаміка наукових досліджень '2004 : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Т. 47 : Економіка підприємства. – Д. : Наука і освіта, 2004. – С. 7 – 9.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3. Козаченко Г. В. Аналіз диверсифікації діяльності підприємств малого бізнесу / Г. В. Козаченко, Д. А. Комісаренко // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту імені Володимира Даля. – 2003. – № 7 (65). – С. 148 – 153.
4. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией : учебник для вузов / М. И. Круглов. – М. : Русская деловая литература, 1998. – 768 с.
5. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
6. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства : навч. посібник / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Х. : Вид-во ХДЕУ, 2002. – 640 с.
7. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства : монографія / О. М. Тридід. – Х. : Вид-во ХДЕУ, 2002. – 364 с.

УДК 332.12

*Е. В. Щербакова,
г. Луганск*

СТРУКТУРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Каждая административная единица является важным элементом системы обеспечения экономической устойчивости государства через богатство регионов различными ресурсами, которые должны способствовать развитию отраслей народного хозяйства и, следовательно, повышать экономическую устойчивость страны. Этот процесс следует поддерживать постоянно, для чего необходимо понимать, насколько тот или иной регион имеет возможность поддерживать стабильное развитие.

Экономический потенциал различных субъектов хозяйствования на современном этапе развития экономической отрасли науки представляет огромный интерес. В связи с этим, прежде чем рассматривать определенную проблематику в рамках экономического потенциала, необходимым является рассмотрение сущности исследуемого объекта.

Термин «потенциал» происходит от лат. *potentia* – сила (англ. *potential*; нем. *Potential*, нем. *Konsumismus*) [5]. В словаре иностранных слов М. Васюкова [4] данный термин толкуется как «мощь», «сила». В этимологическом словаре русского языка [6] отмечается происхождение слова «потенциальный» как заимствованного в XIX веке из французского языка, где *potentiel* с лат. *potentialis* производного от *potens* «могучий», буквально «могущий быть».

Потенциал как совокупность необходимых для функционирования или развития системы различных видов ресурсов рассматривался в работах Л. Абалкина, С. Беловой, Р. Марушкова, Е. Финурнова, Д. Черникова, П. Милгрона, Д. Робертса и др. Такие ученые, как В. Вейц, Е. Лапин, В. Мец, И. Репин, Г. Смита, А. Одинцова, А. Шевченко и другие рассматривали потенциал в качестве способности комплекса ресурсов экономической системы выполнять поставленные перед ней задачи. Как система материальных и трудовых факторов, которые обеспечивают достижение цели производства, потенциал освещался в работах С. Струмилина, Е. Горбунова, Л. Самоукина и др.

Что касается непосредственно экономического потенциала, то в работе Н. Громовой [2] он рассматривается как «совокупная способность отраслей народного хозяйства производить промышленную, сельскохозяйственную продукцию, осуществлять капитальное

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

строительство, перевозить грузы, оказывать услуги населению и т. д.». А. Кошелев [3] в понятие «экономический потенциал» вкладывает экономические ресурсы, которые «не могут быть приравнены к экономическому потенциалу, так как для целей экономического роста необходимо совмещение экономических ресурсов и их эффективного использования». А. Басюк [1] говорит о том, что понятие экономического потенциала характеризуется как сложная, комплексная категория, у которой есть социально-экономический, экономико-исторический и эколого-экономический характер, но при этом определяет его как «имеющиеся у экономического субъекта ресурсы, их оптимальную структуру и умение рационально использовать эти ресурсы для достижения поставленной цели: потенциал производственный, экспортный, трудовой, научно-технический, природно-ресурсный и т. д.».

Экономический потенциал имеет место в любой системе, где есть предпосылки для развития, включая экономическую, социальную, политическую и другие сферы жизнедеятельности. Кроме того, каждая сфера деятельности имеет свою уникальную иерархическую структуру. Учитывая объектную область данного исследования, интерес представляет именно экономическая сфера, которая как сложная система подразделяется на микро-, мезо-, макро- и мегаэкономику. Экономический потенциал присущ всем уровням функционирования экономики, учитывая всё его многообразие и вариацию. Однако международные экономические отношения в данном исследовании не рассматриваются, а цель исследования сосредоточена на уровне предприятия, региона и страны. Распределение различных видов экономического потенциала по разным уровням функционирования экономики представлено на рис. 1.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Микроуровень	Мезоуровень	Макроуровень
	Производственный потенциал	
	Трудовой потенциал	
	Научно-технический потенциал	
	Финансовый потенциал	
	Управленческий потенциал	
Имущественный потенциал	Природно-ресурсный потенциал	
Логистический потенциал	Демографический потенциал	
Конкурентный потенциал	Духовный потенциал	
Ресурсный потенциал	Геополитический потенциал	
Маркетинговый потенциал	Экологический потенциал	
Инновационный потенциал	Экспортный потенциал	
Сбытовой потенциал	Инвестиционный потенциал	
	Институциональный потенциал	
	Рыночный потенциал	Промышленный потенциал
	Внутреннеэкономический потенциал	Агро-промышленный потенциал
	Потенциал социальной сферы	Потенциал социального развития
	Образовательный потенциал	Внешнеэкономический потенциал

Рис. 1. Вариация экономического потенциала различных уровней функционирования экономики

Как видно на рис. 1, такие виды экономического потенциала, как производственный, трудовой, научно-технический, финансовый и управленческий, характерны для каждого уровня функционирования экономики. Однако они не являются однородными категориями, т. е., например, производственный потенциал предприятия не равен производственному потенциалу региона, а тот, в свою очередь, не равен потенциалу, характеризующему производственную мощь страны. Также на рис. 1 представлены виды экономического потенциала, объединяющие мезо- и макроуровень, содержание которых определяется потребностями соответствующего уровня функционирования экономики. Кроме того, для микро-, мезо- и макроуровней характерны уникальные виды экономического потенциала, определяющие специфику функционирования экономики на каждом из представленных уровней. Например, для микроуровня (уровень предприятия) характерны такие уникальные вариации экономического потенциала, как имущественный, логистический, конкурентный,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ресурсный, маркетинговый, инновационный и сбытовой потенциалы. Для мезоуровня (региональный уровень) – рыночный, внутреннеэкономический, образовательный потенциалы и потенциал социальной сферы. Макроуровень (уровень страны) характеризуется такими уникальными видами экономического потенциала, как промышленный, агропромышленный, внешнеэкономический потенциалы и потенциал социального развития. Несмотря на определенную степень схожести и различия всех видов экономических потенциалов представленных уровней функционирования экономики, каждый вид дополняет друг друга и является базой для формирования и развития того или иного вида экономического потенциала на следующем, более высоком уровне функционирования экономики. Такое заключение необходимо для понимания природы возникновения определенного вида экономического потенциала на мезоуровне и его значения для развития экономического потенциала макроуровня функционирования экономики.

С целью более четкого формирования базы для развития страны за счет развития регионов необходимо структурировать экономический потенциал региона. Однако для формирования четкой структуры экономического потенциала региона необходимо сократить количество видов экономических потенциалов, содержащихся на региональном уровне, за счет выстраивания иерархической зависимости между этими видами, что позволит определить приоритеты в развитии экономического потенциала в целом. Иерархия видов экономического потенциала региона представлена на рис. 2.

Описание каждого вида экономического потенциала региона II уровня иерархии, а именно природно-ресурсного, производственного, инновационного, трудового и научно-технического, со значением и содержанием каждого вида экономического потенциала региона представлено в табл. 1.

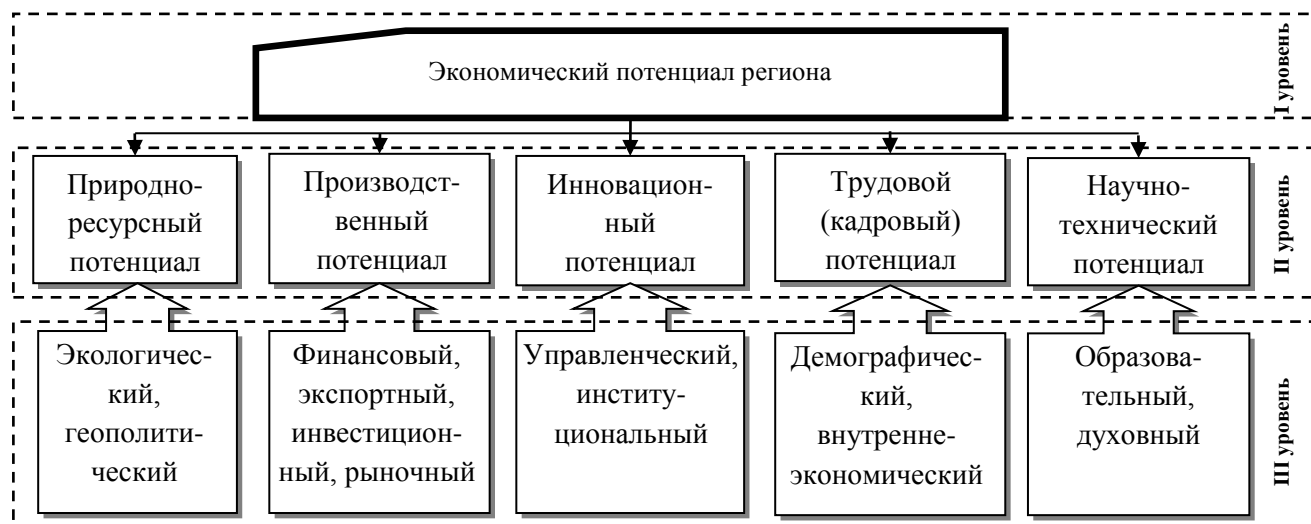


Рис. 2. Иерархия видов экономического потенциала региона

Таким образом, структура экономического потенциала региона имеет иерархический вид, что обусловлено наличием подчиненной зависимости одних видов экономического потенциала другим, которые, в свою очередь, формируют экономический потенциал региона II и III уровней. Виды экономического потенциала региона III уровня представляют собой

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

основу для формирования и развития видов экономического потенциала региона II уровня, образующих структуру экономического потенциала региона. Зная принципы формирования структуры экономического потенциала региона, можно планировать экономическое развитие не только конкретного региона, но и целого государства, укрепляя его позиции на мировом рынке и геополитической арене.

Таблица 1

Виды потенциалов в структуре экономического потенциала региона

<i>Вид экономического потенциала региона II уровня иерархии</i>	<i>Вид экономического потенциала региона III уровня иерархии</i>	<i>Значение вида экономического потенциала региона</i>	<i>Составляющие вида экономического потенциала региона</i>
Природно-ресурсный потенциал (в широком смысле эколого-экономический потенциал)	Экологический, геополитический потенциалы	Учитывает уровень экологического благополучия территории, ее рекреационные возможности	Экологическая емкость территории, степень загрязнения территории, ее рекреационные возможности, уровень выбросов загрязняющих веществ в окружающую среду, объем оборотной воды, объем токсичных отходов и уровень их переработки и др.
Производственный потенциал (в т. ч. инвестиционный потенциал)	Финансовый, экспортный, инвестиционный, рыночный потенциалы	Инвестиции направляются на развитие или обновление основных фондов	Основные производственные фонды (основной капитал), оборотные средства (оборотный капитал) включает в себя оборотные фонды и фонды обращения
Инновационный потенциал (в т. ч. интеллектуальный потенциал)	Управленческий, институциональный потенциалы	Отражает научно-технические факторы функционирования хозяйственных систем	Инвестиционный потенциал учитывает основные макроэкономические характеристики: трудовые ресурсы, производственный, инновационный, развитие инфраструктуры, финансовое благополучие, а также потребительский спрос населения
Трудовой (кадровый) потенциал	Демографический, внутреннеэкономический потенциалы	Учитывает масштабы и качественные факторы трудовых ресурсов	Численность персонала, профессионально-квалификационная структура кадров, половозрастной состав,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

			укомплектованность персонала, индивидуальные личностные характеристики
Научно-технический потенциал	Образовательный, духовный потенциалы	Отражает научно-технические факторы социально-экономического развития и уровень фундаментальной и специальной подготовки учащихся, общей их эрудиции	Интеллектуальная собственность, уровень развития научно-технической сферы: число организаций, участвующих в НИОКР, численность занятых в научно-технической сфере и их структура, величина ассигнований на проведение НИОКР и затрат на создание новой техники, уровень образования

ЛИТЕРАТУРА

1. Басюк О. В. Сутнісна характеристика категорії «економічний потенціал регіону» / О. В. Басюк // Вісн. соц.-екон. досліджень. — 2009. — № 36. — С. 244 – 249.
2. Громова Н. М. Основы экономического прогнозирования : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Н. М. Громова, Н. И. Громова // Академия Естествознания. — 2006. — ISBN 978-5-91327-005-4. — Режим доступа : <http://www.rae.ru/monographs/10-174> (дата обращения: 28.05.2016 г.).
3. Кошелев А. Совокупный экономический потенциал: понятие и сущность : конспект лекций [Электронный ресурс] / Антон Кошелев. — Режим доступа : http://www.e-reading.club/chapter.php/99883/9/Koshelev_-_Nacional'naya_ekonomika_konspekt_lectsii.html (дата обращения: 29.05.2016 г.).
4. Словарь иностранных слов / ред.-сост. М. Васюкова. — М. : АСТ, 1972. — 346 с.
5. Экономический потенциал — его сущность и значение [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://studbooks.net/62980/rps/ekonomicheskij_potentsial_ego_suschnost_znachenie (дата обращения: 28.05.2016 г.).
6. Этимологический словарь русского языка / под ред. Н. М. Шанского. — М. : Прозерпина, 1994. — 400 с.

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В БИЗНЕСЕ И МЕНЕДЖМЕНТЕ**

УДК 658:004.4

*А. В. Велигура, А. Р. Быстрицкая,
г. Луганск*

**ОБНАРУЖЕНИЕ ПРОБЛЕМ ВНЕДРЕНИЯ CRM
И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ ПУТЕМ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ
DATA MINING И WEB MINING**

Средства эффективной обработки информации в Интернете еще никогда не были настолько важны и востребованны, как сегодня. Стремительное развитие электронной коммерции обусловлено продвижением бизнеса в Интернете. CRM для организаций стало одним из основных видов деятельности, так как электронная коммерция сменила продукт-ориентированное направление на клиент-ориентированное, а также продукция и услуги были перестроены и персонализированы в соответствии с рекомендациями клиента. Это произошло по той причине, что интернет-технологии – лучшая основа для внедрения CRM [3, с. 36]. Одна из целей CRM – близкие отношения между заказчиками и поставщиками, что является простейшей формой электронной коммерции [1]. Более того, это часть стратегии компании по определению клиентов, удовлетворению их потребностей и превращению их в постоянных клиентов.

Общая архитектура CRM включает в себя такие главные уровни [2]:

1. Функциональный уровень: здесь предусмотрены такие инструменты продаж компании и маркетинга для персонала, которые могут контролировать, управлять и улучшать контакт с клиентами, ведение учета продаж. Технологии, используемые на функциональном уровне, ответственны за сбор данных о клиентах через свои контактные точки, такие как подключение центров и систем управления связи, письма, факсы, Сеть и т. д.

2. Уровень данных: сохранение данных с функционального уровня в хранилище большого объема.

3. Аналитический уровень: этот уровень является одним из наиболее важных. На нем происходит процесс получения, хранения, обработки, интерпретации и представления данных для пользователей, которые используют информацию о клиентах. Этот уровень предоставляет возможность для классификации клиентов, оптимизации поведения компании, улучшения маркетинговой деятельности и работы по удержанию клиентов. Это осуществляется путем извлечения информации из хранилища. На данном уровне проводится статистический анализ прогнозных моделей для принятия решения, совершенствование бизнес-процессов. Как правило, для этого используются две технологии: аналитическая обработка и интеллектуальный анализ данных [4].

4. Уровень приложения: когда данные проанализированы и профили клиентов созданы, на данном уровне проводятся некоторые подсчеты и анализ состояния продаж, маркетинга и поддержки, измеряется степень удовлетворения запросов клиентов и их лояльность, а также классификация клиентов по этим показателям.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Однако следует обратить внимание, что до внедрения CRM организация должна изучить потенциальные и возможные проблемы для дальнейшего их решения в случае возникновения. Следует учитывать, что для большей эффективности системы управления отношениями с клиентами организация изначально должна обеспечить взаимодействие всех своих подразделений в CRM.

Основные проблемы можно разделить на четыре вопроса внедрения CRM [1; 2; 4]:

1. Вопросы исполнения

- Первоначальные затраты – считаются одной из проблем CRM. Организация должна потратить большой объем инвестиций на прикладные инструменты управления отношениями с клиентами, но некоторые из них имеют специфические приложения, которые будет сложно внедрить в разные отделы.

- Интегрированные прикладные инструменты – организация нуждается в прикладной программной части, которая будет основана на жизненном цикле клиента и связанными с ним действиями. Например, компании, которым нужна интернационализация и система оплаты в разных валютах, не могут внедрить CRM по традиционным технологиям, и это становится проблемой, потому что типы данных разные и вероятность возникновения шума данных очень высока.

- Взаимодействие различных сегментов – CRM нуждается в интегрированном подходе и в вовлечении различных бизнес-процессов организации, которые, возможно, раньше работали независимо. Данные, полученные из одного сегмента, должны свободно распространяться по другим сегментам.

Проблемы, на которые следует обратить внимание, следующие:

1. **Неочевидные результаты**, которые часто требуют использования совокупности технологий анализа данных (Data Mining).
2. **Важные запросы** для сбора данных до использования технологий анализа данных.
3. Неуверенность в том, **какие данные** доступны для анализа и **для чего** их можно использовать.

2. Стратегические вопросы

Представляют собой внутриорганизационную деятельность, которая влияет на любое решение, принимаемое организацией, и диктует правила, в соответствии с которыми организация должна развиваться на протяжении всего своего жизненного цикла. Поднимаемые вопросы, связанные с этим видом деятельности, следующие:

- 1) Исходящие результаты должны **соответствовать реальности** окружающей среды.
- 2) Хороший **механизм действия**.
- 3) Сочетание **старых знаний** с новыми.

3. Технологические вопросы

Это ключевые вопросы для реализации политики компании, ее бизнес-процессов и их взаимодействия друг с другом. Организация нуждается в интегрированном подходе для объединения технологий между собой. Возникающие в связи с этим проблемы:

- 1) Не существует надежного способа достижения результатов с помощью интеллектуального анализа данных без **интегрированного технологического подхода**.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2) *Поиск необходимых данных*, которые приведут к высокой производительности и снижению затрат.

4. Вопросы клиентской области

Эти проблемы связаны с лояльностью клиентов. Основные из них:

- 1) Глубокое *моделирование* для определения и развития *клиентского поведения*.
- 2) *Принцип оценивания*, который приведет к точному пониманию клиента.

CRM использует методы интеллектуального анализа данных для взаимодействия с клиентами. Web Mining является одной из форм интеллектуального анализа данных и относится к технологиям, которые автоматически извлекают и оценивают информацию из документов веб-сервисов для обнаружения знаний [3, с. 45].

В табл. 1 приведены возможные и наиболее подходящие инструменты интеллектуального анализа данных и Web Mining для решения обнаруженных проблем.

Таблица 1

<i>Метод</i>	<i>Суть</i>	<i>Область CRM</i>	<i>Проблемы CRM</i>
Ассоциация	Используются шаблонные статистические алгоритмы для определения поведения события или специфического процесса, которые определяют взаимосвязь между элементами в исследуемом наборе данных	Развитие клиента	Интегрированные прикладные инструменты Технологические вопросы Взаимодействие различных сегментов
Классификация	Построение модели предсказания поведения клиента в будущем с помощью классификации записей из базы данных по определенным критериям. Используются следующие инструменты: нейронные сети, деревья решений и правила «если – то».	Определение клиентов	Определение первоначальных затрат Стратегические вопросы Вопросы клиентской области
Кластеризация	Кластеризация – это процесс сегментирования данных в однородные кластеры. От классификации отличается тем, что результирующие кластеры неизвестны до начала работы алгоритма. Используются следующие инструменты: нейронные сети и дискриминационный анализ	Определение клиентов	Определение первоначальных затрат Стратегические вопросы Вопросы клиентской области
Прогнозирование	Прогнозирование оценивает будущие значения показателей, основываясь на прошлых экземплярах. Работает с непрерывными значениями.	Привлечение клиентов	Интегрированные прикладные инструменты Взаимодействие различных

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

	Прогнозирование спроса – типичный пример прогнозной модели. Используются инструменты: нейронные сети и анализ выживаемости		сегментов
Регрессия	Регрессия – вид статистической оценочной технологии, которая использует модель предметной области для характеристики реальных значений. Используемые инструменты: линейная и логистическая регрессии	Удержание клиентов	Взаимодействие различных сегментов Стратегические вопросы Customer Dimensions challenges
Последовательная	Последовательные модели, которые часто используются для анализа долгосрочных данных, — полезный метод выявления тенденций, или регулярных повторений подобных событий. Используемые инструменты: статистическая теория и теория множеств	Удержание клиентов	Взаимодействие различных сегментов Стратегические вопросы Технологические вопросы
Визуализация	Визуализация относится к такому представлению данных, с помощью которого пользователь может получить комплексную информацию. Используется в сочетании с другими моделями для более чистого понимания полученных шаблонов и отношений	Развитие клиента	Интегрированные прикладные инструменты Технологические вопросы Взаимодействие различных сегментов
Извлечение веб-контента	Методы автоматического обнаружения, извлечения, организации и управления огромным объемом веб-информации и ресурсов. Используется для улучшения или фильтрации поиска информации. Основан на получении информации из профиля пользователя или запроса. Поэтому обеспечивает более комплексный запрос из простых ключей для большей точности	Определение клиентов (первичная информация о клиентах)	Определение первоначальных затрат Стратегические вопросы Вопросы клиентской области
Извлечение веб-структур	Сеть – это граф. Его узлы – веб-страницы и гиперссылки, которые создают ребра для осуществления коммуникации между связанными страницами	Определение клиентов	Определение первоначальных затрат Стратегические вопросы Вопросы клиентской

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

			области
Анализ использования веб-ресурсов	Основное внимание уделяется методам, которые могут предсказать поведение пользователя в интерактивном режиме при работе с веб-страницами.	Привлечение и удержание клиентов	Интегрированные прикладные инструменты Технологические вопросы Взаимодействие различных сегментов Вопросы клиентской области

ЛИТЕРАТУРА

1. Dezhen Feng, Zaimei Zhang, Fang Zhou, Jianheng Ji. Application Study of Data Mining on Customer Relationship Management in E-Commerce. — 2010 — 978-1-4244-3291-2.
2. Sharma A. Web Usage Mining: Data Preprocessing, Pattern Discovery and Pattern Analysis on the RIT Web Data / A. Sharma. — Rochester Institute of Technology, 2011.
3. Shi-Ming Huang, Irene Kwan and Shing-Han Li. Web Mining for CRM an Empirical Study of computer Game Service Company / Shi-Ming Huang, Irene Kwan and Shing-Han Li // International Journal of Electronic Business Management. — Vol. 1, No 1.
4. Чубукова И. А. Data Mining : учеб. пособие / И. А. Чубукова. — М. : Интернет-университет информационных технологий : БИНОМ : Лаборатория знаний, 2012. — 382 с.

УДК 658:004.4

*А. В. Велигура, В. В. Качанов,
г. Луганск*

АНАЛИЗ СРЕДСТВ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

Появление на рынке технологий для разработки интернет-ресурсов серьезно изменило подход к построению информационных систем. Такого рода технологии позволяют существенно упростить разработку и эксплуатацию информационных систем, сделав возможным создание более сложных информационных систем, в том числе распределенных по всему миру.

За счет активного развития интернет-ресурсов появилась возможность решать такого рода задачи:

- Увеличение объема продаж за счет внедрения электронной коммерции в режиме онлайн.
- Сетевая реклама товаров и услуг.
- Сокращение издержек на ведение бизнеса.
- Создание положительного имиджа.
- Предоставление новых услуг.

Цель данной работы – выбрать оптимальный способ разработки интернет-ресурса для сайта небольшой организации, а также провести анализ существующих конструкторов для создания веб-приложений и размещения их в сети Интернет.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Существует 3 способа разработки веб-ресурса:

1. Разработка сайта с использованием специализированных языков программирования.
2. Использование конструкторов сайтов.
3. Покупка готового веб-ресурса.

Каждый способ обладает определенными достоинствами и недостатками.

Второй способ лучше всего подходит для создания сайта небольшой организации, так как создать веб-приложение не составит большого труда, плюс ко всему будет бесплатное размещение веб-сайта в Интернете, но при этом возникнут сложности при Seo-оптимизации.

Третий способ оптимален по времени, но требует больших затрат.

Как правило, бюджет небольшой организации ограничен, поэтому целесообразным представляется второй подход к разработке веб-ресурсов. Лучший конструктор сайтов должен выбираться по набору необходимых функций.

В настоящее время большинство подобных задач решается с помощью таких инструментов, как: A5, uKit, Wix, Jimdo, Ucoz. Каждая из этих платформ обладает достаточной функциональностью, а также относительно простым интерфейсом.

Чтобы определить лучшую платформу, необходимо сформулировать критерии эффективности. Оценка производится в интервале от 1 до 10.

1) **Бесплатная или платная платформа:** существуют конструкторы, которые требуют платной подписки для использования конструктора или открытия дополнительных возможностей.

2) **Платное или бесплатное размещение в Интернете:** некоторые конструкторы предоставляют лишь платный домен и хостинг, но есть такие, которые предоставляют бесплатный домен 3 порядка – mysite.wix.com.

3) **Дисковое пространство:** каждая платформа предоставляет разный трафик на сайте. Трафик влияет на количество пользователей в месяц, и если они превысят допустимый, то сайт могут заморозить до следующего месяца.

4) **Реклама:** так как некоторые платформы предоставляют бесплатный хостинг, они компенсируют это размещением своей рекламы в вашем веб-приложении. Бывают различные виды рекламы, от обычно текста до больших баннеров.

5) **Seo-оптимизация:** Seo играет ключевую роль при продвижении сайта в различных поисковых системах.

6) **Техническая поддержка.**

В опросе принимали участие 8 человек. Каждый опробовал все платформы для создания веб-приложения и поставил оценку. После чего было найдено среднее значение оценки и выведено в табл. 1.

Таблица 1

Среднее значение оценки всех платформ для создания веб-приложения

	1	2	5	6	7	8	результат
uKit	5	5	5	10	7	8	40
A5	10	7	4	7	5	8	41
Wix	10	7	7	7	7	9	47

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Jimdo	5	5	5	8	8	5	35
Ucoz	10	5	7	5	6	8	41

Анализируя табл. 1, можно сделать вывод, что самой эффективной платформой для разработки сайта является Wix. Данный конструктор предоставляет богатейший инструментарий для создания красивых и функциональных сайтов, будь то интернет-магазин, сайт-визитка либо блог. Wix является абсолютно бесплатной платформой, которая предоставляет бесплатное размещение в Интернете.

УДК 658:004.4

*А. Г. Воронова,
г. Луганск*

CRM-СИСТЕМЫ КАК ИТ-ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ

Современное управление предприятием требует анализа большого количества информации на основе принципов бизнес-анализа для приобретения конкурентных преимуществ.

Наиболее авторитетное определение бизнес-анализа приведено Международным институтом бизнес-анализа: «Бизнес-анализ определяется как набор задач и методов, используемых для работы в качестве связующего звена между стейкхолдерами для того, чтобы понять структуру, политику и работу организации, а также рекомендовать решения, которые позволят организации достичь своих целей» [8]. Бизнес-анализ ставит перед собой задачи максимально упростить работу компании, увеличить рентабельность её продаж и минимизировать потери. Таким образом, бизнес-анализ – это научное исследование явления с целью формирования определенных представлений о характере явления [5, с. 14 – 15], разработка методик и комплексных мер, а бизнес-аналитика – практическое применение разработанных бизнес-анализом знаний и методологий.

Такого рода комплексное исследование и анализ данных осуществляются бизнес-аналитиками, в том числе с использованием современных информационно-компьютерных технологий. Инструментом бизнес-аналитики можно считать любое программное обеспечение, предназначенное для сбора и анализа информации от электронных таблиц до специального программного обеспечения, призванного упростить процессы анализа и оптимизировать систематизацию данных, к которому можно отнести корпоративные информационные системы с надстройками бизнес-аналитики и самостоятельные системы Business Intelligence (бизнес-аналитики).

В настоящее время большинство компаний стараются придерживаться клиентоориентированной стратегии и оптимизации бизнес-процессов для дальнейшего развития. При таком подходе главным объектом анализа становится клиент и механизмы воздействия на него для повышения продаж и максимизации прибыли компании [2].

Концепция CRM (Customer Relationship Management) – это бизнес-стратегия управления взаимоотношениями с клиентами, направленная на оптимизацию доходов,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

прибыльности бизнеса и удовлетворенности клиентов в условиях конкуренции на рынке. Стратегия CRM основывается на применении современных информационных технологий и практически реализуется в программных продуктах – CRM-системах.

CRM-система – это ИТ-инструмент, позволяющий повысить эффективность руководства компанией на основе автоматизированной аналитики в управлении бизнесом.

Использование CRM-систем все активнее используются современными менеджерами для комплексного управления предприятиями в различных сферах экономики, например в сфере оптовой торговли, страхования, банковском деле, ИТ, телекоммуникации и т. д. CRM-решения позволяют генерировать всю информацию о предприятии в едином закрытом электронном пространстве и осуществлять функции контроллинга.

Внедрение CRM-систем помогает увеличить продажи и напрямую контролировать качество обработки запросов клиентов, анализировать работу подразделений, автоматизировать маркетинговую деятельность, планировать задачи предприятия на краткосрочный и долгосрочный периоды.

Основные возможности CRM-систем с точки зрения управления на предприятиях заключаются в следующем [9]:

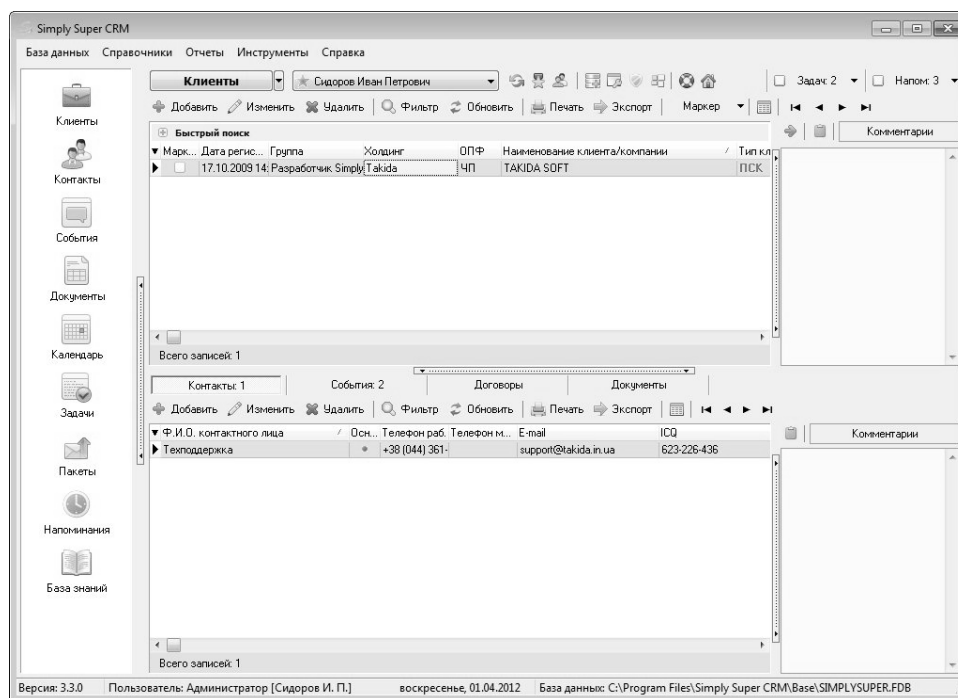
- наличие единого хранилища информации (синхронность управления множественными каналами взаимодействия; постоянный анализ собранной информации);
- ведение единой базы клиентов с подробной информацией о каждом клиенте (менеджер заводит информацию по клиентам, фиксирует все встречи, письма, телефонные звонки, планирует будущие события с клиентами);
- постановка задач руководством сотрудникам (насколько одинаково хорошо работают все менеджеры на основе информации о времени работы в системе, соотношение новых и удержанных клиентов, какими темпами растут партнерские продажи и т. д.);
- автоматизированное создание отчетности (например, воронка продаж); построение аналитических и оперативных отчетов;
- совместная работа с документацией;
- обсуждение текущих вопросов в режиме онлайн при удаленности сотрудников друг от друга;
- автоматизированный контроль сделок и выставления счетов (выписывает акты и счета, фиксирует оплаты, отслеживает задолженности);
- анализ результатов проведенных рассылок и рекламных кампаний.

ИТ-рынок предлагает достаточно большое количество CRM-систем отечественного и зарубежного производства. Аналитическая компания Gartner 19 мая 2015 года подвела итоги на мировом рынке систем управления взаимоотношениями с клиентами [3]. Согласно оценке Gartner за 2014 год, общемировые расходы на софт CRM составили \$23,2 млрд, что на 13,3% больше, чем годом ранее. На долю десяти ведущих вендоров пришлось продажи в \$14 млрд (около 60%), которые в годовом исчислении выросли на 14%. Крупнейшими потребителями систем управления взаимоотношениями с клиентами в 2014 году аналитики Gartner назвали компании, специализирующиеся на ИТ, коммуникациях и медиа. Кроме того, высокий спрос на этот софт замечен со стороны производственного и финансового секторов.

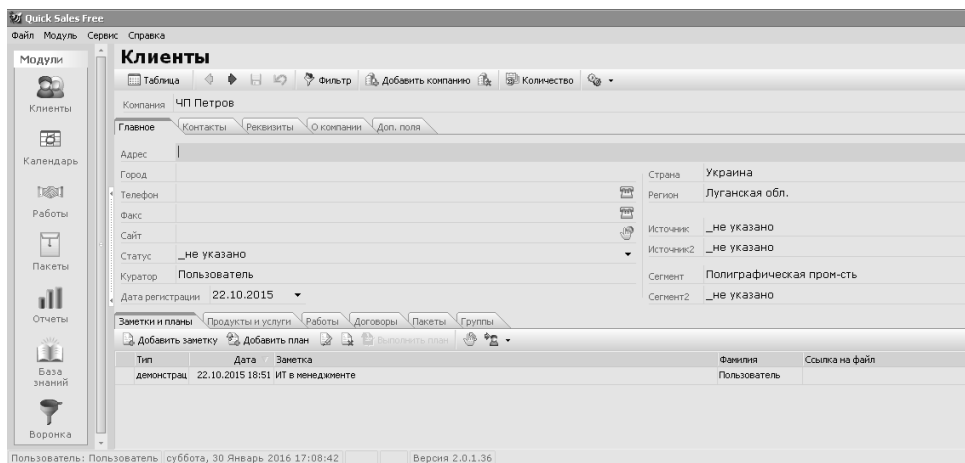
Однако стоимость CRM от ведущих компаний-производителей, таких как Salesforce, SAP, Oracle, Microsoft, для среднего и малого бизнеса остается дорогостоящей. Тем не менее

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

отечественные производители CRM-решений по соотношению функциональности и цены могут составить им альтернативу и занять преобладающую позицию (интерфейс см. рис. 1, сравнение функциональности см. табл. 1).

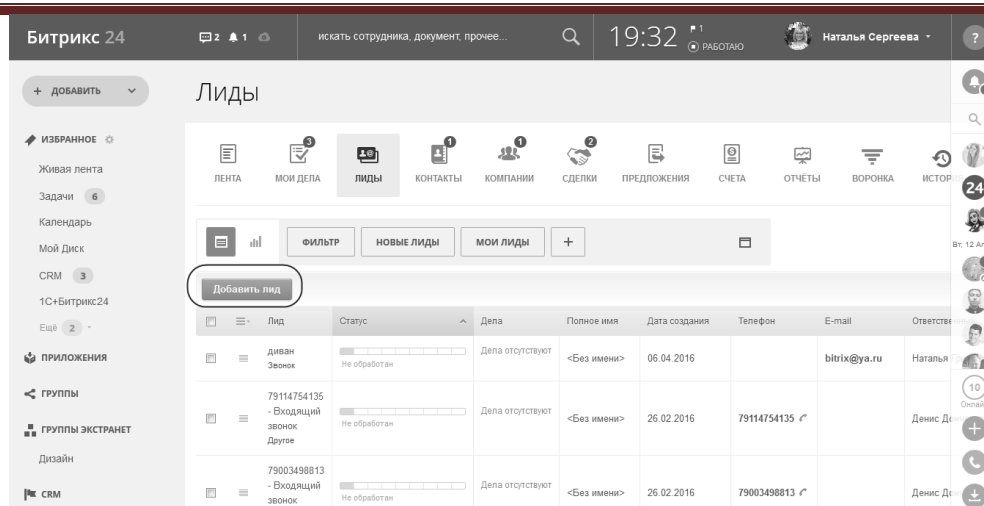


а) Интерфейс Simply Super CRM Free от компании TAKIDA SOFT [4]



б) Интерфейс Quick Sales 2 Free от компании Expert system [7]

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ



в) Интерфейс Bitrix24 от компания «1С-Битрикс» [6]

Рис. 1. Интерфейс CRM-систем

Таблица 1

Сравнение CRM-систем

Название CRM	Simply Super CRM	Quick Sales	Bitrix24
Критерии			
Фирма-разработчик	TAKIDA SOFT	Expert system	Компания «1С-Битрикс»
Адрес сайта	http://takida.in.ua/products.php	https://crm.expert-systems.com/	https://www.bitrix24.ru/
Наличие бесплатной/демо-версии	нет	да	да
Версии системы	Free (бесплатная версия) Lite Business	Free (бесплатная версия) Expert облачный сервис	Проект (бесплатная версия) Проект + Команда Компания
Количество рабочих мест	Free версия – однопользовательская; Платные версии – многопользовательские	Free версия – однопользовательская; Платные версии – многопользовательские	Бесплатная версия – многопользовательская Платные версии – многопользовательские
Стоимость CRM-решения	Free – бесплатная; Lite – \$154,95 без ограничений по количеству рабочих мест; Business – \$234,95 без ограничений по количеству рабочих мест	Quick Sales 2 Free – бесплатная; Quick Sales 2 – 5 000 руб. за 1 место; Sales Expert – 10 000 руб. за 1 место; CRM 24 облачный сервис – 400 руб.	Проект – бесплатная версия Проект + – 990 руб./мес. Команда – 5490 руб./мес. Компания – 10990 руб./мес.

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Название CRM	Simply Super CRM	Quick Sales	Bitrix24
Критерии		за 1 место; CRM Expert облачный сервис с доп. функционалом ERP – 400 руб. за 1 место	
Наличие базы данных	Firebird (.fdb)	Firebird (.fdb)	MySQL
Функциональность:			
Интеграция с 1С	+	+	+
Постановка задач сотрудникам	+	+	+
Формирование отчетов	+	+	+
Воронка продаж	+	+	+
Контроль проведенных работ по каждому клиенту	+	+	+
Сделки	+	+	+
История взаимоотношений с клиентами	+	+	+
Массовая рассылка	+	+	+
Календарь	+	+	+
Напоминания	+	+	+

На выбор CRM влияет не столько ее функциональность (как видно из табл. 1, функциональность систем разных разработчиков практически одинакова), сколько стоимость продукта на рынке и бренд фирмы разработчика и распространителя.

Наличие же официальных бесплатных и демо-версий позволяет их внедрять и использовать в учебном процессе для практической подготовки специалистов. Так, система Quick Sales 2 Free внедрена в курс обучения по дисциплине «Информационные технологии в менеджменте» для бакалавров направления подготовки «Менеджмент».

С помощью CRM-систем можно собрать колоссальный пласт информации, который может быть выгружен из систем CRM и подвергнут анализу другими BI-системами или проанализирован внутренними аналитическими средствами. BI-системы мощные средства, но для малого и даже среднего бизнеса может быть достаточно и аналитики CRM-систем. Аналитика CRM-систем особенно эффективна для бизнеса, в котором важны запросы (лиды) от новых клиентов, если бизнес прилагает какие-то усилия для получения и удержания новых клиентов. Например, интернет-магазин или оптовая компания: в каждом из этих видов бизнеса очень важно, чтобы все заказы были выполнены, покупатели товаров и услуг остались довольны, а лояльность клиентов повышалась.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

CRM-системы как инструмент бизнес-аналитики может предоставить следующую информацию [1]:

1) Отчеты о продажах, доходах и расходах. С их помощью можно видеть, какие сегменты клиентов, наименования товаров, филиалы приносят деньги, а какие расходуют средства. По анализу этой информации принимается решение о развитии эффективных каналов.

2) Данные о потребителях — это сегментация клиентов, кластеризация, воронка продаж, группировка по регионам и суммам заказа и др. Такие данные ложатся в основу персонализации предложений клиентам, которая в последнее время считается одним из ключевых источников роста доходов.

Примером аналитики в CRM-системе является визуальное построение воронки продаж (рис. 2). Воронка продаж – это термин, описывающий процесс продажи товара или услуги. Она отражает полный цикл работы менеджера с клиентами – от звонков до заверенных сделок. Стадии заказа записываются по порядку, и вычисляется количество заказов, находящихся и находившихся на каждой из стадий в указанный промежуток времени. Полученные величины отмечаются на графике.

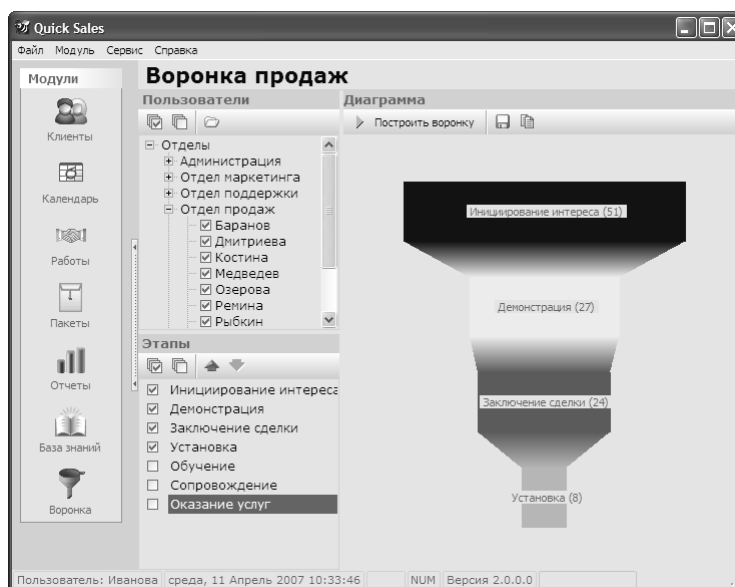


Рис. 2. Воронка продаж

3) Оценку различных каналов продаж, выполнение плана для выработки новых стратегий общения с клиентами.

4) Измерение и анализ качества обслуживания. CRM собирает данные о длительности звонка, записи разговоров, количестве наборов номера, конверсии звонка. Такие исследования направлены на улучшение продукта для удовлетворения запросов потребителей.

Особенности современной экономики диктуют свои условия и требования по использованию инновационных методов для повышения эффективности бизнеса и его управления, а рынок труда порождает спрос на профессиональных менеджеров и бизнес-аналитиков, которое умеют применять современные ИТ-инструменты в практике управления бизнесом и бизнес-анализе.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Аналитика в CRM [Электронный ресурс] // RegionSoft Developer Studio. CRM-система, программное обеспечение для бизнеса. — Режим доступа : <https://habrahabr.ru/company/regionsoft/blog/312406/>
- 2 Витзон А. М. CRM-аналитика как инструмент поддержки клиентоориентированной стратегии бизнеса / А. М. Витзон, А. А. Громова // Стратегии бизнеса: анализ, прогноз, управление. — 2015. — № 9 (17) — С. 8 – 11.
- 3 CRM (мировой рынок) [Электронный ресурс] // TAdviser. Государство. Бизнес. ИТ. — Режим доступа : [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_(мировой_рынок))
- 4 Официальный сайт компании TAKIDA SOFT. Решения для вашего бизнеса. — Режим доступа : <http://www.takida.in.ua/products.php>
- 5 Паклин Н. Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям (+CD): учеб. пособие / Н. Б. Паклин, В. В. Орешков. — 2-е изд., испр. — СПб. : Питер, 2013. — 704 с.
- 6 Что такое CRM // Битрикс 24. — Режим доступа : https://www.bitrix24.ru/articles/crm_what_is.php
- 7 Эффективные CRM-решения для бизнеса [Электронный ресурс] // CRMpartner. Лучшие решения для клиентского менеджмента. — Режим доступа : <https://crm.expert-systems.com/>
- 8 A guide to the business analysis body of knowledge. BABOK. Version 3. International Institute of Business Analysis, 2015 — 514 p.
- 9 International Standard ISO 10006:2003. Quality management systems — Guidelines for quality management in projects. — ISO, 2003. — 32 p.

УДК 005:004.03:331.103.1

*И. Д. Заруцкий, И. Ф. Курачий,
г. Луганск*

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ РАБОЧИЕ МЕСТА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА

В методологическом плане в автоматизированных системах менеджмента применяются информационные технологии обработки данных, ориентированные на использование единого информационного пространства социально-экономической системы. При этом основным принципом его использования служит принцип сочетания централизованного и децентрализованного использования информации во всех структурных подразделениях социально-экономической системы. На практике данный методологический подход позволяет обеспечить получение работниками управления со своих рабочих мест по запросу в режиме диалога любую необходимую им информацию, то есть создать автоматизированные рабочие места (далее – АРМ) для разных категорий работников управления.

Автоматизированное рабочее место – это рабочее место руководителя или специалиста аппарата управления, обеспеченное персональным компьютером, организационно-техническими средствами и совокупностью функциональных и обеспечивающих информационных технологий. Его назначение – информационная поддержка принятых решений.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

АРМ содержит в себе полную функциональную технологию или ее часть. Наложение функциональной информационной системы на организационную структуру управления предприятия дает возможность создавать разделенную систему разрешения предметных управленческих, экономических, организационных и технологических задач. Такая система поддержки принятия решения запускает активное диалоговое взаимодействие пользователя с информационной системой с учетом его подготовленности, специфики, стиля и опыта [2, с. 371].

В структурном плане любое АРМ включает комплекс технических средств, программный комплекс и базы данных. Комплекс технических средств – это вычислительная техника, периферийные устройства и каналы связи. В состав программного комплекса входит общесистемное и прикладное программное обеспечение.

Функционально автоматизированные рабочие места призваны обеспечить:

- поиск и анализ информации;
- моделирование экономико-организационных процессов;
- решение различных расчетно-логических задач;
- обработку информации с использованием баз данных.

Задачи организационного управления, решаемые в составе АРМ, необходимо поделить на три класса.

К первому классу принадлежат полностью формализованные задачи (хозяйственный и финансовый учет, подготовка производства), для которых необходимо разработать структурированные процедуры производственных решений. Эти задачи могут решаться и без участия человека по заранее подготовленным алгоритмам.

Для второго класса задач характерны слабо структурированные процедуры выработки решений в условиях неполной информации. Это задачи текущего и оперативного планирования производства управления запасами.

Задачи третьего класса требуют использования неструктурированных процедур выработки решений, творческого подхода, который базируется на информированности, квалификации, таланте и опыте специалиста.

В соответствии с этим работников управления нужно поделить на три группы: руководители, специалисты (начальники функциональных служб, главные специалисты), технические работники (секретари, кассиры, кладовщики). Руководители решают в основном задачи третьего класса, иногда и первого.

Специалисты решают задачи второго класса, технические работники – первого класса.

В соответствии с характером решаемых задач выделяют три класса типовых АРМ: АРМ руководителя (АРМ-Р), АРМ специалиста (АРМ-С), АРМ технического и вспомогательного персонала (АРМ-Т) [1, с. 332].

АРМ-Р может иметь распределительную и локальную структуру. При распределительной структуре дисплей устанавливается на столе руководителя, а основная функциональная структура (с дополнительным дисплеем) – у секретаря.

Локальная структура АРМ-Р предусматривает полную функциональную замкнутость, которая обеспечивает автономную работу.

Требования, предъявляемые к АРМ-Р:

- наличие развитой базы данных, постоянно дополняемой оперативной информацией;
- обеспечение руководителя оперативностью поиска необходимой информации в базе

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

данных и вывода ее на дисплей;

- наличие диалоговых программных средств, обеспечивающих принятие решений, регулирующих организационно-административную деятельность;
- обеспечение оперативной связи с другими источниками информации;
- обеспечение накопления в памяти АРМ опыта работы ранее принятых эффективных решений.

С учетом характера и особенностей труда руководителя программное обеспечение АРМ-Р содержит подсистемы обеспечения и деловой деятельности, принятия решений, рутинных работ и коммуникаций.

Одной из главных является подсистема обеспечения и деловой активности, поскольку около 45% рабочего времени руководитель пребывает в деловых контактах. В состав этой подсистемы входит деловой пакет руководителя. Главное меню пакета содержит электронные записи, личный архив, картотеку поручений. Модуль электронных записей содержит электронный перекидной календарь, куда руководитель вносит ежедневный личный план, еженедельный личный план с блоком наиболее важных дел недели и месяца.

При создании АРМ-С необходимо исходить из того, что специалист – это профессионал в определенной отрасли, поэтому АРМ должно быть таким, чтобы давать ему возможность проводить аналитическую работу с документами, на которую он затрачивает более 50% рабочего времени, используя разнообразную информацию.

Для компьютерной поддержки творческого процесса система содержит блок моделирования анализируемых процессов с учетом накопленного опыта. Наиболее важное требование к АРМ-С – обеспечение высокого уровня многофункциональности и гибкости системы.

АРМ-С содержит системы обеспечения деловой и профессиональной деятельности, обеспечения рутинных работ и поддержки коммуникации. Основа АРМ-С – подсистема обеспечения профессиональной деятельности. Она содержит развитую базу данных, средства электронной обработки форм и деловой графики, а также набор программных средств для проведения математических расчетов и моделирования.

База данных АРМ-С предназначена для хранения текстовой, числовой и фотографической информации. В ее основу положены типовые базы данных ПЭВМ.

Набор пакетов для математических расчетов и моделирования, экспертные системы и базы знаний используются в АРМ-С для поддержки решений формализованных и неформализованных задач. Они в высшей степени обеспечивают достижение цели повышения эффективности и качества управления, поскольку являются одним из новых видов программных средств общего назначения.

Автоматизированные рабочие места технических работников предназначены для выполнения технических работ, что требует определенных профессиональных навыков. Для этой категории служащих характерна работа с документами – 72% рабочего времени – и телефонные переговоры – 20%. Основные их функции – ввод информации, оформление документов (набор текста, тиражирование, рассылка и др.), ведение картотек и архивов, обработка входящей и исходящей документации, контроль исполнительской деятельности. Эти работы с высокой степенью эффективности можно автоматизировать, используя разнообразные АРМ-Т на базе персональных ЭВМ.

Характер деятельности технических работников мало зависит от специфики отрасли,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предприятия, организации. Поэтому возможен массовый выпуск типовых АРМ-Т: АРМ оператора текстовых документов, АРМ секретаря, АРМ инспектора и др. Основные требования к программным и техническим средствам АРМ-Т – обеспечение максимальной эргономичности, удобное размещение технических средств, высокое качество визуальной информации, наличие технических средств для печати и тиражирования документов.

Дальнейшее развитие АРМ в организационном управлении связано с использованием рабочих станций управления (PCY) вместо ПЭВМ. В основу концепции PCY положена идея интегрированного интеллектуального интерфейса пользователя с манипулированием данными и широким доступом к определенным обслуживающим подсистемам. Эти особенности PCY дают возможность использовать их базу для построения персональных и групповых АРМ. Исходя из того, что PCY – универсальная система, необходима определенная функциональная специализация этой системы с трансформацией ее в конкретное деловое автоматизированное рабочее место [3, с. 511].

Следовательно, компьютеризация рабочих мест создает возможности эффективной и прибыльной деятельности предприятия в современных условиях хозяйствования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новак В. О. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посібник / В. О. Новак, Л. Г. Макаренко, М. Г. Луцький. – К. : Кондор, 2006. – 462 с.
2. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту : навч. посібник / О. Д. Сердюк. – К. : Професіонал, 2004. – 432 с.
3. Шегда А. В. Менеджмент : учебник / А. В. Шегда. – 3-е изд., испр. и доп. – Киев : Знання, 2006. – 645 с.

УДК 378:004

*Н. К. Литвиненко,
г. Луганск*

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНИК: ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ

В современных высших профессиональных учебных заведениях большое внимание уделяется компьютерному сопровождению учебного процесса. Применяются как учебные, так и тестовые комплексы по различным дисциплинам.

Применение электронных учебных пособий, мультимедийных презентаций, на наш взгляд, значительно повышает степень усвоения учебного материала. Электронный учебник должен иметь современный дизайн и отвечать требованиям к такого рода программам. Прежде всего, это наличие мультимедийных средств, в том числе средств анимации, интерактивные средства контроля знаний. В качестве основных требований к электронным учебным продуктам называют следующие: структурированность, дизайн, удобство в использовании [1].

Существует множество определений электронного учебника. Среди них:

1. Учебное издание, которое содержит систематизированное изложение учебной дисциплины либо ее части, соответствует государственному стандарту и учебной программе.
2. Электронное издание, которое частично заменяет или дополняет учебник и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

официально утверждено как данный вид издания.

3. Совокупность графической, текстовой, цифровой, языковой и иной информации. Может быть выполнено на каком-либо электронном носителе, а также опубликовано в электронной компьютерной сети и др.

При выборе средств создания электронного учебника учитывают наличие определенных аппаратных средств; сертифицированных программных систем; специалистов необходимого уровня; ограничения и объем памяти и др.

Основные этапы разработки электронного учебника:

- 1) анализ проблемы;
- 2) выбор источников;
- 3) разработка содержания и перечня понятий;
- 4) распределение текста по разделам (модулям);
- 5) реализация текста в электронной форме;
- 6) разработка компьютерной поддержки;
- 7) отбор материала для мультимедийной реализации;
- 8) реализация звукового сопровождения;
- 9) подготовка материала для визуализации;
- 10) визуализация материала.

Для создания электронных учебников с использованием гипермедиа и мультимедиа отдельные авторы рекомендуют выбирать программу-редактор, которая используется для создания страниц мультимедиа- и гипермедиа-средств.

Среди инструментальных сред – Macromedia Director або Authoware Professional, FrontPage, mPower 4.0, HyperStudio 4.0 i Web Workshop Pro. SunRav BookOffice – пакет программ для создания и просмотра электронных книг и учебников.

Таким образом, можно утверждать, что электронные учебники значительно повышают качество зрительного и слухового восприятия, дают возможность наглядно-образной интерпретации свойств не только реальных объектов, но и научных закономерностей, теорий и понятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Полат Е. С. Общие требования к электронному учебнику, созданному на базе Интернет-технологий [Электронный ресурс] / Е. С. Полат, А. Е. Петров. – Режим доступа : <http://www.ioso.ru/distant/library/publication/5.htm>.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ
В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

УДК 005.8:7.05

*А. Ю. Борзенко-Мирошниченко,
г. Луганск*

ЦЕЛЕВОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ
КУЛЬТУРНО-НОВОСТНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА
ГОРОДА ЛУГАНСКА

На фазе инициализации проекта для принятия окончательного решения о целесообразности инвестирования и дальнейшей разработки проекта заказчику и инвестору необходима дополнительная информация, которая отражает причинно-следственные связи между продуктом проекта, использование которого позволит достичь ожидаемого результата. А ожидаемый результат, в свою очередь, позволит решить одну из проблем стратегического развития организации. Для получения такой информации разрабатывается документ «Логическая матрица проекта».

Логическая матрица проекта – документ, который позволяет проследить вышеперечисленные причинно-следственные связи для принятия решения о целесообразности финансирования конкретного проекта [3; 4].

Для описания целей проекта в виде логической матрицы применяется специальная форма представления информации, которая содержит следующие ключевые структурные элементы:

- виды целей: глобальная цель, специфическая цель, ожидаемые продукты, действия;
- характеристика целей: описание цели, объективно измеряемые показатели, источники и методы проверки, допущения.

Огромные и непрерывно растущие масштабы рынка информационных ресурсов создают для потребителя проблему эффективного поиска необходимой информации.

В предыдущих исследованиях было выполнено сравнение трех альтернатив решения данной проблемы. Полученная оценка подтвердила целесообразность создания культурно-новостного ресурса города Луганска политематического характера, с наличием полноценного тематического каталога по ресурсу классификации и правилам отбора [2].

Описывая цели проекта создания культурно-новостного информационного ресурса города Луганска, следует выделить такие:

- глобальная цель – развитие и обеспечение сферы культурно-новостного информирования г. Луганск и области;
- специфическая цель – совершенствование информационных ресурсов, освещающих новости культуры г. Луганска и области;
- ожидаемые продукты – культурно-новостной политематический информационный ресурс;
- действия – регистрация ресурса, создание сайта, поиск партнеров, презентация и продвижение ресурса.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Цели функционирования культурно-новостного информационного ресурса включают:

- размещение информации о новых возможностях организаций Луганска о предоставлении культурных услуг и услуг отдыха жителям и гостям города, а также создание комфортной среды для социальной и профессиональной самореализации граждан;

- демонстрация развития и событий (новости, праздники, вечеринки и т. п.) в мире культуры (искусства, литературы, живописи, музыки, отдыха, развлечений, веб-сайтов, интернет-технологий, блогов и т. п.);

- разработка дополнительных мер, направленных на внедрение инновационных медицинских технологий, методов диагностики, увеличение спектра предоставляемых услуг и реализованных услуг в сфере культуры;

- оценка ресурсов и внутренних резервов г. Луганска в осуществлении преобразований в сфере культуры;

- содействие руководителям городских и областных предприятий и организаций в распространении успешных примеров ведения бизнеса, актуализация информации о наиболее конкурентных предложениях предприятий и организаций в сфере реализации перспективных социальных проектов;

- освещение вопросов расширения электронного взаимодействия между организациями, предоставляющими услуги в сфере культуры.

Таким образом, выделенные цели дают возможность сформировать круг основных заинтересованных сторон проекта:

- потребители – жители и гости г. Луганска;

- заказчик – государственная служба информации г. Луганска;

- бизнес – государственные и частные организации социокультурной сферы деятельности, предоставляющие различные услуги;

- государство – государственная служба информации г. Луганска.

Вопросы финансирования данного проекта находятся на стадии разработки.

Обобщим информацию взаимосвязи целей проекта в виде логической матрицы, представленной в табличной форме (табл. 1).

Таблица 1

Логическая матрица проекта создания культурно-новостного информационного ресурса г. Луганска

<i>Структура проекта</i>	<i>Логика заполнения</i>	<i>Объективно измеряемые показатели</i>	<i>Источники и методы проверки</i>	<i>Допущения</i>
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Глобальная цель	Развитие и обеспечение сферы культурно-новостного информирования г. Луганска и области	Объем получаемой актуальной и полезной информации благодаря культурно-новостному сайту – не менее 70%	Статистические данные	

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Специфическая цель	Совершенствование информационных ресурсов, освещающих новости культуры г.Луганска и области	Количество тем на одном сайте – не менее 10. Посещаемость сайта, в т. ч. участие в форуме – не менее 5 тыс. чел. в день	Статистические данные	Благоприятная обстановка в г. Луганске, обеспечивающая постоянный интерес и спрос на актуальную информацию и услуги в сфере культуры, медицины, спорта и т. д.
Ожидаемые продукты	Культурно-новостной политематический информационный ресурс	Создан личный кабинет для посетителей. Организована подписка на рассылку новостей. Размещен календарь публикаций новостей и статей. Создан и введен многоуровневый форум. Разработан сбор статистики посещения и анализ поведения на сайте	Работающий онлайн сайт	Наличие бесперебойной работы интернет-ресурсов, энергоснабжения
Действия	1. Регистрация ресурса	Регистрация информационного ресурса	План проекта, система управления проектом, акты передачи работ	Своевременное финансирование, квалифицированные кадры, надежные поставщики, партнеры
	2. Создание сайта	Разработка концепции, дизайна, размещение на хостинге, наполнение контента		
	3. Поиск партнеров	Информационная компания, переговоры, заключение договоров		
	4. Презентация и продвижение ресурса	Запуск ресурса, проведение рекламной компании, анализ деятельности, оптимизация		
Стабильная экономическая и политическая ситуация				

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таким образом, формализованные цели проекта в виде логической матрицы практически завершают детализацию идеи проекта и необходимы для разработки устава проекта, а также планирования проекта с использованием инструментов различных процессов и отраслей знаний проекта, представленных в руководстве [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). – Fifth Edition. – 5-th ed. – Project Management Institute, Inc., 2013. – 586 с.
2. Борзенко-Мирошниченко А. Ю. Альтернативы культурно-новостного информирования жителей города Луганска [Электронный ресурс] / А. Ю. Борзенко-Мирошниченко // Электронное информационное пространство для науки, образования, культуры : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. – Орел : Изд-во Орлов. гос. ин-та культуры, 2016. – Режим доступа : <http://ogiik.forum24.ru/?1-3-0-00000043-000-0-0-1480861030>.
3. Рач В. А. Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку : навч. посібник / В. А. Рач, О. В. Россошанська, О. М. Медведєва ; за ред. В. А. Рача. – К. : К.І.С., 2010. – 276 с.
4. Фролов Ю. В. Эффективные технологии экономического выбора / Ю. В. Фролов. – М. : МГПУ, 2001. – 294 с.

УДК 316.334;304.3

*Л. А. Дейнека, Т. Ю. Богучарскова,
г. Луганск*

ПРОЕКТНЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Современная динамика социокультурных процессов отличается интеграцией самых различных форм инициирования культурной активности населения, среди которых важное место занимает организованный туризм, сочетающий в себе возможность удовлетворения разнообразных досуговых запросов и инкультурации его участников через актуализацию исторической памяти, расширение культурного кругозора, формирование гуманистического мышления и мировоззрения.

В любом виде туризма можно выделить не только коммерческое начало, но и социальную сторону, где главным объектом является человек и удовлетворение его потребностей в отдыхе, в поддержании и восстановлении сил и здоровья, в развитии духовном и физическом. Увеличивается роль туризма в рациональном использовании свободного времени, организации отдыха. Большое значение имеют его познавательная и воспитательная функции. Все это говорит о том, что туризм как отрасль рыночной экономики должен иметь социальную направленность. А рынок туристских услуг должен быть социально ориентированным. В этом смысле туризм в целом можно назвать социальным туризмом.

Вместе с тем выделяется и социальный туризм в узком смысле слова как разновидность туризма. Социальный туризм в узком понимании – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т. д.), расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предназначенных для социальных нужд. В целом социальный туризм рассматривается как экономическая категория, и в большинстве законов различных государств этот вид туризма причисляется к приоритетным. Российский закон дает социальному туризму третью степень приоритета после внутреннего и въездного направлений туризма.

Главная особенность социального туризма – забота о малообеспеченных людях с учетом их возраста, здоровья, социального положения. Это реальное воплощение обязанности общества предоставить своим гражданам эффективные и не ущемляющие их достоинства возможности доступа к туризму.

Главная цель социального туризма – создание условий для путешествий пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда, школьникам, молодежи и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные организации оказывают социальную поддержку [3].

Социальный туризм был чрезвычайно развит в бывшем Советском Союзе, занимая не менее 80% туристического оборота. Распределением льготных путевок занимались профсоюзы, как правило, покрывая не менее 70% их стоимости.

Во многих странах мира социальный туризм общедоступен, несмотря на его дешевый суммарный приток, так как он способствует увеличению занятости населения, привлечению инвестиций в туризм и налоговым поступлениям в казну государства. Высокий спрос существует, так как он приемлем по цене, общедоступен и быстро окупается. Это устраивает и государство, и граждан.

К примеру, в Германии существует инфраструктура христианских отелей, где обслуживаются нуждающиеся, инвалиды, престарелые. В целях развития культурно-познавательного туризма в местах досуга (музеи, театры и т. п.) имеются кресла-коляски, которыми могут воспользоваться инвалиды. Затраты на обслуживание и сервис покрываются финансированием из специальных фондов.

В Финляндии находится целая цепочка малых фирм (регион Порвоо), которые предлагают услуги по организации водного туризма для инвалидов на специализированных прогулочных судах, куда могут подняться люди в инвалидных креслах [6].

Во Франции большое распространение получила одна из форм социального туризма – сельский туризм. Ассоциация социального туризма обладает объектами отдыха, предлагая их за небольшую плату своим членам кредитного кооператива (пайщикам). Такой недорогой отдых на природе востребован круглогодично.

В Австрии наиболее хорошо развивается спортивно-развлекательный туризм. Тироле (горный курорт) входит в число самых приспособленных для инвалидных колясок районов Европы. Люди, пользующиеся специальными средствами передвижения, имеют возможность беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать достопримечательности, подниматься на горные высоты и даже заниматься на базах отдыха доступными для них активными видами спорта [7].

Основными источниками средств для оказания целевой помощи наиболее уязвимым слоям населения (в РФ насчитывается около 35 млн пенсионеров и инвалидов) являются федеральный и местный бюджеты. Посредством бюджетного финансирования пока невозможно решить вопрос возрождения и развития социального туризма в России. Необходимо учесть: бюджетных средств на возрождение социального туризма недостаточно.

Развитие социального туризма (в узком смысле) в сложившейся экономической

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ситуации весьма актуально, так как оплатить полностью стоимость туристических услуг большая часть населения не в состоянии. По оценкам многих экспертов, в Российской Федерации располагаемые доходы населения продолжают сокращаться в реальном выражении. Так, за первые восемь месяцев 2016 года они сократились на 5,8%. В результате продолжающейся бюджетной консолидации низкий темп роста заработной платы наблюдался в государственном секторе: в сфере государственного управления номинальная заработная плата выросла только на 2%, а в образовании и здравоохранении на 4 и 5% соответственно, что намного ниже среднего уровня инфляции (8%). В начале года пенсии были проиндексированы всего на 4%, и поэтому в период с января по август 2016 года они сократились в реальном выражении на 3,7%. Сильнее других пострадали социально уязвимые пенсионеры, относящиеся к 40% населения с наименьшими доходами. Уровень бедности в 2016 году составил 14,6%.

Приходится признать, что на сегодняшний день внятной программы развития социального туризма в России не существует: ни на бумаге в виде документа стратегического характера, ни на деле в качестве работающего механизма оказания льготных туристических услуг пенсионерам, инвалидам и детям.

С этой целью следует разработать и осуществить конкретные меры: определение социально-туристской политики, создание надлежащей инфраструктуры, обеспечение систем поддержки малообеспеченных слоев населения, подготовку кадров, информационную работу и т. д.

В современной России развитие социального туризма возможно пока только через государственное регулирование, когда во главу угла поставлена общедоступность туризма внутри страны. Необходимы не просто идея и желание развивать социальный туризм, а своего рода бизнес-план этой деятельности, под который впоследствии легче будет привлечь как бюджетное, так и внебюджетное финансирование. Важно подчеркнуть, что социальный туризм – это не только помощь слабозащищенным в социальном отношении гражданам, группам населения, но и некоторый вклад в развитие и продвижение территорий. Это и рабочие места, и доходы отелей, кафе, сувенирных лавок, музеев, церквей, такси и т. д.

Процессы, происходящие сегодня в российском обществе, подтверждают актуальность данного направления и указывают на необходимость дальнейшей научной разработки и теоретической основы для изучения феномена социального туризма. Своевременное конкретное решение этой проблемы на местном и федеральном уровне может способствовать стабильному развитию российского общества.

Целесообразность принятия государственных и муниципальных целевых программ и проектов определяется соответствующими нуждами органов государственной власти и органов местного самоуправления в решении конкретных социальных задач. В настоящий период времени появились комплексные проекты, которые реализуются в социально-экономической, культурно-политической, духовно-бытовой, туристско-оздоровительной сферах.

Интерес к использованию методов проектирования в социально-культурной сфере возникает в конце 1950-х гг. Социальное проектирование в отличие от других видов проектирования обязательно должно осуществляться с учетом субъективных факторов. При этом в основание социального проектирования должны быть заложены следующие параметры: противоречивость социального объекта, многофакторность и многовекторность

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

развития социального объекта, невозможность описания социального объекта конечным числом терминов, наличие множества субъективных составляющих объекта и субъективность формирования социального ожидания и прогноза.

Преимущество технологии проектирования по сравнению с другими методами целенаправленных социокультурных изменений заключается в том, что она сочетает в себе нормативный и диагностический подходы, характерные для программирования и планирования [5]. Еще в 1970-е гг. предпочитали писать о социальном планировании, программировании, нововведениях. Но появление класса новых сложных задач в сфере экономики, культуры, в градостроительстве среди прочих типов социально-инженерной деятельности выделило социальное проектирование. Импульс для этого дало широчайшее применение проектов в коммерческой сфере, где этот путь показал свою бесспорную эффективность в условиях нарастающей конкуренции производителей товаров и услуг. Но в сфере социального туризма проекты были более скромными, менее системными и осуществлялись в известном отрыве теории от практики.

Возможности такой деятельности хорошо проявились в практике многих стран, и сегодня без применения проектных технологий трудно представить себе государственную социальную политику. Число объектов социального проектирования в последние годы заметно увеличилось. К таким объектам относится сфера социального туризма, обладающая спецификой, особенными чертами, имеющая различные, часто очень сложные элементы, блоки, подсистемы, структуру, оригинальные системообразующие факторы. Социальный туризм, как и всякое социальное действие, должно иметь объективные предпосылки, которые делают это действие необходимым и социально значимым.

Социальное проектирование позволяет корректно создавать и реализовать эффективно-качественные и социально ориентированные проекты. К числу актуальных вопросов, требующих конкретных и скорейших решений научно-практического характера в связи с реализацией социальных проектов, следует отнести и проблему построения обратной связи от потребностей практической реализации проектов к их правовому обеспечению.

Так, Федеральной целевой программой развития туризма в Российской Федерации определяются задачи развития социального туризма, в частности, статья 4 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» предусматривает приоритетные направления государственного регулирования туристской деятельности, поддержку и развитие социального туризма [1].

Качественная и количественная оценка реализации социальных проектов, как правило, затруднена, и связано это с тем, что расходы зависят от ассигнований бюджета.

В законопроекте «О социальном туризме» содержатся правовые нормы, которые определяют конкретные основные понятия применения выгодного регулирования в сфере социального туризма для всех слоев общества [2]. Они соответствуют международным нормам и принципам, которые утверждены основополагающими документами Всемирной туристской организации. В проекте Закона РФ «О социальном туризме» заложена правовая основа для воссоздания в России общедоступного, социально ориентированного туризма.

Социальное проектирование как научная проблема и система социальных технологий стало актуально в 20 – 30-х годах XX века. В данный период складывалась идеология проектирования новых общественно важных отношений – формирование новой «социальной культуры» человека, что на сегодняшний день можно отнести к социальным процессам.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С середины 60-х годов прошлого столетия вопрос о социальном проектировании впервые рассмотрели с разных точек зрения, в частности как социальный институт. Социальное проектирование определяло пути решения разного рода социальных проблем.

С конца 70-х – начала 80-х годов прошлого века социальное проектирование переплетается с нормативным прогнозированием, планированием и программированием. В научных работах того времени выделяется необходимость применения в социальном проектировании знаний социальных наук, философии с целью разработки принципов и критериев в социальной сфере.

В конце 80-х годов выходят работы, посвященные вопросам практической деятельности социального проектирования. Новым направлением становится выявление перспективных проблем, возможность альтернативных путей развития и оптимальность принятия решений.

С 90-х годов и по сегодняшний день подход к социальному проектированию не сводится только к социальному планированию с использованием программно-целевых методов. Проектируя, социальный проектировщик создает совершенно новый объект с усовершенствованным качеством социальной жизни.

Главными целевыми ориентирами социокультурного проектирования являются [4]:

- создание условий для развития социокультурного субъекта (личности, общности, общества в целом), самореализации человека в основных сферах его жизнедеятельности путем оптимизации его связей с социокультурной средой;
- разрешение или минимизация проблем, характеризующих неблагоприятные обстоятельства жизнедеятельности человека;
- активизация совместной деятельности людей по поддержанию культурной среды в пригодном для жизни состоянии, ее конструктивному изменению собственными усилиями;
- обеспечение благоприятных условий для саморазвития культурной жизни посредством стимулирования механизмов самоорганизации, осмысленного сочетания и поддержки исторически сформировавшихся и новых социокультурных технологий, элементов, явлений.

Недостаток социального проектирования состоит в том, что проектировщик не всегда учитывает требования и видение других вероятных участников данного процесса. В результате этого существует лишь прогнозирование возможности реализации социальных проектов, где сам процесс исполнения проекта отодвигается на будущее.

Тщательный подход к методу социального проектирования в туризме позволяет создать действующую модель, которая в дальнейшем может тиражироваться на разных уровнях регионов и муниципальных образований.

Мировой опыт показывает: благодаря заинтересованности и поддержке государства в социальном туризме население удовлетворяет свои потребности в отдыхе, а казна государства пополняет свой бюджет. Экономическому и выгодному развитию социального туризма способствует не только наличие отдельных инфраструктурных элементов, а социально-правовая система, обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ (ред. от 30.07.2010) «Об основах

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

туристской деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 2 декабря 1996 года. – № 49. – Ст. 5491.

2. Проект Федерального закона № 99802317-2 «О социальном туризме» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 11.06.1999) [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

<https://www.lawmix.ru/lawprojects/74631/>

3. Кабиров И. С. Специфика развития социального туризма в Российской Федерации / И. С. Кабиров // Актуальные проблемы экономики и права. – 2013. – № 1. – С. 79 – 83.

4. Каримова Д. Ю. Развитие социального туризма как нового подхода в интеграции общества / Д. Ю. Каримова, Б. М. Каримов // Туризм: право и экономика. – 2012. – № 1. – С. 2 – 5.

5. Кирова М. С. Социально-культурные предпосылки проектной деятельности в сфере организованного туризма / М. С. Кирова // Соц. политика и социология. – М. : Изд-во РГСУ, 2008. – № 2. – С. 177 – 186.

6. Коростылев Н. В. Туризм в Финляндии [Электронный ресурс] / Н. В. Коростылев. – Режим доступа :

<http://www.kauppatie.com>

7. Ульянов М. А. Социальный туризм [Электронный ресурс] / М. А. Ульянов. – Режим доступа :

<http://www.alltravels.com.ua>

УДК 621.3

*Л. А. Дейнека, П. Е. Клеймёнов,
г. Луганск*

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ КОМАНДЫ РЕКОНСТРУКЦИИ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ

За последние годы возник ряд острых проблем и актуальных вопросов, важнейшим из которых остается обеспечение энергонезависимости региона, что в условиях дефицита электроэнергии – основного элемента инженерной инфраструктуры – оказывает прямое влияние на социальную атмосферу, жизненный и культурный уровень граждан.

Решение проблемы энергодефицита, в особенности с использованием альтернативных источников электроснабжения, возможно только в слаженной команде профессионалов, обладающих достаточным багажом знаний и опытом, что в свою очередь заставляет обращать большее внимания на долгосрочные аспекты кадровой политики, формирование новых, более углубленных решений управления. Остаются нерешенными задачи выбора направлений формирования эффективных команд реконструкции систем электроснабжения.

Команда реконструкции систем электроснабжения – это, прежде всего, команда специалистов в разных сферах деятельности, объединенных общими целями и задачами. От грамотного разделения обязанностей между всеми участниками команды и её руководителем, являющимся неотъемлемой частью команды и важным звеном реализации проекта реконструкции систем электроснабжения, а также от того, насколько успешно сформирована команда реконструкции систем электроснабжения и насколько продуктивно каждый участник команды выполняет свои функциональные задачи, зависит конечный результат. В компетенцию команды входят области знаний в таких сферах, как электрические сети и машины, релейная защита и автоматика, геодезия. В круг задач команды входит [5]:

- сбор и подготовка информации по объекту реконструкции;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- осуществление рабочих выездов на объект реконструкции для проведения комплекса необходимых измерений, принятия технических решений, выноса трассы проектируемой линии электропередач на местность;
- разработка технической, организационной и сметной части проекта;
- согласование разработанных технических и экономических решений со всеми заинтересованными организациями и участниками проекта, будь то городские службы или конечный потребитель;
- выбор специализированной организации (подрядчика) для производства строительно-монтажных работ с параллельным ведением авторского надзора за ходом строительства;
- проведение комплекса мер пусконаладочных работ, подготовка актов испытаний, сдача объекта в эксплуатацию.

Роль и задачи руководителя команды более обширны и включают в себя, помимо грамотного менеджмента и организационной работы в коллективе на ранней стадии формирования команды, также и роль руководителя и главного инженера реализуемого проекта реконструкции систем электроснабжения до момента сдачи объекта реконструкции в эксплуатацию.

Решение указанных выше задач является одним из важнейших показателей составляющих успеха энергопоставляющего предприятия и важнейшими факторами его конкурентоспособности на рынке электроэнергии. В связи с этим исследование подходов к формированию команды реконструкции систем электроснабжения и исследование разработок, облегчающих внедрение выбранных путей управления персоналом в деятельность региональных энергокомпаний, представляется своевременным и актуальным.

Современное состояние исследования проблем управления и формирования эффективных команд реконструкции систем электроснабжения можно охарактеризовать как процесс интеграции воедино методов и подходов различных разделов управленческой науки – стратегического планирования, менеджмента, маркетинга, организации производства, антикризисного управления, теории организации, организационного проектирования, управления персоналом, управления проектами, бизнес-инжиниринга и др., что способствует выработке оптимальных управленческих решений для динамичного и эффективного перехода предприятия в новое, более совершенное состояние.

Недостаточная разработанность теоретических основ, проблем классификации видов и формирования организационно-методических аспектов формирования эффективных команд реконструкции систем электроснабжения для обеспечения эффективного развития социальной культурной и финансовой среды региона в условиях дефицита электроэнергии, наличие нерешенных и дискуссионных вопросов в данной области предопределили выбор темы, цели, задачи и содержание исследования.

Важным элементом устойчивости любого предприятия, его стабильной работы и дальнейшего развития является создание условий для формирования команды с единой корпоративной этикой, культурой, эффективной системой мотивации, что в свою очередь достигается грамотной кадровой политикой. Потери организации от ошибочных решений при подборе кадров, особенно когда речь идет о руководящих кадрах либо узкопрофильных специалистах, слишком дорого обходятся организации. Традиционно поиск и отбор

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

персонала воспринимается как функция кадровых служб, однако участие в этом процессе руководителей, заинтересованных в эффективном кадровом составе своих подразделений, гарантирует достижение поставленных целей.

Следует отметить ключевую роль вопросов коммуникативности, лидерства руководителя команды реконструкции систем электроснабжения, а также его способность мотивировать подчиненных, являющихся в большинстве своем творческими людьми. При подборе персонала в проекте реконструкции систем электроснабжения требуется креативность, нестандартность мышления и вместе с тем соблюдение этических норм, понимание обозначенных ценностей.

Необходимо понимать, что работы по реконструкции систем электроснабжения базируются на процессе творческой разработки продукта, на старте которой (как правило) видение продукта является недостаточно четким. Поэтому в ходе реализации проекта реконструкции спецификой управления командой является повышение требований к контролю результатов работы членов команды с установленными вехами, актуализация требований к процессу развития творческого потенциала команды проекта реконструкции систем электроснабжения, внимательное отношение к использованию инструментов нематериальной мотивации, использование ненормированного рабочего дня и т. д. [2].

Серьезной проблемой в проекте реконструкции систем электроснабжения является отсутствие у руководителя команды навыков самостоятельного принятия решений по формированию и развитию этой команды для наиболее эффективной работы в конкретном проекте (в уникальных условиях реализации этого проекта). Для развития таких навыков руководитель должен самостоятельно выделить факторы влияния его проекта реконструкции на формирование требований к команде этого проекта, смоделировать решение по подбору команды и выбора инструментов управления этой командой в условиях конкретного проекта реконструкции систем электроснабжения.

Следует отметить, что в большинстве случаев стратегия управления командой проекта реконструкции, успешно примененная для определенного набора членов команды и органично подкрепленная достижениями поставленных целей проекта в определенной области и в определенной среде, не гарантирует успех в новом проекте с другими условиями реализации.

С учетом этого предлагается использовать методику отбора персонала на основе продуктно-инвайронментального подхода. Продуктно-инвайронментальный подход базируется на определении требований к системе управления командой реконструкции систем электроснабжения на основе таких факторов уникальности проекта реконструкции, как среда реализации проекта, личность каждого члена команды, профессиональная деятельность команды и продукт проекта. Таким образом, использование этого подхода нацелено не на принятие обобщенных рекомендаций по управлению среднестатистическими командами, а именно на принятие решений по эффективному планированию и развитию каждой управленческой команды для условий конкретного проекта.

Соблюдая требования системности, учета уникальности проекта реконструкции и объективизации оценки качества управления командой проекта, можно вывести следующие положения [4]:

– уникальность проекта, разрабатываемого командой реконструкции систем электроснабжения, является результатом системного взаимодействия личностей каждого

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

члена этой команды, организации их профессиональной деятельности, особенностей продукта и среды реализации проекта реконструкции;

– качество формирования команды проекта реконструкции систем электроснабжения определяется пригодностью этой команды к управлению процессом создания запланированного продукта проекта в определенной среде его реализации и является результатом взаимодополнения профессиональных знаний и навыков членов команды, выполняемых ими ролей в команде проекта и их личного взаимодействия;

– профессионально важные качества членов команды, раскрытие потенциала команды и выбор средств развития команды проекта реконструкции должны обеспечивать эффективное командное управление процессом создания продукта проекта в условиях определенной среды;

– мотивация члена команды проекта определяется не только предложенными ему стимулами, но и четким пониманием продукта и среды реализации проекта реконструкции систем электроснабжения, а также его профессиональной самореализации в этом проекте;

– оценка действий руководителя по активизации профессиональной деятельности команды проекта реконструкции систем электроснабжения должна учитывать не только качество работы членов команды, но и сохранение их психофизической способности к выполнению такой деятельности на протяжении всего проекта с учетом особенностей реализации проекта.

Вместе с изменением приоритетности ролей в команде проекта специфика продукта проекта влияет и на изменение требований к профессиональным качествам членов этой команды.

Методика подбора команды проекта реконструкции систем электроснабжения с использованием продуктно-инвайронментального подхода предполагает решение следующих задач:

1. Охарактеризовать факторы уникальности проекта реконструкции систем электроснабжения, такие как: а) продукт проекта; б) среда реализации проекта.

2. Проанализировать соответствие корпоративных ценностей исполнительной организации ее стратегическим целям.

3. Определить влияние характеристик продукта и среды реализации выбранного проекта на требования к профессиональной деятельности членов команды реконструкции систем электроснабжения.

4. Сформировать перечень функций команды реконструкции систем электроснабжения и определить приоритетность каждой из этих функций для успеха проекта.

5. Определить необходимые для выполнения каждой функции команды реконструкции систем электроснабжения требования к знаниям, навыкам и способностям членов команды.

6. Разработать профессиональную структуру команды.

7. Определить для выполнения каждой функции команды наиболее важные роли в команде реконструкции систем электроснабжения.

8. Определить итоговую приоритетность каждой из ролей в ролевой структуре команды реконструкции систем электроснабжения.

9. Сформировать перечень профессионально важных качеств для каждой роли в команде реконструкции систем электроснабжения.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

10. Спланировать процедуры оценивания отдельных блоков знаний, навыков и способностей кандидатов в команду проекта реконструкции систем электроснабжения.

11. Проанализировать соответствие профессионально важных качеств каждого кандидата требованиям к выполнению отдельных ролей в команде проекта реконструкции систем электроснабжения, определить наиболее сбалансированную ролевую структуру команды проекта (с учетом приоритетности ролей).

12. Проанализировать соответствие знаний, навыков и профессионально важных качеств каждого кандидата требованиям к работе на отдельных должностях в команде проекта реконструкции систем электроснабжения, определить наиболее сбалансированную профессиональную структуру команды проекта (с учетом приоритетности функций).

13. Графически отобразить ролевую и профессиональную структуру выбранного состава команды проекта реконструкции систем электроснабжения [Там же].

Важную роль при подборе членов команды проекта играет наличие собственной системы оценки компетентности членов команды, которая должна быть адаптирована к процессу подбора персонала. Оценка деловых качеств – это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала (способностей, мотиваций, свойств) требованиям должности или рабочего места [3]. При этом следует отметить, что каждый из элементов компетенции оценивается с позиции наличия знаний и опыта, при этом имеет определенную таксономию оценок, которая изменяется (увеличивается) при повышении сертификационного уровня испытуемого.

Система оценки персонала призвана повысить эффективность не только по его отбору, но и деятельности всех сотрудников. Процесс оценки помогает выявить как индивидуальные проблемы работника, так и общие, характерные для всего коллектива. Деловая оценка является важнейшим этапом процесса отбора кандидатов на вакантные должности [1].

Процесс подготовки и осуществления деловой оценки должен быть технически и организационно проработан. Этот процесс предполагает обязательное выполнение следующих мероприятий:

- разработку методики оценки персонала непосредственно для данной организации;
- создание оценочной комиссии с участием руководителя оцениваемого работника, специалистов разных иерархических уровней, специалистов службы управления персоналом либо специализированных оценочных центров;
- определение времени и места проведения деловой оценки;
- установление процедуры, формы подведения итогов оценивания;
- документационное, информационное и техническое обеспечение процесса деловой оценки;
- консультирование оценщиков со стороны разработчика методики, специалиста по применению методики.

Выделяют несколько этапов деловой оценки: сбор предварительной информации по необобщенной оценке работника со стороны оценщика, обобщение полученной информации, подготовка руководителя (линейного) к оценочной беседе с подчиненным, оцениваемым работником, проведение оценочной беседы и подведение ее результатов, формирование руководителем экспертного заключения по результатам деловой оценки и его представление в экспертную комиссию, принятие решений экспертной комиссией по существу предложений, содержащихся в экспертных заключениях [3].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В процессе оценки необходимо использовать перечень критериев и показателей, позволяющих оценить степень соответствия характеристик претендента предъявляемым к должности требованиям, установленным работодателем.

На основании существующего перечня критериев руководство службы управления персоналом организации отбирает наиболее значимые для конкретной должности или группы работников показатели и оценивает по ним характеристики кандидатов на вакантные должности.

Таким образом, можно сделать вывод, что квалифицированная организационная работа с персоналом в рамках проекта, определение состава участников проекта, их роли, распределение обязанностей, прав и ответственности являются важнейшими факторами успешной реализации проектов реконструкции систем электроснабжения, а использование продуктно-инвайронментального подхода при решении задач, связанных с персоналом в рамках проекта, позволяет определить специфику требований к их формированию и управлению командой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барышникова Е. Оценка персонала методом ассесмент-центра / Е. Барышникова. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 326 с.
2. Сооляттэ А. Ю. Управление проектами в компании: методология, технологии, практика : учебник / А. Ю. Сооляттэ. – М. : МФПУ Синергия, 2012. – 816 с.
3. Петрова Ю. А. 10 критериев оценки персонала / Ю. А. Петрова, Е. Б. Спиридонова. – М. : ИЛ, 2015. – 160 с.
4. Черепаха Г. С. Продуктно-енвайронментальний підхід до управління командою проекту : дис. ... канд. техн. наук : 05.13.22 / Черепаха Галина Сергіївна. – К., 2006. – 177 с.
5. Шибалкин Ю. А. Основы управления поведением персонала предприятия / Ю. А. Шибалкин. – М. : МГИУ, 2014. – 192 с.

УДК 65.011.1

*Г. В. Оленина, А. С. Харина,
г. Барнаул, Российская Федерация*

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

В связи с развитием общества и происходящими в нем переменами человечеству необходимы инструменты управления этими изменениями, и такие инструменты у общества есть в виде программ и проектов. Проекты стали появляться и распространяться в связи с возникновением университетов, развитием науки, а также военного дела, строительства, появлением технических изобретений. Следует отметить, что в то время слово «проект» имело технический или технико-экономический смысл. В гуманитарные науки и практику проектирование пришло и распространилось в последней трети XX века.

Теоретик социально-культурной деятельности Г. В. Оленина определяет социально-культурный проект как комплекс мероприятий, направленных на решение социально-культурной проблемы определенной целевой аудитории или проблемы определенной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

местности, в течение определенного периода времени на основе ресурсного обеспечения и получения качественных результатов, которые можно диагностировать [6], а социально-культурное проектирование как «творческо-конструктивную деятельность, результатом которой является научное и практически обоснованное развитие новых процессов и явлений социально-культурной деятельности» [Там же, с. 117]. В свою очередь, социально-культурная программа – неоднозначное понятие. С одной стороны, это разновидность профессиональной деятельности специалиста социально-культурной деятельности; с другой стороны, это комплексный документ специалистов, управляющих социальным и культурным развитием отдельного учреждения (коллектива в данном учреждении), города, села, региона, межрегиональных территорий, страны [3]. Следовательно, программа является более широким понятием по сравнению с проектом. Сроки реализации программы более продолжительные, чем у проекта, сроки которого более конкретные. Программа может включать в себя несколько проектов. Через социально-культурные программы и проекты наиболее эффективно решаются проблемы, возникающие в обществе.

Методологией разработки социально-культурных программ является теория и методология социально-культурного проектирования. Социально-культурное проектирование в 80-е годы XX в. в России выделилось из социального проектирования. Так, В. И. Курбатов отмечает: «Социальное проектирование – это научно-теоретическая и одновременно предметно-практическая деятельность по созданию проектов развития социальных систем, институтов, социальных объектов, их свойств и отношений с целью улучшения управления социально-экономическими и социально-культурными комплексами» [2, с. 211]. Социальное проектирование разрабатывало инновации и решало проблемы социальной сферы. Но в науке, в теории социально-культурной деятельности ситуация с названиями проектов изменилась. Во-первых, в связи с развитием философии культуры и появлением в науке культурологии в гуманитаристике произошло понимание того, что культура не является придатком социальной сферы, сферы экономики.

Современная социокультурная ситуация ставит в ряд первостепенных проблем изучение культурного пространства с целью его прогнозирования и проектирования. Социально-культурное проектирование занимает особое место в системе специализированных технологий, в силу того что является мировоззренческой и технологической основой целого ряда профессий социально-культурной, социально-педагогической и культурологической направленности. Успешность деятельности специалиста социально-культурной сферы во многом зависит от степени овладения им технологией социально-культурного проектирования, содержание которой составляет компетентный анализ конкретной ситуации, разработка и реализация проектов и программ разного уровня.

В учреждениях социально-культурной сферы происходит процесс расширения социальных связей личности с окружающим миром. Г. В. Оленина отмечает: «Деятельность учреждения социально-культурной сферы, направленная не только на трансляцию специальных социально-ориентирующих знаний, умений, навыков, но и на формирование ценностей, мотивов, необходимых для социокультурной активной деятельности...» [5, с. 190]. Создавая образцы решения конкретных социально значимых проблем, проектирование в социально-культурной сфере обеспечивает научно обоснованные управленческие мероприятия, способствующие эффективному разрешению конкретной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

проблемы. В социально-культурном учреждении разрабатывается модель «должного» в соответствии с наличными ресурсами, проблема соотносится с общим образом ее решения, допуская альтернативные пути и средства достижения цели, задаются обоснованные временные рамки решения проблемы, обусловленные характеристиками проблемной ситуации. Актуальность овладения основами социально-культурного проектирования для специалистов учреждений социально-культурной сферы подчеркивается широкой областью применения для всех профессий социально-культурной направленности [4]. Владение основами проектирования позволяет специалистам более эффективно осуществлять аналитические, организационно-управленческие и консультационно-методические функции в социально-культурной сфере.

Остановимся на теории социально-культурного проектирования. Теоретическими понятиями высокой степени сложности – категориями, необходимыми проектировщику при разработке проекта, являются три таких категории. Это проблематизация, целеполагание и инструментализация [2]. На основе этих категорий В. И. Курбатов предлагает следующую схему формирования проекта (см. табл. 1):

Таблица 1

Концептуальная схема формирования проекта по В. И. Курбатову

Проблематизация	Целеполагание		Инструментализация (методика, техника, технология)		
	Цель	Задачи	План		
Блок 1	Блок 2		Методы, мероприятия, в связи с общим содержанием деятельности	Формы организации исполнителей и целевой аудитории проекта	Средства реализации плана проекта
			Блок 3		
Блок 4 Результат деятельности проектировщика: социально-культурный проект (программа)					

Данная таблица показывает, что первый и второй блоки схемы относятся к методологии и теории проектирования, третий указывает на технологию проектирования и ресурсное обеспечение работ по проекту, четвертый показывает результат усилий проектировщика. Теория проектирования включает систему основных теоретических понятий, относящихся к категориям проблематизации и целеполагания. Эти теоретические понятия должен знать проектировщик любого проекта, в том числе социально-культурного.

Далее рассмотрим методологию проектирования. Методологией проектирования является системный подход. Это общенаучный, универсальный метод, в рамках которого проект рассматривается как система человеческой деятельности вообще и представляет собой конструкцию, структуру определенных блоков и операций. На основе системного подхода проект определяется как совокупность элементов системы, связанной между собой структурно-функциональными связями [1]. Структурной схемой проекта является цепочка элементов системы: проблема – цель – ресурсы – результат. Единство схеме придает главный

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

системообразующий элемент – цель. Системообразующий элемент сохраняет устойчивость всей системы. Процесс целеполагания придает осмысленность существованию человека и удовлетворение человека жизнью, если цель и средства их достижения созидательные, а не разрушительные. Системный подход предполагает рассмотрение каждого системного объекта (в данном случае проекта или программы) как часть метасистемы, то есть системы большей по объему, нежели сам объект. Метасистема влияет на системный объект, создавая специфические условия, причины внешнего порядка, которые либо способствуют существованию и развитию системного объекта, либо в какой-то момент влияют на сбой функционирования этого объекта, порождая трудности. Такие проблемы и призван решить проект.

Остановившись на методологии именно социально-культурного проектирования, следует отметить, что она складывается из методологических характеристик социально-культурной деятельности: социально-культурная деятельность разворачивается в досуговое время человека, т. е. это деятельность досуговая со своим специфическим досуговым поведением людей; социально-культурная деятельность – это деятельность творческая, ориентированная на такой тип творчества, как творчество социальное, художественное, техническое, экологическое, и результатом творческой деятельности является создание культуры и изменение, улучшение самого человека; социально-культурная деятельность характеризуется особыми видами коммуникации и общения на массовых мероприятиях в досуговых группах и коллективах; спецификой коммуникации в социально-культурной деятельности является пиар, реклама и маркетинг (это движущая сила реализации социально-культурного проекта).

Методология проектирования вообще и социально-культурного проектирования в частности показывает, что социально-культурное проектирование важно для развития общества, культуры и человека, так как с помощью социально-культурного проекта улучшается социально-культурная среда, а также деятельность конкретных учреждений социально-культурной сферы; изменяется к лучшему личность самого проектировщика, т. е. повышается его проектная квалификация, самостоятельность и активность, именно потому что проектировщик и его группа увидели и решили проблему с помощью проекта, организовав свои действия логично, системно и обдуманно [2]. Из методологии проектирования вытекают следующие принципы педагогики досуга: интерес, удовольствие (радость), свободный выбор досуговых занятий (добровольность). Методологические положения теории досуга, теории творчества и теории коммуникации и общения в социально-культурной деятельности помогают проектировщику разрабатывать именно социально-культурный, а не технический или бизнес-проект.

Таким образом, теория и методология разработки социально-культурных программ в учреждениях социально-культурной сферы содержит различные термины, называя проекты и программы социальными, социокультурными и, наконец, социально-культурными, а также основные категории (проблематизация, целеполагание, инструментализация); методологией проектирования является системный подход, на основе которого проект определяется как совокупность элементов системы, связанной между собой структурно-функциональными связями, где главный системообразующий элемент – цель. В свою очередь, именно социально-культурное проектирование в учреждениях социально-культурной сферы позволяет удовлетворять культурные запросы населения, предопределяет необходимость в

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

создании тех программ и проектов, которые оптимизируют его культурный, педагогический и развлекательный потенциал с помощью основных и специфических принципов проектирования. Именно социально-культурное проектирование помогает в создании социально-культурных программ в учреждениях социально-культурной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блауберг И. В. Становление и сущность системного подхода : монография / И. В. Блауберг, Э. Г. Юдин. – М. : Наука, 1973. – 271 с.
2. Курбатов В. И. Социальное проектирование : учеб. пособие / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – 416 с.
3. Макеева И. О. Проект, еще проект: проектный подход в планировании деятельности общественных организаций / И. О. Макеева // Б-ка в шк. – 2005. – № 23. – С. 21 – 22.
4. Марков А. П. Основы социокультурного проектирования : учеб. пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. – СПб. : СПбГУП, 1998. – 361 с.
5. Оленина Г. В. Технологии культурно-досуговых программ : технологии информационно-просветительных программ : учеб. пособие / Г. В. Оленина. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2008. – 99 с.
6. Оленина Г. В. Социально-культурное проектирование и продвижение гражданских инициатив молодежи: история, теория, методология, практика : монография / Г. В. Оленина. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2012. – 311 с.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
АДМИНИСТРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
НА ПРЕДПРИЯТИИ**

УДК 658.5:637.52

*В. В. Аронова,
г. Луганск*

**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА
АДМИНИСТРАТИВНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ИЗМЕНЕНИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Для обеспечения достаточного уровня администрирования изменений в системе маркетинга и маркетинговой деятельности необходимо сформировать условия, позволяющие администратору выполнять поставленные перед ним задачи. Одним из ключевых моментов административного управления в целом и администрирования в частности является формирование комплекса информационно-аналитического обеспечения, который должен быть адекватным содержанию сложных проводимых работ административного управления изменений в маркетинговой деятельности.

Элементы, создающие систему маркетинга, которые являются объектом изменений и формируют новые свойства и качества системы маркетинга, можно свести к следующим: системность маркетинговой деятельности, комплекс маркетинга, персонал в области маркетинга, информационная маркетинговая система, организационная структура управления маркетинговой деятельностью, развитость маркетинговых коммуникаций и их культурно-организационный уровень.

Объектом администрирования будут процессы изменений указанных элементов и на их основе процесс изменений в маркетинговой деятельности предприятия.

Природа изменений в маркетинговой деятельности требует специальных подходов к администрированию этого процесса и его информационно-аналитического обеспечения. Для решения этой задачи необходимо определение содержания работ по администрированию, определение требований к комплексу информационно-аналитического обеспечения и формирование заданного комплекса информационно-аналитического обеспечения.

Определение комплексов работ администрирования изменений в маркетинговой деятельности и информационно-аналитическое обеспечение этого процесса является самостоятельным достаточно сложным заданием. Следует отметить, что к решению этого задания можно подходить с позиции разных методов. Одним из вариантов, позволяющим сформировать комплекс, является метод построения графа агрегирования работ и определения потребности в информационно-аналитическом обеспечении. На основе предложенного метода возможно получение списка элементов и взаимодействие этих элементов при администрировании изменений в маркетинговой деятельности на предприятии.

Процесс управления изменениями каждого элемента рассматривается как объект

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

административного управления, который имеет определенный комплекс работ и позволяет определиться с потребностями в информационно-аналитическом обеспечении при администрировании изменений в маркетинговой деятельности. Таким образом, нижний уровень графа определяет потребность в информационно-аналитическом обеспечении администрирования изменений в маркетинговой деятельности предприятия.

Граф строится в несколько уровней:

1-й уровень – объект анализа, в данном случае – система маркетинга предприятия;

2-й уровень – формирование набора элементов и основных видов связей, являющихся объектами развития;

3-й уровень – детализация каждого элемента по внутренним структурным единицам.

Три уровня графа позволяют выйти на список объектов управления изменениями на предприятии. Каждый из выделенных объектов должен иметь конкретный центр ответственности, который отвечает за его развитие с соответствующим набором административно-управленческих задач.

На третьем уровне графа каждый из элементов или объектов изменений декомпозируется на внутренние элементы, которые определяют его структуру и работоспособность. Таким образом, на третьем уровне получается полный список объектов изменений и список объектов администрирования изменений в маркетинговой деятельности.

На четвертом уровне формируется первичный список работ администрирования изменений в маркетинговой деятельности соответствующего объекта с учетом характера его развития по жизненному циклу или параметру.

На пятом уровне первичный список управленческих работ агрегируется в управленческие комплексы, из которых выделяются работы по администрированию данного объекта изменений (третий уровень графа).

Полученный список работ администрирования позволяет их агрегировать в административные комплексы работ (шестой уровень). Агрегация работ управленческих комплексов осуществляется по общности содержания производимых работ относительно объектов администрирования. Это позволяет более четко и упрощенно определиться с требованиями и задачами информационно-аналитического обеспечения выделенных комплексов агрегированных комплексов работ. При этом в случае необходимости комплексы управленческих работ могут формироваться и не для агрегированных комплексов работ, связанных с администрированием.

На седьмом уровне по сформированному списку работ определяются требования и содержание к их информационно-аналитическому обеспечению как к ключевому фактору достаточного уровня качества и результативности администрирования.

Комплекс работ администрирования изменений в маркетинговой деятельности, которая разрабатывается по такой схеме, позволяет достаточно точно и системно определять содержание информационно-аналитического обеспечения изменений системы маркетинга предприятия. Реализация предложенной модели требует оценки и анализа содержания процесса изменений в маркетинговой деятельности, а также определения содержания работ относительно администрирования их развитием.

**ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Предотвращение кризиса предприятия, эффективное его преодоление и ликвидация его негативных последствий обеспечивается в процессе особой системы менеджмента, которая получила название «антикризисного управления предприятием». Предприятие – это обособленное учреждение, которое выполняет одну или несколько различных функций по реализации товаров и услуг. Так существует ли реальная угроза существованию предприятия в виде кризиса? К сожалению, такая угроза существует всегда.

Кризис – это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее существованию. Кризисы являются показателем развития отдельного предприятия, которое может не соответствовать развитию других предприятий или отрасли в целом. Это обусловлено тем, что каждое предприятие имеет сугубо индивидуальное развитие, возможности и средства и подчиняется законам и принципам циклического развития всей социально-экономической системы. Оно имеет собственные циклы и кризисные ситуации. На это влияют различные факторы: внешние и внутренние [1].

В условиях нестабильной политической и экономической ситуации во внешней среде, а также влияния глобальной конкуренции, которая становится все более жесткой, увеличивается количество неэффективных предприятий, которые под воздействием негативных факторов внешней среды становятся неплатежеспособными. Это обуславливает применение методов антикризисного управления, которое необходимо для своевременного выявления и устранения недостатков в финансовой деятельности и поиска ресурсов для улучшения финансового состояния предприятия, восстановления его платежеспособности. При успешной реализации такой управленческой деятельности предприятия могут получать возможность для существования в сложных условиях и дальнейшего развития.

Появление понятия «антикризисное управление» в отечественной практике обусловлено введением правового регулирования деятельности хозяйствующих субъектов, характеризующейся явлениями финансовой несостоятельности (банкротства). В основе антикризисного управления лежат правовые акты, название которых достаточно точно фиксирует специфику антикризисного управления.

В исследование и развитие положений теории антикризисного управления внесли вклад такие ученые, как: М. И. Туган-Барановский, Н. Д. Кондратьев, Дж. Кейнс, А. Г. Грязнова, Л. А. Лигоненко и др. Однако вопрос повышения эффективности антикризисного управления на предприятии, особенно на предприятиях социокультурной сферы, остается открытым и требует исследования.

Антикризисное управление имеет дело с фактами объективной действительности, которые подлежат исследованию. Сами по себе факты ничего не объясняют, они могут лишь подтверждать или опровергать результаты научных выводов. Задача научного исследования заключается не в том, чтобы регистрировать и собирать факты, а в том, чтобы:

- за видимостью явлений раскрыть их сущность;
- понять их внутренние связи;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– познать законы их возникновения и развития с целью использования в дальнейшей практической деятельности.

Стабилизация системы менеджмента предприятий социокультурной сферы с помощью методов антикризисного менеджмента имеет некоторые отличия, требующие уточнения, и обуславливает актуальность данной работы.

Предприятие зависит от внешних факторов, характеризующих состояние экономики, в которой осуществляет свою деятельность предприятие. Изменения в экономике приводят к изменениям и на предприятии. Если экономика находится в состоянии кризиса, то это находит отражение и на предприятии. Однако здесь немаловажную роль играют характер деятельности, масштабы, потенциал предприятия. Оно может вполне успешно противостоять внешним кризисным ситуациям или, в противоположном случае, чутко реагировать на них.

Для каждого отдельного предприятия существует свое соотношение внутренних и внешних факторов кризиса. Похожие по структуре и организации предприятия в кризисной ситуации могут повести себя совершенно по-разному. Одни будут продолжительное время сопротивляться, другие – находиться на грани банкротства, а третьи – извлекать выгоду. В чем причина? Их может быть много: возможный потенциал, стратегия, высокий уровень управления, даже простое стечение обстоятельств. Все это отражает внутренние факторы, которые являются основным оружием в борьбе с внешними.

Но возможна и другая ситуация, когда предприятие входит в кризис при вполне благоприятных внешних факторах. Здесь причинами являются уже внутренние затруднения, такие как деловые конфликты, организационные проблемы, низкий профессиональный уровень сотрудников, ошибки в принятии решений, некачественный маркетинг и мн. др. [2].

Опасность возникновения кризиса в организации существует всегда, поэтому необходимо осуществлять анализ и на его основе постоянный контроль с целью распознавания, прогнозирования и предупреждения кризисных ситуаций.

Для уточнения понимания рынка социальных и культурных услуг рассмотрим существующие определения этой сферы. Так, например, Ю. А. Помпеев дает следующее определение: «Социально-культурная сфера – это составная часть национальной экономики, связанная с выполнением государством его социальных функций в пределах межличностных и товарно-денежных отношений между людьми» [3]. Повышение значения этих отраслей в жизни современного общества приводит к увеличению количества хозяйствующих субъектов, которые их обслуживают. Как и любая система, предприятия социокультурной сферы подвержены влиянию внешней среды, что повышает необходимость применения эффективных методов управления, в том числе и антикризисных. Однако возникает вопрос: все ли методы и технологии антикризисного управления подходят для предприятий социокультурной сферы, или эти методы имеют некоторые различия? Прежде всего, надо понять, что отличает предприятия социокультурной сферы от предприятий других сфер.

Предприятия социокультурной сферы имеют ряд определенных особенностей, как то: высокая оперативность при реагировании на изменения в спросе и существующих на определенный момент времени интересов различных контактных аудиторий; основа деятельности некоммерческая (или сочетание коммерческой и некоммерческой основ); финансирование деятельности осуществляется в основном за счет средств благотворительных фондов, меценатов, инвестиций заинтересованных сторон; нацеленность на повышение культурного и духовного уровня общества. Необходима также всесторонняя развитость менеджеров предприятий

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

социокультурной сферы, которые должны не только ориентироваться в управленческой деятельности, но и разбираться в этнических, культурных и социальных особенностях разных народов.

Антикризисное управление – понятие довольно широкое, а цель работы состоит в изучении анализа системы антикризисного управления и регулирования.

Решение вопросов, связанных с антикризисным управлением, особенно актуально на современном этапе развития экономики в связи с большим числом неплатежеспособных предприятий, на которых уже проводится та или иная судебная процедура банкротства, и с еще большим числом предприятий, которым угрожает такая опасность. Именно для избегания подобных неблагоприятных ситуаций и своевременного распознавания признаков надвигающегося банкротства финансовыми службами предприятия должна проводиться постоянная диагностика его состояния. И в случае обнаружения опасных симптомов руководством предприятия на основе данных финансового анализа разрабатывается антикризисная программа.

Антикризисное управление характеризуется следующими основными принципами:

– ранняя диагностика кризисных явлений. Так как кризис несет угрозу существования системы или организации, потери собственности собственниками, отрицательных социальных последствий, то чем раньше будут обнаружены явления, тем больше запас времени и тем легче их (кризисные явления) нейтрализовать;

– срочность реагирования на кризисные явления. Если явление обнаружено, надо действовать, а не ждать, так как кризисные явления имеют тенденцию разрастаться и углубляться;

– адекватность реагирования на степень реальной угрозы. Антикризисное управление связано с затратами и потерями. Поэтому надо их соразмерять со степенью реальной угрозы со стороны кризисных явлений. Если действие недостаточно сильное, то угрозу не ликвидировать, если слишком сильное, то потери могут быть неоправданными, а то и большими, чем сама угроза;

– комплексность реагирования заключается в том, чтобы задействовать различные внутренние и внешние ресурсы для улучшения ситуации.

Рассматривая методы антикризисного управления с целью обоснования их использования для предприятий социокультурной сферы, надо отметить, что основой классификации этих методов является внутреннее содержание мотивов, которыми руководствуется человек в процессе производственной или иной деятельности. По своему содержанию мотивы деятельности можно разделить на материальные, социальные и мотивы принудительного характера.

Применение правильного метода обеспечивает истинность познания действительности в ее развитии и видоизменении. Применение ошибочного метода снижает вероятность получения достоверного результата, появление которого возможно в качестве редкого исключения.

В соответствии с этим различают следующие методы управления: экономические; социально-психологические; организационные методы управления деятельностью предприятий [3].

Экономические методы действенны для предприятий любой сферы, поскольку в современных сложных условиях работникам нужна определенная финансовая стабильность. Но нельзя стимулировать работников только материально, в этом случае они не смогут понять

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

главную цель деятельности предприятия, которая заключается в повышении культурного уровня населения. Поэтому целесообразно сочетание экономических методов с социально-психологическими, которые заключаются в формировании системы ценностных ориентаций, влиянии таких факторов, как содержательность и творческий характер труда, общественное признание, моральное поощрение и др.

Организационные методы должны носить ситуационный характер, ведь нужно четкое распределение полномочий и контроль за деятельностью работников. Но творческая направленность предприятий социокультурной сферы приводит также некоторые особенности деятельности, например, такие, как поддержка проявления инициативы, возможность существования «плавающего» графика работы, использование различных условий при разработке определенных творческих мероприятий и т. п. [4].

Кроме того, нужно отметить правовые методы регулирования деятельности предприятий социокультурной сферы. В этом случае возникают определенные трудности. Если существует стандарт по аренде помещения, доставке еды и напитков, то проведение фестивалей, концертов, спектаклей не имеет определенной регламентации. Это особенно актуально при планировании антикризисных мер, поскольку существует множество рисков, которые носят ситуационный характер и находятся вне зоны влияния менеджеров предприятия (например, погодные условия, болезни, изменения цен поставщиков и т. д.). Поэтому нужно учитывать целый ряд деталей при составлении договора во избежание конфликтных ситуаций и для снижения рисков потери платежеспособности.

Существует множество методов, применяемых в условиях потери предприятием платежеспособности, но для стабилизации системы предприятия социокультурной сферы возможно применение следующих методов: метод «оптимальной отчетности»; метод «ручного управления»; метод «сокращения расходов»; метод «сжатия во времени»; метод «ва-банк» [5].

Метод «оптимальной отчетности» должен быть на любом предприятии, он позволяет руководителю следить за состоянием работы подразделений и каждого работника в отдельности при условии предоставления работникам свободы для творческой реализации без децентрализации управления. Руководитель осуществляет контроль за деятельностью предприятия с целью исправления ситуации, при необходимости, в начальном состоянии.

Умение вмешаться и должным образом направить работника составляет сущность метода «ручного управления».

Целесообразно также использовать метод «сжатия во времени», который позволяет отслеживать показатели работы предприятия за небольшие периоды времени.

Метод «сокращения расходов» имеет ситуационный характер, когда речь идет о предприятиях социокультурной сферы. Это зависит от услуги, которую оно оказывает, и масштабов мероприятия. Например, если речь идет о концерте известного исполнителя, существуют определенные требования, которые прописаны в контракте и на выполнении которых можно сэкономить. Но если речь идет о начинающем исполнителе, можно организовать событие в небольшом городе, значительно сокращая расходы. Метод «ва-банк» означает необходимость поиска заемных средств, которые могли бы профинансировать многие аспекты организации мероприятия, что особенно актуально в условиях финансирования предприятий социокультурной сферы за счет благотворительных фондов, меценатов, государства и других заинтересованных сторон.

Таким образом, применение указанных методов антикризисного управления, которые

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

учитывают специфику деятельности предприятий социокультурной сферы, повышает шансы на стабилизацию системы управления, восстановление платежеспособности и избежание банкротства таких предприятий в кризисных условиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антикризисное управление : учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / под ред. Э. М. Короткова. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 620 с.
2. Антикризисное управление : конспект лекций / Е. А. Бабушкина, О. Ю. Бирюкова, Л. С. Верещагина. – М. : Эксмо, 2008. – 160 с.
3. Помпеев Ю. А. Экономика социально-культурной сферы / Ю. А. Помпеев. – СПб. : СПбГУКИ, 2003. – 96 с.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. – К. : Ц-р учб. л-ри, 2011. – 728 с.
5. Комаха А. Антикризисное и внешнее управление / А. Комаха // Антикризисное и внешнее управление. – 2006. – № 2. – С. 59 – 62.

УДК 338.2

*И. В. Махонич, И. Д. Бут,
г. Луганск*

ОСОБЕННОСТИ АДМИНИСТРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Вопросы административного управления были одними из первых, которые стали изучаться и разрабатываться при возникновении менеджмента как науки управления. Следует отметить работы А. Файоля, М. Вебера и В. Тейлора. В дальнейшем административное управление исчезло из поля зрения ученых из-за огромного количества проблем, связанных с управлением предприятиями и организациями.

В американском менеджменте вопросы административного управления получили активное развитие относительно построения государственных органов управления и очень быстро стали позиционироваться как прерогатива государственного управления и организации работы чиновников государственной службы. С такой точки зрения исследуются и достаточно активно разрабатываются вопросы административного управления относительно органов государственного управления как в Украине, так и в России.

Проблемы реализации административного управления в рамках деятельности предприятий и организаций, которые работают на конкретный продукт, как в виде определенной продукции, так и в виде предоставляемых услуг, изучаются эпизодически. Это приводит к отсутствию целостной теории административного управления в условиях хозяйствующего субъекта. Осуществление процесса администрирования происходит на основе эмпирического опыта руководителей или сформированных в организации традиций, что снижает результативность и эффективность работы предприятий и организаций. Этим определяется актуальность разработки вопросов, связанных с административным управлением на предприятиях и в организациях в теоретическом и методическом плане.

Вопросы административного управления находят свое отображение в работах ученых, которые представляют разные школы и направления. Так, в работах русских ученых З. П. Румянцевой, Г. Р. Латфуллина, А. В. Райченко под администрированием понимают

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

строгое распределение, закрепление и выполнение комплекса прав, обязанностей и ответственности аппарата управления на основе систем и процедур жесткого планирования, регламентации и контроля, которое представляет собой организационно-методическую основу формирования и функционирования всех систем и процессов менеджмента [1 – 3].

В последних работах украинских ученых, посвященных данной проблеме, под административным управлением, если рассматривать предприятие как единство системы производства, обеспечения и сбыта, понимают регламентирование деятельности в пределах каждой системы и координирования деятельности всех этих систем как единого целого.

Существует несколько направлений и предположений относительно определения административного управления. Одно из них – это управление на высшем уровне любого предприятия или организации. Высшим уровнем управления при этом считается уровень первого руководителя предприятия (организации) и его заместителей по направлениям деятельности (производство, сбыт, маркетинг, финансы, персонал и т. п.).

По нашему мнению, под административным управлением стоит понимать весь комплекс работ, который выполняется в текущем и оперативном интервале времени, направленного на достижение поставленных целей как всей организации, так и каждого ее члена. Это значит, что в сфере ответственности администратора должны находиться все работы, которые нацелены на получение конкретного результата, определенного планами или распоряжением руководства.

Обобщая опубликованные подходы и взгляды на место и роль административного управления в системе управления предприятием, можно определить, что административное управление следует рассматривать как комплекс управленческих работ, нацеленных на конкретного исполнителя, который определяет его поведение, в соответствии с существующей системой требований и регламентов, направленных на выполнение принятых управленческих решений в оперативном и реальном режиме времени.

Такое же понимание места и роли административного управления трансформируется относительно обеспечения гармоничности выполнения разных видов управленческих работ. Например, это касается разработки и реализации стратегии предприятия, достижения поставленных целей, выполнения производственных заданий, реализации определенных функциональных комплексов работ. Как субъект управления система административного управления реализует процесс администрирования, направленный на обеспечение выполнения каждого из этапов решения управленческих задач, от прогноза и оценки ситуации, которая определяет необходимость принятия решений, до его полной реализации. Как разновидность управленческих работ административное управление является заключительной фазой последнего этапа администрирования выполнения управленческих работ, фазой, на стадии которой обеспечивается полное выполнение всех необходимых действий.

По характеру влияния на управляемые объекты, в том числе при администрировании выполнения работ, система административного управления рассматривается как адресно-ориентированная на конкретного исполнителя. При этом в зависимости от уровня управления исполнителем может быть как предприятие в целом, его структурное подразделение, группа исполнителей, так и отдельный работник. С позиций системного подхода, административное управление можно рассматривать как подсистему системы управления любым объектом, от предприятия в целом до отдельных исполнителей. Системное рассмотрение

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

административного управления допускает выделение его в отдельную подсистему управления предприятием, которая имеет свою структуру.

Административное управление гармонизацией выполнения управленческих работ является разновидностью подсистемы административного управления. При этом структура элементов, которая образует подсистему и их взаимосвязи, носит подобный характер. К основным элементам подсистемы административного управления стоит отнести следующие:

1. Исполнительные лица – администраторы, которые осуществляют действия, связанные с административным управлением.
2. Нормативно-правовая база, которая определяет возможности, зону ответственности и полномочий администраторов.
3. Информационная база, которая обеспечивает администраторов необходимой информацией для осуществления административных влияний.
4. Набор инструментов, с помощью которых готовятся и реализуются административные влияния.
5. Специалисты, штатные или привлекаемые, которые участвуют в подготовке и осуществлении административного влияния.
6. Техническая база, которая используется при выполнении работ, связанных с административным управлением.

Внешней средой для подсистемы административного управления являются другие подсистемы предприятия, как управленческие, так и производственные; элементы внешней среды предприятия, которые определяют статус и возможности администраторов и сложность решаемых задач. Внешние элементы предприятия осуществляют прямое влияние на администраторов высшего уровня и опосредствованное – на администраторов низшего уровня. Элементы подсистемы административного управления связаны между собой в соответствии с их местом и ролью в осуществлении административного влияния.

Нормативно-правовая база в основном нацелена на администратора и только по ряду вопросов на другие элементы. Например, нормативно-правовые условия привлечения специалистов к выполняемым работам, права относительно использования программных продуктов, доступ к информации и др.

Функционирование системы административного управления осуществляется на основе реализации определенных процессов и совокупности действий. В это время для организации и усовершенствования управления каким-либо объектом активно используется процессный подход.

Администрирование как понятие, по сути, отображает именно процесс развития событий во времени, потому процессный подход является одним из основных инструментов при осуществлении администрирования управленческих работ. Это значит, что и административное управление активно должно использовать инструменты процессного подхода.

Процессный подход основывается на рассмотрении управленческих действий как совокупности выполнения взаимозависимых работ и отдельных функций управления. Связь между системным рассмотрением административного управления и процессным подходом заключается в том, что функционирование подсистемы административного управления связано с разработкой и реализацией административного влияния по обеспечению и выполнению принятых решений и достижению поставленных целей, рассматривается как

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

процесс администрирования. Последний в данном случае является собой совокупность определенных действий, операций и работ, которые употребляет администратор и его группа поддержки в процессе достижения поставленных целей и выполнения определенных задач.

Администрирование в этом случае рассматривается как процесс, который развивается во времени, от возникновения проблемы реализации принятого решения до достижения конечного результата. В осуществлении этого процесса участвуют все элементы подсистемы административного управления в соответствии с их назначением.

Комплекс действий, который употребляется элементами подсистемы административного управления с использованием имеющихся между ними связей, позволяет достичь необходимого качества и возможностей осуществления административного влияния. В работах и операциях по административному влиянию участвуют все элементы подсистемы административного управления по мере необходимости.

Другим направлением, которое необходимо учитывать при рассмотрении процесса администрирования, является подход с позиций ситуационного управления. Ситуационное управление допускает рассмотрение управления объектом как совокупностью отдельных дискретных ситуаций, которые складываются под воздействием факторов внешней и внутренней среды. С позиций ситуационного управления, управление предприятием – это не непрерывный взаимозависимый процесс, а процесс взаимодействия отдельных ситуаций, которые развиваются во времени.

Физической моделью процессного подхода может быть «провод», а физической моделью ситуационного подхода может быть «цепь» как совокупность взаимозависимых звеньев. Каждое звено – это отдельная ситуация, которая имеет свои характеристики и конечные цели.

Для организации административного управления ситуационный подход предполагает, что администратор и подсистема административного управления нацелены на достижение отдельных промежуточных результатов, обусловленных ситуацией. Поэтому процесс администрирования с позиций ситуационного управления можно рассматривать как совокупность дискретных действий и задач, которые выполняются администратором и всей подсистемой административного управления. Этим определяется специфика, роль и особенности осуществления административного управления гармонизацией выполнения управленческих работ.

Проведенный анализ места и роли административного управления при администрировании выполнения управленческих работ показывает, что данный вид работ является неотъемлемым элементом функционирования всей системы управления предприятия. Административное управление обеспечивает работоспособность и четкость выполнения всех этапов, связанных с решением управленческих проблем, представляет достаточно сложный управленческий процесс, реализация которого на высоком уровне возможна только на основе системного подхода к его осуществлению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Организационное поведение : учеб. пособие / Г. Р. Латфуллин, О. Н. Громова, А. В. Райченко и др. – М. : Айрис-Пресс, 2002. – 228 с.
2. Райченко А. В. Инструментарий прикладной организации / А. В. Райченко // Актуальные проблемы управления. – 2002. – Вып. 4. – М. : ГУУ, 2002. – С. 46 – 49.
3. Румянцева З. П. Общее управление организацией: принципы и процессы / З. П. Румянцева,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Н. Б. Филинов, Т. Б. Шрамченко. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 288 с.

УДК 005.511

*И. Н. Мирошниченко,
г. Луганск*

АДМИНИСТРИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Уровень эффективности управления коммерческой деятельностью во многом зависит от использования логистических подходов и состояния администрирования выполнения исполнителями своих обязанностей. Администрирование должно обеспечивать тщательность соблюдения установленных процессов по всем логистическим фазам – от заготовительной к распределительной. Управление коммерческой деятельностью в основном охватывает заготовительные и распределительные фазы и тесно взаимодействует с производственной фазой.

Под коммерческой деятельностью следует понимать процесс обеспечения предприятия необходимыми материальными ресурсами, продвижения готовой продукции на рынок и организации товарного обмена с целью извлечения предпринимательской прибыли. Под готовой продукцией подразумеваются законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товар.

Цели коммерции – это цели предприятия, среди которых в настоящее время преобладают цели максимизации прибыли. Достижение данных целей возможно при успешной реализации следующих задач в области коммерческой деятельности: оптимальной загрузки производственных мощностей; заказов потребителей; выбора рациональных каналов закупки ресурсов и распределения товародвижения; минимизации совокупных затрат в хозяйственном цикле товара, включая расходы по послепродажному обслуживанию и потребительскому сервису.

Основные направления коммерции можно объединить в три группы: планирование деятельности; организация деятельности; администрирование деятельности.

К основным задачам администрирования коммерческой деятельности в первую очередь относятся контроль и регулирование. Это предполагает: оценку результатов коммерческой деятельности; контроль за выполнением логистических планов; оперативное регулирование коммерческой деятельности предприятия с учетом влияния внешних и внутренних препятствий; оценку и стимулирование деятельности коммерческого аппарата; статистический, бухгалтерский и оперативный учет коммерческой деятельности.

Результативность и уровень организации коммерческой деятельности на предприятии можно оценить по таким показателям, как: остаток материалов и готовой продукции на складе в пределах нормативов запасов; своевременное обновление продукции с учетом стадий жизненного цикла; способность вовремя удовлетворять потребности покупателей, расходы времени и средств на поставку готовой продукции, то есть уровень логистических процессов в сфере сбыта.

На промышленных предприятиях стран с рыночной экономикой в основном

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

применяются две формы организации управления коммерческой деятельностью, функционирующей на принципах логистики – централизованная и децентрализованная. Каждой из указанных форм может быть присуща сгруппированная или разбросанная служба снабжения и сбыта. При сгруппированной службе все ее подразделения выполняют отдельные функции (снабжение, сбыт, хранение запасов, перевозки и т. д.), находящиеся в ведении одного отдела. Для разбросанной службы характерно рассредоточение линейных подразделений по двум или более отделам.

Централизация в принципе считается целесообразной, если только она не сковывает инициативу подразделений, входящих в предприятие и специализирующихся на выпуске определенных видов продукции. Основные преимущества централизации управления службами коммерческой деятельности заключаются в снижении затрат и создании условий для разработки единой заготовительной, сбытовой и транспортной политики предприятий. В этих условиях главную роль играет администратор, который обеспечивает оперативное управление процессами.

Централизованная форма административного управления коммерческой деятельностью применяется на предприятиях, выпускающих однородную продукцию, и имеет небольшое число подразделений, расположенных в одном регионе. Преимущество децентрализованной форме управления отдается на фирмах с предприятиями, размещенными в разных районах и специализирующимися на выпуске одного или нескольких видов продукции (т. е. на фирмах с диверсифицированным производством). Иногда используется смешанная форма управления. Это предъявляет требования к организации административного управления. Административное управление имеет два блока: межпредметные координации действий; администрирование в пределах конкретного продукта. Она встречается на предприятиях, потребляющих различное сырье и материалы, и вместе с тем имеет большой объем поставок некоторых из них.

Сокращение издержек обращения при централизации материальное – техническое обеспечение достигается за счет того, что она, способствуя укрупнению партий товаров, приобретаемых у поставщиков (то есть при такой организационной форме фирмы могут выходить на рынок крупные оптовые покупатели), делает возможным более широкий выбор последних и создает условия для выгодной контрактации транспорта и получении скидок на товар. При децентрализованной форме организации служб снабжения и сбыта производственные отделы и предприятия фирмы вынуждены делать закупки сравнительно небольшого объема и нести из-за этого существенные транспортные расходы.

Централизация управления коммерческой деятельностью сокращает издержки обращения за счет уменьшения материальных запасов в каждом производственном отделении и предприятии фирмы, снижения затрат на проектирование и эксплуатацию меньшего числа информационно контролируемых систем. В то же время повышается объем административных работ по согласованию действий с другими службами предприятия, создается основа для успешного решения возникающих между ними конфликтов и установления действенного контроля за распределением и потреблением.

Вместе с тем хотелось бы отметить, что централизация административного управления коммерческой деятельностью вызывает определенные сложности. Это, в частности, относится к тем предприятиям, в которых отдельные предприятия и подразделения несут полную ответственность за получение прибыли. Обладая автономией и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

подавшись относительно менее жесткому контролю со стороны руководства фирмы, они опасаются, что централизация в области управления коммерческой деятельностью может привести к ущемлению свободы их выбора.

Для варианта централизованного административного управления со сгруппированными службами типичной является схема, при которой центральная служба – служба управления коммерческой деятельностью несет ответственность за движение материалов внутри предприятий фирмы, за потоки входящего сырья, полуфабрикатов и готовой продукции, отправляемой потребителям, а также за обеспечение производственного процесса всеми необходимыми материалами в нужное время и в необходимых количествах.

При такой организации служба управления материалами подчиняется заместителю директора предприятия и иногда может быть объединена со службой производства и проектирования в общий отдел.

Функциональное подразделение управления коммерческой деятельностью состоит из линейных подразделений, которые занимаются закупкой сырья, оборудования, комплектующих; транспортным обслуживанием предприятий; управлением ресурсами и запасами; обработкой информационных данных и обслуживанием клиентуры фирмы. Эти линейные службы связаны между собой как через руководство, так и напрямую в зависимости от характера решения вопросов (оперативного или долгосрочного).

Служба управления коммерческой деятельностью имеет централизованное управление и непосредственно обеспечивает не только поставку и сбыт продукции, но также планирование и контроль ее производства.

При варианте децентрализованного управления со сгруппированными службами управления коммерческой деятельностью схема ее организации предусматривает отдельную ответственность за снабжение производства и сбыт на каждом предприятии фирмы, специализирующейся на выпуске определенных видов продукции. Эта схема предполагает концентрацию функций управления коммерческой деятельностью в рамках одной службы каждого предприятия, отвечающего за тот или иной вид продукции.

В случаях, когда в концентрации таких функций нет необходимости, применяется децентрализованная форма управления с разбросанной службой управления коммерческой деятельностью.

Система состоит из трех уровней. В непосредственном подчинении высшего руководства фирмы находятся четыре подразделения: фирмы, ведающие финансовыми активами и ценными бумагами, юридической службой, кадровыми вопросами и связями с общественностью.

Эти подразделения отражают функции, возложенные на аппарат управления. Второй уровень управления составляют функциональные подразделения, непосредственно организующие вопросы финансирования производства, исследовательские и опытно-конструкторские разработки, а также весь комплекс вопросов, связанных с выпуском отдельных видов продукции. Третье звено управления находится в непосредственном подчинении этих подразделений и отвечает за исследования рынка и сбытовую политику (маркетинг). Оно связано с подразделением, занимающимся контролем финансовой деятельности и статистическим учетом.

В функции подразделения управления коммерческой деятельностью входит вся технологическая цепочка, включая транспортировку и складирование материалов, а также

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

обслуживание покупателей готовой продукции. Линейная служба подразделения, ведающего контролем за запасами, осуществляет функции планирования производства совместно со службами производственного подразделения. При этом она исходит из наличия номенклатуры запасов на складе предприятия.

Как при централизованной, так и при децентрализованной схеме управления функции службы управления коммерческой деятельностью могут быть объединены с производственными функциями в пределах одного отдела. Возможен и другой вариант объединения функций, при котором службе снабжения и сбыта товаров передается часть производственных функций. Это делается для достижения лучшей координации между отдельными службами фирмы и свидетельствует об определенной степени гибкости применяемых организационных структур.

Выбор конкретной формы организации управления снабжением и сбытом на уровне предприятия в различных отраслях экономики в западных странах, кроме уже отмеченных выше общих причин, зависит также от целого ряда других факторов. Во многом структура организации и управления коммерческой деятельностью связана с направлением потоков продукции, ее многообразием, особенностями поставщиков и потребителей, стратегическими целями фирмы.

УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

УДК 331.07

*В. А. Бугаёв,
г. Луганск*

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

В настоящее время очевидным становится то, что успехи и благополучие любой страны во многом определяются качеством ее человеческого потенциала, уровнем образованности и компетентности специалистов различных сфер деятельности. Современной практикой высшего профессионального образования в сфере культуры и искусства, отличительной для конца XX – начала XXI века, становится компетентностный подход. Высокий уровень компетентности рабочих и специалистов рассматривается сегодня как важнейшее конкурентное преимущество одних государств перед другими.

Вопросы применения компетентностного подхода основательно рассмотрены в работах В. И. Байденко, И. А. Зимней, Ю. Г. Татур и др., исследователей в области образования в сфере культуры и искусства М. А. Ариарского, Н. И. Гендиной, Е. И. Григорьевой, Н. А. Зарубы, Е. Л. Кудриной, Н. Н. Ярошенко и др.

Актуальность компетентностного подхода заключается в том, что образовательный результат «компетентность» соответствует общей цели образования – подготовке специалиста, способного к активной социальной адаптации, самостоятельному жизненному выбору, к мобильности в трудовой деятельности, расширению профессионального образования, к самообразованию и самосовершенствованию длиною в жизнь.

В настоящее время объективно сложилась такая ситуация, когда в реальной практике образования сосуществует множество образовательных моделей, и ни одна из них не применяется в чистом виде, а используется применительно к различным компонентам образовательного процесса, конкретным педагогическим ситуациям. Именно компетентностно-ориентированная модель образования связана со стратегией модернизации образования, обусловленной активным включением в общемировые социально-экономические и социально-культурные процессы.

Компетенции представляют собой сочетание характеристик (относящихся к знанию и его применению, к позициям, навыкам и ответственностям), которые описывают уровень или степень, до которой некоторое лицо способно эти компетенции реализовать.

Внедряется новая парадигмы образования и система образования в сферу культуры и искусства, которую нередко именуют художественным образованием. Художественное образование имеет ряд специфических особенностей, требующих корректного и бережного отношения к сложившимся в течение десятилетий традициям в подготовке кадров. На протяжении нескольких столетий профессиональное художественное образование строилось на основе общечеловеческих, национальных, этносоциальных и личностных ценностей. Они

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

определяют индивидуализацию процесса обучения и воспитания, необходимую для формирования собственного мира культуры творческого человека.

Каждый, кто обучается сегодня в Академии, открывает для себя новый удивительный мир, не только благодаря специфике образовательных программ, но и благодаря тому, что сама Академия, ее коллектив представляют собой поликультурную среду. В ней целенаправленно культивируется дух уважения и любви к другим народам, их обычаям, традициям, миротворчество и толерантность, радость общения, позитивное мышление и психология успешности.

Областью преимущественно творческой, а не ремесленно-репродуктивной деятельности является социокультурная сфера. По схеме, по стандартным методикам и технологиям данный вид деятельности принципиально невозможен. Рассматривается сущностная идея инноваций выдвижения непрерывной, многоуровневой, многопрофильной, многоаспектной профессиональной подготовки как стратегического направления реформирования профессиональной подготовки специалистов социально-культурной сферы.

Культурная реальность современного общества как «общества знаний» убедительно доказывает, что развитие культуры и инновационное развитие экономики – взаимосвязанные процессы, включающие образование.

Время предъявляет новые, отличные от прежних требования к профессионализму работников отрасли. В современной практике востребованы специалисты культуры, в том числе и подготовленные к защите профессиональных интересов отрасли от множества предложений по ее реформированию.

Для решения этих и многих других проблем нужен качественно новый специалист, а именно умелый организатор социально-культурной деятельности, а не просто ее профессиональный исполнитель. В руках этого специалиста культура в условиях современного общества, состоящего из противостояний (экономических, идеологических, политических, национальных), остается единственной интегрирующей силой, которая еще может обеспечить гражданское согласие и стабильность, объединить людей в общих чувствах добра, справедливости, правды, уважения человеческого достоинства.

Сегодня общепризнано, что знание настолько превратилось в предмет колоссальных экономических, политических и культурных интересов, что может определять качественное состояние современного общества. А это предъявляет особые требования к подготовке кадров в данной сфере, определяя образование в сфере культуры и искусства приоритетным направлением современной культурной политики государства, а формирование компетентности – основой личностного развития специалистов.

Компетентностный подход как парадигмы подготовки специалистов социально-культурной сферы позволяет сформулировать базовые компетенции, необходимые в настоящее время специалисту.

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ,
ВЫДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ**

Независимо от формы собственности и направления деятельности предприятия, эффективность его функционирования зависит от организации управления персоналом. Качество выпускаемой продукции и предоставляемых услуг, обслуживание клиентов, развитие компании – эти и другие показатели зависят от сотрудников компании. Чтобы коллектив работал слаженно и результативно, организация управления на предприятии должна быть на высоком уровне.

Управление персоналом – сложная задача, хороший руководитель должен обладать знаниями в сферах планирования, менеджмента, права, психологии, социологии труда и т. д. Деятельность менеджера состоит из следующих компонентов:

1. Гностический – связан со сферой знаний: своего предмета, средств коммуникации, особенностей своей личности и деятельности. Осознание собственных сильных и слабых сторон помогает организовать деятельность и эффективно использовать свои способности.

2. Проектировочный – включает в себя дальние (перспективные) цели деятельности, а также способы и стратегии их достижения. Руководитель должен обладать знаниями и навыками в сфере планирования для достижения поставленных целей.

3. Конструктивный – отражает умение планировать собственную деятельность с учетом ближайших целей. Технология тайм-менеджмента поможет правильно распланировать время на достижение краткосрочных и долгосрочных целей.

4. Коммуникативный – характеризует специфику взаимодействия менеджера со своим окружением. Менеджер обязан найти общий язык с каждым сотрудником, так как согласованность действий коллектива играет важную роль в достижении общих целей.

5. Организаторский – связан с умением организовывать как свою деятельность, так и деятельность всего коллектива [1, с. 41].

В зависимости от собственных способностей и личных качеств, особенностей организации деятельности компании, а также сложившихся отношений в коллективе каждый менеджер выбирает один из стилей управления, то есть характерную манеру поведения:

1. Авторитарный стиль управления.
2. Демократический стиль.
3. Либеральный стиль.

Более подробно особенности каждого стиля руководства рассмотрены в табл. 1 [3, с. 3].

Таблица 1

Особенности стилей руководства

Параметры взаимодействия с подчиненными	Стиль руководства		
	авторитарный	демократический	либеральный
Принятие решений	Решения принимаются	Решения принимаются	Решения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

	единолично	после обсуждения в группе	принимаются сами собой (кем-то в группе) или по указанию руководства
Способ доведения решения	Приказы, распоряжения, команды	Предложения, советы	Просьбы
Отношение к ответственности	Берет всю ответственность на себя или полностью перекладывает на подчиненных	Коллективная ответ- ственность	Снимает с себя всякую ответственность
Отношение к инициа- тиве	Подавляется	Поощряется	Отдается в руки подчиненных
Отношение к квалифицированным кадрам	Стремится задавить	Стремится максимально эффективно их использовать	Отпускает их в «свободное плавание»
Отношение к недостаткам собственных знаний	Недостатков нет «и не может быть по определению»	Постоянно повышает свою квалификацию	Не имеет «большого значения»
Стиль общения	«Держит дистанцию»	Поддерживает дружеское общение	Избегает общения
Характер отношений с подчиненными	В зависимости от на- строения	Манера поведения со всеми как с равными коллегами	Мягкая манера поведения
Отношение к дисци- плине	Жесткая формализованная дисциплины	Сторонник дисциплины «разумной достаточности»	Формально- попустительское отношение
Отношение к моральному воздействию на подчиненных	Неотвратимость наказания – основной метод стимулирования	Необходимо использовать различные методы поощрения и наказания	Безразличное

В каждом из рассмотренных стилей присутствуют недостатки, но чистый стиль управления на практике практически не встречается. Нередко руководители сочетают черты всех стилей управления для создания необходимой атмосферы в коллективе и достижения целей, учитывая при этом специфику деятельности организации, профессиональные навыки и уровень квалификации сотрудников, инициативность работников и их готовность участвовать в процессе принятия решений и т. д.

Выделим принципы управления персоналом, которыми стоит руководствоваться менеджеру во избежание конфликтных ситуаций в коллективе или для решения уже возникших [2, с. 26 – 27]:

1. Системность. Управление персоналом в организации должно охватывать не отдельные категории работников, а весь состав персонала.

2. Демократизация. Демократичность в методах управления и стиле руководства,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

регулярное выявление мнения сотрудников по важнейшим проблемам деятельности организации, внедрение нововведений с согласия персонала организации, повышение информированности работников о результатах и перспективах деятельности организации. Учет пожеланий сотрудников при выборе форм и методов их переподготовки и повышения квалификации.

3. Индивидуализация. Индивидуальное планирование профессионального и должностного роста работников, индивидуальный подход к мотивации труда, персональный подбор состава сотрудников с учетом способностей и индивидуальных особенностей личности, а также психологической совместимости с остальными членами коллектива.

4. Информатизация. Применение современных технических средств для процедур сбора, передачи, обработки, хранения, выдачи информации в целях оперативного принятия обоснованных кадровых решений.

5. Достижение целей, поставленных перед организацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базаров Т. Ю. Управление персоналом : учебник для студ. учреждений сред. проф. образ. / Т. Ю. Базаров. – 8-е изд., стер. – М. : Академия, 2010. – 224 с.
2. Дейнека А. В. Управление персоналом / А. В. Дейнека. – М. : Дашков и К°, 2010. – 292 с.
3. Первякова С. А. Стиль руководства и его влияние на эффективность управленческой деятельности / С. А. Первякова // Среднее профессиональное образование. – 2009. – № 11. – С. 2 – 4.

УДК 331.1

*Н. С. Клименчукова, Е. В. Оноприенко,
г. Луганск*

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В условиях рыночной экономики человеческие ресурсы играют более важную роль, чем материальные, а работа с персоналом становится одной из основных функций эффективного управления предприятием. Для действенного использования имеющихся в распоряжении организации ресурсов необходимо создать эффективную систему мотивации персонала.

Понятие мотивации трактуется как одна из функций управления. Под ним понимается процесс сознательного и целесообразного воздействия на трудовое поведение людей. Наиболее распространенной является система оплаты труда, принятая во времена административно-командной системы хозяйствования. Однако новые рыночные отношения все глубже проникают в общественную жизнь, а с ними должны приходить новый подход к понятию заработной платы, вознаграждения за труд, материального стимулирования высокопроизводительного труда. Мотивационный механизм должен разрабатываться на предприятии таким образом, чтобы в максимальной степени способствовать раскрытию способностей персонала, побуждать сотрудников брать на себя максимальную ответственность за принимаемые решения и приводить к повышению трудовой активности

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

работников [1].

Основными проблемами в процессе реализации механизма стимулирования наемных работников на отечественных предприятиях сегодня являются:

- 1) недостаточная гибкость механизма формирования оплаты труда, его неспособность реагировать на изменения в эффективности и качестве труда отдельного сотрудника;
- 2) отсутствие оценки вообще или необъективная оценка предпринимателем индивидуальных трудовых показателей деятельности наемных работников;
- 3) отсутствие справедливой оплаты труда руководителей и специалистов, необоснованность соотношения в оплате их труда;
- 4) негативное отношение персонала к размеру оплаты их труда и к существующей системе оплаты труда в целом [2].

Таким образом, в рыночной экономике важнейшую роль играют материальные стимулы к труду, а именно размер и своевременная выплата заработной платы. Повышение зарплаты не приводит автоматически к повышению эффективности и производительности труда, хотя задержка выплаты приводит к росту недовольства, напряженности и снижению эффективности труда. Заработная плата состоит из должностного оклада, доплат и премий. С целью преодоления проблемы текучести персонала, вызванной недовольством системой оплаты труда на предприятиях, соблюдаются пропорции, то есть в нормальных условиях расширенного производства сумма дополнительных выплат составляет не более 1/2 заработной платы. Превышение этого показателя приведет к потере мотивирующей функции, а дополнительные денежные поступления станут частью обязательного заработка.

Мы провели анализ системы мотивации труда персонала на примере ООО НПП «АгроЛугань» (г. Луганск). Анализ показал, что на предприятии применяются непродуманные и несовершенные методы экономического стимулирования, так как не создаются отдельные фонды экономического стимулирования, при определении размера оклада и премиальных практически не учитывается дополнительно отработанное персоналом время, что значительно снижает его заинтересованность и производительность. Кроме того, на предприятии слабо применяется многоступенчатая форма оплаты труда, которая могла бы эффективно стимулировать работников в получении более высоких результатов. Мы также обнаружили, что размер заработной платы рабочих по нынешним нормам не является удовлетворительным.

Среди средств морального стимулирования труда, которые применяются на ООО НПП «АгроЛугань», можно назвать: объявление благодарности, размещение фотографии на доске почета, награждение почетной грамотой, признание, улучшение организации рабочего места, стимулирование свободным временем, продвижение по службе, влияние и др. Для более эффективного применения моральных стимулов необходимо: шире использовать различные формы морального поощрения в интересах развития творческой инициативы и активности; наличие положения о статусах морального поощрения и знание его работниками; моральное поощрение подкреплять мерами материального стимулирования, обеспечить правильное взаимодействие материальных и моральных стимулов; о каждом моральном поощрении работника широко информировать трудовой коллектив; вручать награды и сообщать благодарности в торжественной обстановке; поощрять работников вовремя – сразу после достижения определенных успехов в труде;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

развивать новые формы поощрения и устанавливать строгую нравственную ответственность каждого работника за порученное дело; точно придерживаться установленного порядка внесения записей о поощрениях в трудовые книжки работников.

Можем сделать вывод, что в условиях рыночных отношений необходимо увеличить участие работников в распределении прибыли, создать фонды материального поощрения, разработать систему коллективных договоров и соглашений, способных юридически гарантировать защиту прав и интересов населения.

Кроме того, имеет значение уверенность работника в постоянной занятости, потребность в признании и уважении, его интерес к работе. Важное место занимает вопрос обеспеченности работников жильем. Немаловажным является использование социальных мотивов. Каждому сотруднику должны гарантироваться следующие социальные права: оплачиваемый отпуск, оплата больничных листов, страхование жизни, дополнительная пенсия, оплата расходов в случае смерти, выплата единовременного пособия в размере 2-месячного должностного оклада в случае увольнения или сокращения штатов, бесплатная медицинская помощь в случае полученной производственной травмы.

Улучшение результатов управления персоналом становится особенно важным, когда остро стоит вопрос качественной и продуктивной работы ради выживания среди жесткой конкуренции, которую диктует рыночное пространство. Приведенные нами предложения по усовершенствованию системы мотивации труда могут способствовать повышению результативности деятельности отечественных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Денисенко І. А. Мотивація і її вплив на підвищення ефективності використання трудових ресурсів в умовах економічної кризи / І. А. Денисенко, А. Є. Пожидаєв // Агросвіт. – 2011. – № 17/18. – С. 26.
2. Холодов О. А. Мотивация труда в системе внутрихозяйственных экономических отношений / О. А. Холодов // Управление персоналом. – 2009. – № 5. – С. 52 – 56.

УДК 331.101.3

*С. А. Лохматов,
г. Луганск*

ПОВЫШЕНИЕ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ РАБОТНИКОВ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Современное состояние и развитие социокультурной сферы вызывают определенную обеспокоенность в части повышения эффективности ее функционирования. Во многом это связано как с наличием достаточно широкой и разнообразной сети различных по направленности учреждений и организаций культуры, так и с целесообразностью их содержания, которые преимущественно и в большей степени финансируются государством.

Такое положение дел отчасти связано с отсутствием ценностных ориентиров и перспектив деятельности трудовых коллективов социокультурной сферы, их заинтересованности в поиске новых форм и методов работы. Для исправления возникшей ситуации необходимо использовать имеющиеся в каждой организации внутренние резервы,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

связанные, в первую очередь, с повышением трудовой активности ее работников.

Проблема повышения трудовой активности, а также связанные с этим вопросы определения места труда в жизни каждого человека, отношения его к труду являются важнейшими, постоянно исследуемыми и дискуссионными. Существующие в настоящее время подходы по исследованию данной проблемы, изложенные в научных трудах известных отечественных и зарубежных ученых, в основном отражают изучение поведения человека и определение условий активизации его трудовой деятельности. Но при всем разнообразии взглядов на данную проблему все-таки остается нерешенным вопрос относительно выбора ценностных ориентиров, которые не только заставляют человека собственно работать, но и выполнять эту работу продуктивно, творчески и с полной отдачей, чтобы результаты его труда были максимальными и востребованными обществом.

Целью исследования является определение значения повышения трудовой активности работников социокультурной сферы и установление стимулов, способствующих росту эффективности использования имеющегося трудового потенциала.

Трудовая активность – важнейший элемент отношения человека к труду, проявляющийся в таких формах поведения, как степень выполнения установленного задания, качество выполняемой работы, дисциплинированность, инициативность, участие в творческом поиске, состязательность, овладение передовыми методами и приемами труда, экономное расходование материальных ресурсов и т. д.

Направленность и интенсивность трудовой активности работников задается двумя факторами. Первый – это стимулирующее воздействие руководства. Второй фактор связан с внутренней мотивацией сотрудника [1, с. 3].

В первом случае имеет место целенаправленное воздействие на работника и его трудовую активность, которое определяется тем, что нужно в конечном итоге руководству, – повышением эффективности деятельности организации, а во втором – наличие у сотрудника определенных целей, связанных с его непосредственной работой. Чем конкретнее и понятнее цель, тем сильнее мотив, побуждающий его к трудовой деятельности. Цель может быть как индивидуальной, так и коллективной; последняя формируется на основе понимания необходимости подчинения большинству, наличия общих интересов и ценностей. Однако результат деятельности каждый сотрудник представляет во многом по-своему: одни – в форме материального поощрения за конкретные результаты, другие – прежде всего в виде качественных характеристик результата своей деятельности. Но и в том, и в другом случае всегда учитываются критерии качества и объем затраченного времени.

Трудовую активность работников в социокультурной сфере можно рассматривать в соответствии с типологией трудовой мотивации [3, с. 385].

Согласно принятому подходу выделяется несколько типов мотивации, которые определяют трудовую активность и отношение работника к своему труду:

- инструментально мотивированный работник, который ценит в работе главным образом заработок в виде денег или иных благ, например жилья, земельного участка, автомобиля, гаража и пр. Он работает с большой отдачей на любом рабочем месте, если его труд справедливо и высоко, в его понимании, оплачивается. При этом работа имеет ценность не сама по себе, а как инструмент получения материальных благ;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- профессионально мотивированный человек видит в работе возможность реализовать свои знания, умения, достичь более высокого положения на предприятии и в обществе. Для такого работника необходима интересная, содержательная работа, возможность проявить себя и доказать себе и окружающим, что он способен на решение задач, которые не каждому под силу. Работников такого типа отличает развитое профессиональное достоинство;
- патриоты – некогда очень распространенный тип людей, преданных своему делу, коллективу, стране. Они стараются хорошо работать из высоких моральных, религиозных или идеологических соображений, потому что иначе не вывести страну, например, из тупика, социально-экономического кризиса. Такой работник особенно ценит результативность общего дела, в котором участвует, и общественное признание своего участия, выраженное более не в материальных, а в моральных знаках и оценках;
- хозяйская мотивация – одна из самых глубоких и устойчивых. Наряду с инструментальной она более всего соответствует рыночным условиям, а потому в прежние времена была менее всего развита. Такой человек выполняет работу с максимальной отдачей как собственник (совладелец), не настаивая на ее особой интересности или очень высокой оплате. Но хозяином очень трудно управлять – он суверенен, не нуждается в постоянном контроле, а иногда даже не терпит его;
- люмпенизированный работник – человек со слабой мотивацией к эффективной работе. У него низкая квалификация, и он не стремится ее повышать. Он избегает любой работы, связанной с личной ответственностью. Сам он не проявляет никакой активности и негативно относится к активности других, так как его основное стремление – как можно меньше работать.

Практика хозяйствования свидетельствует, что в реальной действительности в чистом виде такое отношение к труду на основе рассмотренных типов мотивированного поведения работника, безусловно, не существует.

В зависимости от вида выполняемой работы, занимаемой должности, профессиональной подготовки, нравственных качеств, социально-бытовых и производственных условий и целого ряда других факторов отношение к труду может меняться или сочетать в себе различные составляющие того или иного типа мотивации.

Преобладающим, важным и основным компонентом, который определяет ценность труда и отношение к нему, как показывают результаты социологических опросов, для большинства работников предприятия является их заработная плата [2].

Действительно, в данный момент, в условиях пока еще нестабильного развития экономики, заработная плата рассматривается как первопричина, жизненно важная реалья, необходимость и основной источник получения средств не только для существования самого работника, но и для содержания его семьи.

Вместе с тем такой весомый материальный стимул не дает желаемого результата от максимально возможного использования трудового потенциала организаций социокультурной сферы. Причиной этому является несоответствие, а порой и непродуманное

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

применение систем и форм оплаты труда, которые на деле не вызывают должной заинтересованности работников в эффективном труде. Поэтому целесообразно при установлении систем оплаты руководствоваться не только принципом полной отдачи работников, но и исходить из принципа, что напряженная и творческая работа всегда должным образом должна вознаграждаться, чтобы заработная плата была обоснованной и четко реагировала на величину фактического использования трудового потенциала организации.

Кроме того, при рассмотрении вопроса об отношении к труду как главного мотивирующего фактора повышения трудовой активности необходимо исходить не только с позиций самого работника, но и с точки зрения руководителя и/или собственника организации.

В большинстве случаев руководители отдают предпочтение тому работнику, который ориентирован скорее на размеры заработной платы, чем на содержание труда. Данная позиция руководителя объясняется тем, что такой работник весьма удобен и выгоден, потому что, во-первых, его интересует лишь объем выполняемой работы и соответственно заработок, который зависит от этого, а во-вторых, такой работник более исполнительен и менее конфликтен. Однако для достижения эффективности деятельности организации за счет активизации трудового потенциала руководителю нужен не простой исполнитель приказов и распоряжений, а работник творческий, инициативный и с новаторским отношением к делу. Поэтому и методы, применяемые для стимулирования труда работников, должны поощрять не только исполнительность, но и творческое отношение к делу.

В дополнение к данному подходу со стороны администрации необходимо создать условия, чтобы работник не относился к своему труду с позиции нанятого на определенный период работы или выполнения обязанностей, а был заинтересован в результатах. Если работник имеет уверенность в том, что часть прибыли, которую получит собственник по результатам деятельности предприятия, будет выплачена ему в виде премии, то и отношение к труду у него изменится, т. е. будет намного более осознанным и заинтересованным.

Рассмотренные аспекты повышения трудовой активности показывают сложность и многогранность данной проблемы относительно активизации и улучшения использования трудового потенциала организаций социокультурной сферы. Управленческие решения по практическому применению наиболее действенных методов повышения трудовой активности могут быть различны и варьироваться в зависимости от конкретной ситуации в целом и для определенной профессиональной группы работников, а также с учетом тех наиболее весомых причин, которые влияют на их заинтересованность в результативности труда. Стимулируя трудовую активность работников, организации социокультурной сферы, таким образом, действительно имеют возможность повысить эффективность своей деятельности по использованию трудового потенциала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гайворонюк В. А. Система факторов мотивации трудовой активности персонала организации [Электронный ресурс] / В. А. Гайворонюк // Государственное управление. Электрон. вестн. Вып. 10. – Март 2007. – Режим доступа : http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2007/vipusk_10._mart_2007_g./gajvoroniuk.pdf.
2. Демьяненко В. Таблетка для повышения активности персонала [Электронный ресурс] / В. Демьяненко // Компетенции: об управлении персоналом, карьере и эффективности сотрудников. –

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Режим доступа :

<http://hr-media.ru/tabletka-dlya-povyshenie-aktivnosti-personala/>

3. Основы управления персоналом / С. И. Самыгин, М. С. Зайналабидов, З. Г. Макиев, Д. В. Обухов. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – 480 с.

УДК 631.14:637.1:005.95

*И. А. Шмелёва, Н. В. Решетняк,
г. Луганск*

РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В КАДРОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Одним из проблемных аспектов деятельности предприятия является персонал. Это связано с тем, что наряду с материальными, финансовыми и информационными ресурсами человеческий является важнейшим компонентом предприятия. По своему содержанию он существенно отличается от других ресурсов, поэтому и требует соответственно особого внимания [1; 2]. Результат деятельности многих предприятий и накопленный в них опыт работы с кадрами показывает, что формирование производственных коллективов, обеспечение высокого качества кадрового потенциала являются решающими факторами эффективности производства и конкурентоспособности продукции. Внедрение достижений НТП в большинстве случаев определяется качеством рабочей силы и приводит к глубоким изменениям в трудовой деятельности человека. Появляются новые рабочие места, что требует для предприятия высококвалифицированных кадров, способных работать в условиях применения новых технологий.

В связи с этими объективными факторами возрастает необходимость постановки и решения на предприятии ряда важных проблем, а именно:

- разработки гибкой и непрерывной системы подготовки, переподготовки и перераспределения персонала для удовлетворения потребностей предприятия;
- мобилизации инвестиций для подготовки и переподготовки трудового потенциала предприятия;
- поиска и привлечения к сотрудничеству высококвалифицированных специалистов по управлению кадровым потенциалом;
- обеспечения стабильности, занятости, безопасных условий труда, мер по повышению профессиональной квалификации, мотивации сотрудников.

Высокое качество рабочей силы – это лишь предпосылка к высокой эффективности производства. Для ее реализации необходимо, чтобы:

- работа сотрудников была хорошо организована;
- чтобы она соответствовала профессиональной подготовке и уровню квалификации персонала;
- чтобы для работников были созданы соответствующие санитарно-гигиенические условия труда, которые обеспечивают нормальный уровень ее интенсивности.

Одной из проблем кадрового менеджмента на предприятии сегодня является отсутствие интегрированной кадровой службы. Недостаточным является уровень

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

профессиональной подготовки работников кадровых служб, многие из которых не имеют соответствующего образования или длительное время не повышали свою квалификацию. В связи с этим они не выполняют целого ряда задач управления персоналом. Важна также проблема организации отбора и найма персонала. Ведь современный рынок труда перенасыщен рабочей силой, поэтому предприятие должно создавать все условия для привлечения таких работников, навыки и личные характеристики которых лучше всего соответствуют его целям. Осуществлять отбор и найм кадровые службы должны исходя из оптимальной численности персонала. Не должно быть как недостатка работников, что может привести к уменьшению производительности труда, увеличению травматизма, конфликтных ситуаций в коллективе, так и избытка, который может повлечь увеличение денежных затрат на фонд оплаты труда, уменьшение заинтересованности в качестве работы, отток квалифицированных работников [1, с. 167].

Не менее важной проблемой кадрового менеджмента на предприятии является процесс высвобождения занятого персонала. Работники, которые много лет проработали на предприятии и как по объективным, так и по субъективным причинам подлежат освобождению, достаточно тяжело воспринимают это событие. Работнику психологически сложно осознать, что потребности в его услугах больше нет. Поэтому подходить к освобождению нужно очень осторожно. С другой стороны, не все рабочие готовы подчиняться требованиям времени, поэтому руководство вынуждено их освободить, поскольку предприятию нужны такие работники, которые бы поддерживали заданный темп преобразований. Также важной является проблема полного использования трудового потенциала работника, т. е. его ресурсных возможностей в сфере труда. Предприятие должно привлекать рабочую силу, трудовой потенциал которой соответствует условиям его деятельности. Привлечение рабочей силы, чей трудовой потенциал является завышенным в условиях данного предприятия, нежелательно: этот потенциал не будет полностью использоваться, расходы на такую рабочую силу не окупятся, сам работник будет чувствовать неудовлетворенность от работы, что повлечет за собой увольнение.

Ситуация с персоналом на предприятии может положительно измениться только тогда, когда на всех уровнях его управления сформируется понимание важности проблем кадрового менеджмента, необходимость создания условий для их решения.

Известно, что конкурентоспособность предприятия во многом зависит от его персонала. Хорошо подготовленный персонал с высоким уровнем мотивации на качественную работу влияет не меньше, а то и больше, чем новая и передовая технология. Поэтому следует уделять особое внимание проблеме обучения работников и повышения их квалификации.

Для решения проблем в сфере кадрового обеспечения на предприятии нами был разработан план, включающий следующие пункты:

1. Постоянное совершенствование кадровой работы на предприятии.
2. Забота руководства о повышении уровня квалификации своих сотрудников.
3. Сочетание эффективного обучения персонала, повышения квалификации и мотивации для развития способностей работников.
4. Четкая система управления средствами, выделенными на обучение и повышение квалификации, обустройство рабочего места, выплату заработной платы.
5. Осознание значения человеческого фактора как элемента конкурентоспособности

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предприятия.

6. Формирование положительного морально-психологического климата в коллективе, который обеспечит полное использование потенциала работников.

7. Продуманная социальная политика, в которой важную роль играет материальное стимулирование персонала, программы по улучшению условий труда, отдыха.

8. Координация и контроль выполнения намеченных кадровых мероприятий.

В рамках данного плана человек рассматривается как важный элемент капитала предприятия, а расходы на оплату его труда, подготовку и переподготовку, повышение квалификации, создание благоприятных условий деятельности – как особый вид инвестиций. Ведь правильно обученные кадры, соответствующие актуальным и перспективным требованиям производства, всегда были и будут залогом стабильной и эффективной работы предприятия. Человек является наиболее важным капиталом компании. Итак, эффективность работы напрямую зависит от качества человеческих ресурсов и эффективного управления ими.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белошапка В. А. Стратегическое управление: принципы и международная практика : учебник / В. А. Белошапка, Г. В. Загорий; под ред. В. А. Белошапки. – Киев : Абсолют-В, 1998. – 352 с.

2. Академия рынка: Маркетинг / Дайан А., Букерель Ф., Оливье А. и др. ; под ред. А. Г. Худокормова. – М. : Экономика, 1993. – 571 с.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ, МЕТОДИЧЕСКИЕ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

УДК 338.246.87

*О. А. Голубцова,
г. Луганск*

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ
СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Финансово-экономическая безопасность предприятия является определяющим фактором его конкурентоспособности и устойчивого развития, а также важнейшей характеристикой функционирования предприятия в рыночных условиях. Состояние финансово-экономической безопасности предприятия является результатом эффективного управления всей совокупностью хозяйственных факторов.

Современные подходы к управлению финансово-экономической безопасностью предприятия должны опираться на то, что процессы формирования, распределения и использования финансовых ресурсов осуществляются в условиях неопределенности внешней среды, то есть под воздействием большого количества дестабилизирующих его факторов. К таким факторам относятся: нестабильность экономической политики государства, развитие инфляционных процессов, недостаточный внутренний платежеспособный спрос, рост тарифов в отраслях естественных монополий и др. Влияние указанных факторов вызывает дестабилизацию ресурсных потоков и приводит к рискам непрогнозируемых потерь, способствуя кризисному финансовому состоянию предприятия. Процесс управления финансово-экономической безопасностью предприятия в условиях неопределенности внешней среды требует создания гибкой системы принятия решений. Основой такой системы является стратегия обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия, которая определяет ее уровень, позволяет исследовать динамику комплексных показателей, сравнить их с аналогичными показателями других предприятий и разрабатывать меры по укреплению финансово-экономической безопасности. Поэтому проблема разработки методики выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия, с учетом внешних и внутренних факторов, влияющих на осуществление финансово-хозяйственной деятельности, для создания информационной базы принятия решений финансового характера является наиболее актуальной задачей в современных условиях.

В последние годы вопросам формирования и выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий уделяют значительное внимание ученые, такие как Е. Н. Дурнева [1], Л. А. Запорожцева, М. Е. Рябых [2], Д. В. Коблова [3], В. С. Михель [4], И. Н. Яковлева [5] и др.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Цель исследования – обоснование теоретико-методологических основ формирования стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия.

Формирование финансовой стратегии связано с постановкой целей и задач предприятия, поддержкой финансовых взаимосвязей между предприятием и субъектами окружающей среды (финансовым рынком, государственными регулирующими органами, специализированными финансовыми институтами, деловыми партнерами и т. д.). Предприятие достигает своих стратегических финансовых целей, когда указанные взаимосвязи соответствуют его внутренним финансовым возможностям, а также позволяют предприятию оставаться восприимчивым к внешним социально-экономическим требованиям. Рассматривая понятие и содержание стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия, следует отметить, что ее формируют те же условия и факторы, которые влияют и на общую стратегию предприятия. Если назвать специфические факторы развития фондового, денежного и валютного рынков, то не трудно доказать их определяющую роль в создании общей стратегии предприятия, а не только ее финансового компонента.

Разработка финансовой стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия, по мнению Л. А. Запорожцева и М. Е. Рябых [2, с. 5], должна быть связана с формированием стратегических финансовых целей, которые определяются с учетом угроз потери финансовой безопасности предприятия и способов их нейтрализации. Стратегия обеспечения финансовой безопасности – это один из видов функциональной стратегии предприятия, обеспечивающий его рост и защиту финансовых интересов от различных угроз путем формирования долгосрочных направлений развития [Там же, с. 7].

В стратегическом менеджменте рассматривается ряд методологических подходов к выбору вида стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия. Одним из таких подходов является использование экономико-математических моделей взаимосвязи количественных значений параметров ключевых компетенций, которые были определены в процессе стратегического диагностирования предприятия [5, с. 15]. Этот подход к выбору вида стратегии характеризуется термином «отталкивания от возможностей», то есть в основе лежат только возможности развития деятельности предприятия в стратегическом периоде. По нашему мнению, экономико-математическое моделирование не может служить основой методологического подхода к выбору стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности, поскольку оно не позволяет обеспечить ее связь с корпоративной и инвестиционной стратегиями. Именно поэтому в системе подходов к выбору стратегии ему может принадлежать только вспомогательное место.

Достаточно часто для выбора стратегии любого уровня ученые предлагают использовать такой методологический подход, как «кривая опыта». Она характеризует полученную эмпирически (по результатам диагностирования в предыдущем периоде) или прогнозируемую (на стратегический период) зависимость главного параметра развития предприятия (уровня рентабельности, суммы прибыли, себестоимости единицы продукции и т. д.) от различных факторов, влияющих на него [3, с. 104]. Практически эта методология является более узким аналогом предыдущего подхода (базой его расчетов выступают показатели прошлого развития). В условиях нестабильной среды «кривая опыта» не может быть использована для выбора вида стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В качестве одного из методологических подходов к выбору стратегии некоторые ученые предлагают выбирать «кривую жизненного цикла предприятия». Кардинальные изменения хозяйственной деятельности предприятия должны происходить в период изменения отдельных стадий цикла (перехода к следующему отрезку кривой) – в этом случае вид стратегии должен избираться с учетом таких изменений [4, с. 114]. Если же стадия жизненного цикла предприятия не меняется, стратегия должна базироваться на традиционной динамике финансово-хозяйственной деятельности. Такой подход не включает результаты диагностирования стратегических возможностей предприятия, в частности стратегических ключевых компетенций. Кроме того, кривая жизненного цикла по операционной деятельности предприятия не всегда совпадает с динамикой параметров его финансовой деятельности (в частности, по показателям его финансовой структуры, финансовых компетенций), что может привести к несовпадению стратегий этих видов деятельности. Поэтому и указанный методологический подход не может быть использован при выборе вида стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий.

В последнее время все больше ученых как основу методологии выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предлагают использовать «матричный метод». Преимуществом этого метода является возможность учитывать в процессе выбора видов стратегии влияние не одной, а нескольких (не менее двух) групп факторов. Кроме того, для выбора конкретных видов стратегии могут избираться именно такие группы факторов, которые больше всего с ними связаны, то есть будет обеспечиваться индивидуальный подход к построению матрицы с факторными параметрами при выборе вида стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия. «Матричный метод реализует выбор наилучшего решения из набора альтернатив», – отмечает И. Н. Яковлева [5, с. 26]. Итак, «матричные методы» в системе современной методологии выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия имеют приоритет.

Применение матричного подхода к выбору вида стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия требует определения последовательности отдельных этапов формирования соответствующих матриц. В современной научной литературе основное внимание ученых сосредоточено только на одном из этапов этого процесса – на определении и выборе факторов, которые должны быть положены в основу формирования параметров матрицы, моделирующих выбор вида стратегии из предусмотренных альтернатив [2, с. 6]. Безусловно, этот этап является центральным и наиболее важным в процессе формирования матриц стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности, но далеко не единственным.

Формирование стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предполагает последовательность определенных этапов (рис. 1).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

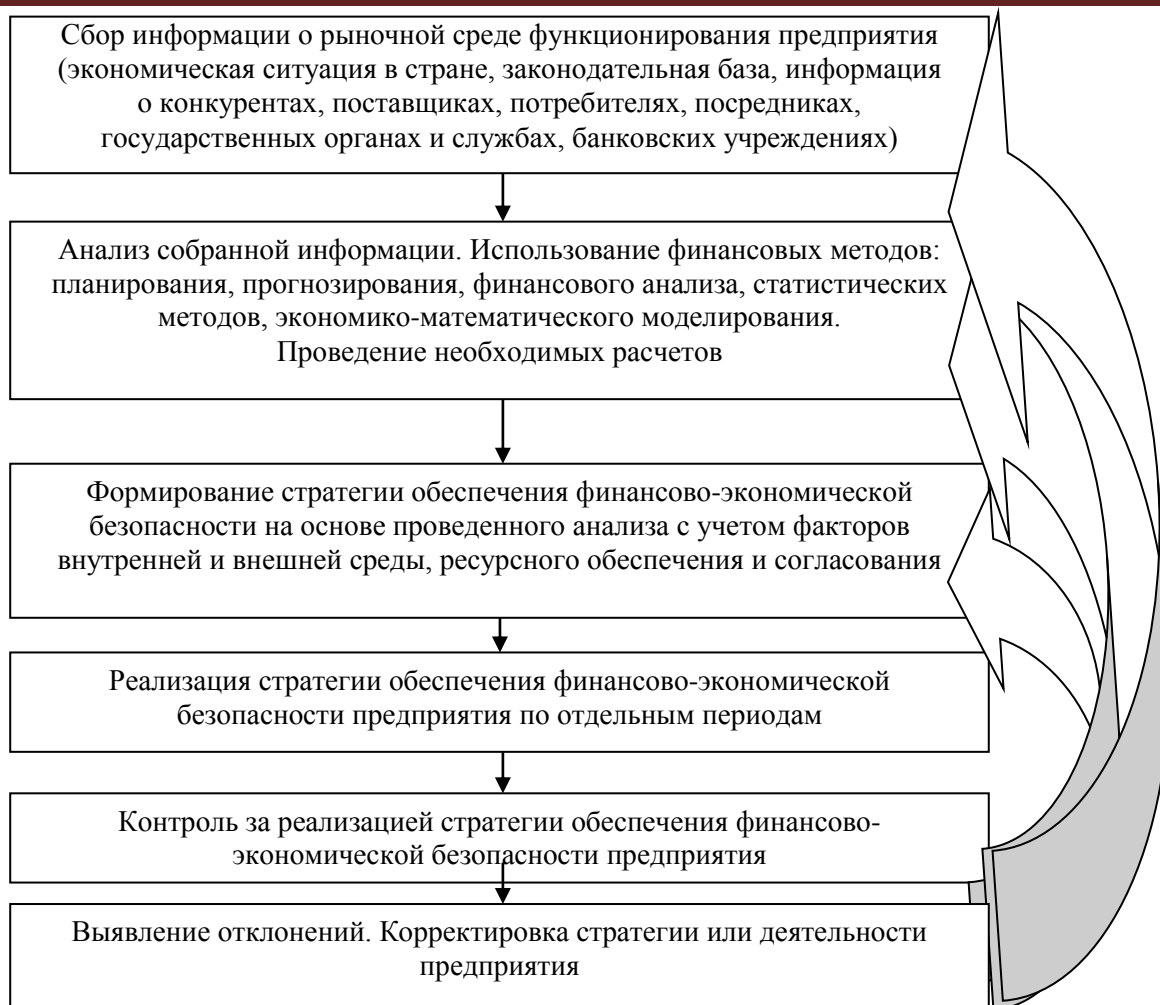


Рис. 1. Основные этапы формирования стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия

Во-первых, формирование стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия невозможно без сбора информации о рыночной среде функционирования предприятия (конкуренты, поставщики, клиенты, посредники, государственные органы и службы, банковские учреждения) и его детального анализа. На этом этапе финансовые менеджеры должны применять соответствующий финансовый инструментарий: микроэкономическое финансовое планирование, прогнозирование, стратегический и финансовый анализ (в частности, SWOT-анализ, охватывающий анализ слабых и сильных сторон предприятия, рисков и дополнительных возможностей), статистические методы и экономико-математическое моделирование. После выполнения аналитической работы, осуществления соответствующих расчетов, обсуждения альтернативных вариантов развития событий принимается управленческое решение о выборе финансовой стратегии, которую в дальнейшем детализируют по направлениям финансовой политики и реализуют по плану.

Прежде чем рассматривать систему факторов, которые должны быть положены в основу формирования матриц, следует четко определить вид стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия. Ведь для выбора вида стратегии предприятия нужны конкретные факторы, которые должны быть положены в основу

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

формирования матриц.

Последовательность процесса построения матриц выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия в разрезе отдельных его этапов приведена на рис. 2.

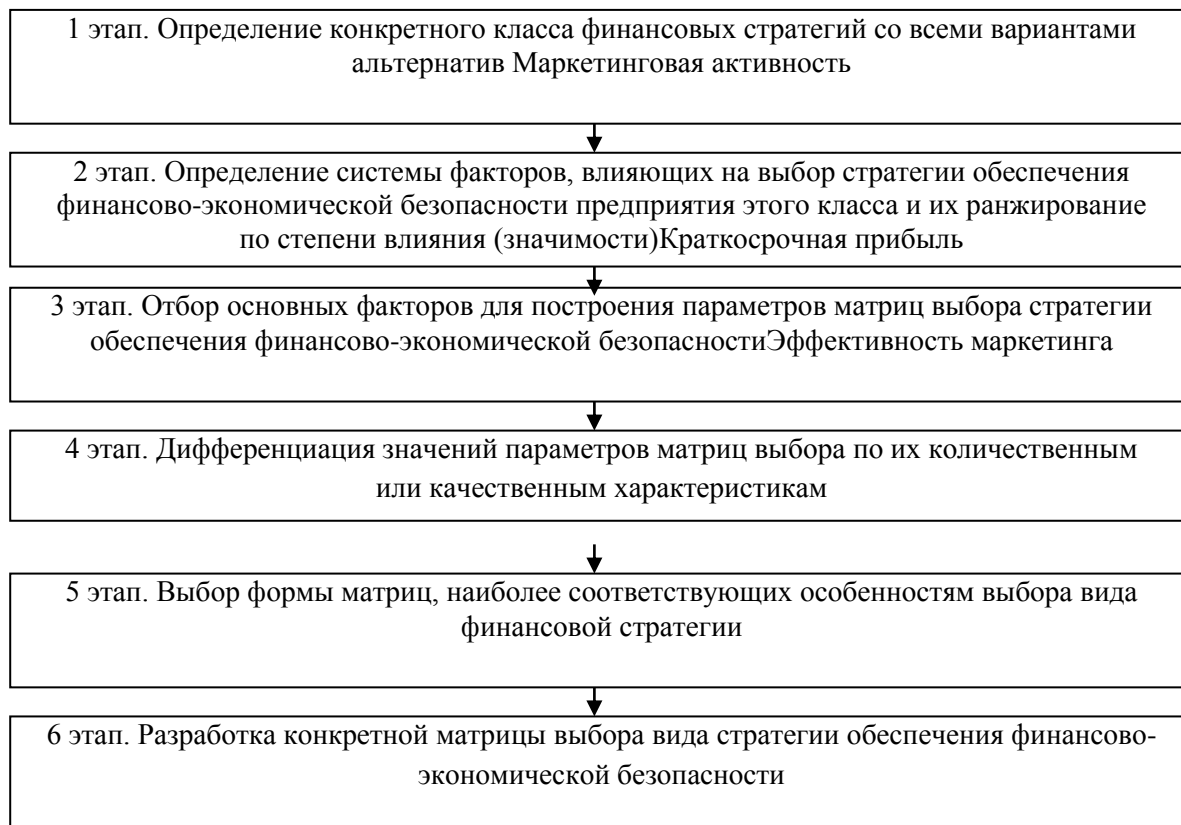


Рис. 2 Схема процесса формирования матриц выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности

Матричный подход к выбору стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности может быть использован в стратегиях, построенных по следующим классификационным признакам:

- вид базовой корпоративной стратегии предприятия;
- характер финансового поведения предприятия в стратегической перспективе;
- вектор динамики уровня финансово-экономической безопасности предприятия в стратегическом периоде.

По каждому из этих классов стратегий предприятий матричный подход может обеспечить альтернативность выбора лучших их видов по соответствующим факторам (параметрам).

На втором этапе определяется система факторов, влияющих на выбор стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности этого класса, и происходит их ранжирование по степени влияния.

На третьем этапе по каждому классу стратегий должны быть отобраны основные факторы по критерию уровня их влияния, диагностированные на предыдущем этапе.

Таким образом, использование матричного подхода к выбору стратегии обеспечения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

финансово-экономической безопасности предприятия и построение соответствующих матриц стратегического выбора по всем классам стратегий должно базироваться на комбинации следующих основных факторов:

- вид базовой корпоративной стратегии или соответственно базовой стратегии бизнес-единиц;
- вектор динамики хозяйственной деятельности предприятия в стратегическом периоде;
- прогнозируемый темп динамики основной деятельности предприятия в стратегическом периоде;
- характер ключевых компетенций предприятия в сфере финансовой деятельности;
- результаты диагностирования факторов внешней финансовой среды;
- результаты диагностирования факторов внутренней финансовой среды;
- стадия жизненного цикла предприятия.

На четвертом этапе (дифференциация значений параметров матриц выбора по их количественными или качественными характеристиками) прежде всего следует определить глубину дифференциации по каждому из выбранных факторов.

На пятом этапе в процессе выбора формы матрицы, которая наиболее соответствует особенностям выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности, необходимо уделить внимание двум основным характеристикам матриц – их форме и количеству факторов (параметров). Для двухфакторных матриц, которые используются чаще всего, простой для восприятия является табличная матрица. Именно в такой форме целесообразно разрабатывать матрицы выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия.

На шестом этапе, когда разрабатывается конкретная матрица выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности, основной задачей является выбор факторов, которые имеют самостоятельное влияние. Кроме того, по каждому классу финансовых стратегий следует определить по степени интенсивности воздействия основную и вспомогательную матрицы.

Таким образом, на основе систематизации методологических подходов к выбору стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий предложено внутривидовую сегментацию ее направлений. Она может быть использована в процессе разработки стратегии предприятия при выборе ее вида. В основу методологии выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия предлагается положить «матричный подход». Построение матриц выбора стратегий обеспечения финансово-экономической безопасности предприятий целесообразно осуществлять на основе комбинирования основных факторов. Именно комбинирование отдельных факторов положено в основу разработки методики выбора стратегии обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дурнева Е. Н. Обоснование выбора варианта структуры капитала для обеспечения финансовой безопасности предприятия / Е. Н. Дурнева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и право». – 2013. – № 12. – С. 33 – 39.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Запорожцева Л. А. Разработка стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия / Л. А. Запорожцева, М. Е. Рябых // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 11. – С. 8.
3. Коблова Д. В. Анализ стратегий поведения финансовой фирмы в условиях конкуренции / Д. В. Коблова // *Инновационная экономика : материалы Междунар. науч. конф.* (г. Казань, окт. 2014 г.). – Казань : Бук, 2014. – С. 103 – 105.
4. Михель В. С. Определение и выбор финансовой стратегии корпорации / В. С. Михель // *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*. – 2015. – № 1 (21). – С. 112 – 117.
5. Яковлева И. Н. Справочник по финансовой стратегии и тактике / И. Н. Яковлева. – М. : Профессиональное издательство, 2012. – 336 с.

УДК [338.22:336.02]-048.5

*И. Н. Шаповалова,
г. Луганск*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Постепенный переход экономики на рыночные отношения одновременно, во-первых, существенно усложняет условия хозяйствования и, во-вторых, способствует росту конкуренции между хозяйствующими субъектами, может ухудшать их финансовое состояние и более того – приводить к банкротству. Поэтому актуальной становится проблема обеспечения в рыночных условиях финансовой безопасности предприятий путем внедрения соответствующего механизма управления. Изучение проблемы показывает, что на этот процесс существенно влияет обеспечение финансовой безопасности на уровне национальной экономики.

Проблемой управления финансовой безопасностью предприятия занимаются недостаточно и не комплексно, так как основное внимание уделяется финансовой безопасности на уровне государства и антикризисному управлению на уровне предприятия. Последнее становится необходимым, когда предприятие уже оказалось в состоянии финансовой опасности. Главное же заключается в том, чтобы не допустить этого.

Учитывая решающую роль финансовой безопасности в обеспечении экономической безопасности предприятия, понятие «финансовая безопасность» имеет право на самостоятельное существование и исследование как отдельной экономической категории, так же как и финансовый менеджмент по отношению к менеджменту вообще. К функциональной структуре финансовой деятельности и, соответственно, финансовой безопасности предприятия целесообразно относить следующие составляющие: бюджетную, денежно-кредитную, валютную, банковскую, инвестиционную, фондовую, страховую.

Основываясь на анализе сущности категории «финансовая безопасность предприятия», приведенном в научной литературе [1 – 5], ею необходимо считать такое его финансовое состояние, которое характеризуется, во-первых, сбалансированностью и качеством совокупности финансовых инструментов, технологий и услуг, используемых предприятием; во-вторых, устойчивостью к внутренним и внешним угрозам; в-третьих, способностью финансовой системы предприятия обеспечивать реализацию собственных финансовых интересов, миссии и задач достаточными объемами финансовых ресурсов; в-

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

четвертых, обеспечивать эффективное и устойчивое развитие этой финансовой системы.

Принципами управления финансовой безопасностью предприятия можно считать следующие: первичность законодательства; применение программно-целевого управления; обязательное определение совокупности собственных финансовых интересов предприятия в составе его миссии; интегрированность подсистемы управления финансовой безопасностью предприятия с общей системой финансового менеджмента; обеспечение сбалансированности финансовых интересов предприятия, отдельных его подразделений и персонала; взаимную материальную ответственность персонала и руководства за состояние финансовой безопасности предприятия; необходимость постоянного мониторинга реальных и потенциальных угроз; соответствие мероприятий по обеспечению финансовой безопасности экономической стратегии развития предприятия его миссии; координацию реализации мероприятий по обеспечению финансовой безопасности на предприятии; своевременность усовершенствования в случае необходимости системы финансовой безопасности предприятия; наличие обратной связи; необходимость организационного и методического оформления подсистемы финансовой безопасности; минимизацию расходов на обеспечение финансовой безопасности предприятия.

В рыночных условиях главным финансовым интересом предприятия выступает рост рыночной стоимости предприятия. Кроме этого, к основным из них можно отнести следующие (табл. 1) [2, с. 98].

Таблица 1

«Дерево» основных финансовых интересов предприятия

<i>Основные финансовые интересы предприятия</i>	<i>Основные цели предприятия</i>
I. Рост рыночной стоимости предприятия	1) рост рыночной цены акций предприятия; 2) улучшение имиджа предприятия и его торговой марки.
II. Максимизация прибыли	1) минимизация отчислений в бюджет; 2) оптимизация дивидендных выплат; 3) стимулирование труда, 4) развитие производства; 5) своевременное и полное возвращение кредитов; 6) снижение затрат на производство и реализацию продукции.
III. Обеспечение основным и оборотным капиталом	1) эффективное ведение коммерческой деятельности; 2) рост прибыли; 3) рост ликвидности предприятия;
IV. Обеспечение инвестициями	1) развитие производства продукции; 2) внедрение научно-технических достижений.
V. Оптимизация отчислений в бюджет	1) снижение в соответствии с действующим законодательством объемов уплаты налогов в бюджет; 2) снижение обязательных платежей в специальные государственные фонды.

Можно перечислить следующие элементы (составляющие) механизма управления экономической безопасностью предприятия: совокупность финансовых интересов предприятия, функции, принципы и методы управления, организационную структуру, управленческий персонал, технику и технологии управления, финансовые инструменты,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

критерии оценки уровня финансовой безопасности (рис. 1). В этом смысле механизм обеспечения финансовой безопасности предприятия представляет собой единство процесса управления и системы управления [2, с. 101].

В состав основных функций обеспечения финансовой безопасности предприятия (ФБП) можно отнести следующие: 1) планирование, включая программирование и прогнозирование; 2) организацию и регулирование; 3) стимулирование; 4) контроль в составе учета, анализа и аудита. Анализируя методы выявления и оценки уровня влияния рисков и угроз на состояние финансовой безопасности, исследуя методы и субъекты управления финансовой безопасностью предприятия, рассматривая существующие методы оценки уровня финансовой безопасности предприятия, можно сделать вывод, что существенной методологической проблемой является установление взаимосвязи категорий «финансовый риск» и «угроза финансовой безопасности».

Относительно этого можно утверждать следующее:

- риск по отношению к угрозе категория первичная, тогда как угроза – вторичная и следует из риска;
- риск – категория общая, неконкретная, это то, что еще не обнаружено, угроза же – это то, что выявлено, то есть категория конкретная;
- риск присутствует всегда, когда есть финансовая деятельность, тогда как угроза может быть, а может и не быть и возникает только при наличии определенных условий;
- зависимость между уровнями риска и финансовой безопасности обратная: чем выше уровень финансового риска, тем ниже уровень финансовой безопасности, и наоборот.



Рис. 1. Механизм управления финансовой безопасностью предприятия

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Управление финансовыми рисками (риск-менеджмент) по управлению финансовой безопасностью предприятия включает следующие составляющие:

- качественный анализ рисков обеспечения финансовой безопасности предприятия – разложение или декомпозиции сложных рисков на простые и их идентификацию, выявление факторов, порождающих риски;
- количественную оценку рисков, которая предусматривает определение вероятности возникновения и размера возможных убытков;
- разработку средств оптимизации рискованных ситуаций путем минимизации или нейтрализации рисков.

Для выявления и оценки уровня угроз финансовой безопасности предприятия наиболее пригодны следующие методы анализа: SWOT-анализ, PEST-анализ, метод разработки сценариев развития событий. Используя эти методы, разрабатывают методику качественной оценки влияния угроз на уровень ФБП.

После определения угроз и оценки уровня их воздействия на уровень финансовой безопасности предприятия ставится задача их нейтрализации, используя определенные методы. Такими путями воздействия со стороны подсистемы управления финансовой безопасностью предприятия на нейтрализацию угроз могут быть: 1) профилактика угроз, то есть снижение риска возникновения угрозы; 2) смягчение возможных последствий реализации угроз.

Согласно видам обеспечения подсистемы управления финансовой безопасностью предприятия определяются субъекты и методы нормативно-правового и организационно-методического обеспечения, среди которых можно выделить следующие: экономического стимулирования и финансовой ответственности, выбора альтернатив, «наименьшего сопротивления», административные, реинжиниринга, логистики, аудита, правовые, страхования, оптимизации налогообложения, научные, экономико-математические, имитационной игры, технические.

В современных экономических условиях нельзя обойтись без этих методов. Их использование дает руководству и персоналу любого предприятия возможность по-новому взглянуть на решение проблемы обеспечения финансовой безопасности, осмыслить способы минимизации возможных финансовых потерь.

Разработка методов оценки финансовой безопасности предприятия имеет важное методологическое значение, связанное с необходимостью почти ежедневного знания своего финансового состояния и благодаря этому – поддержания в рыночных конкурентных условиях его надлежащего уровня. Оценка уровня финансовой безопасности предприятия важна также при получении кредитов от коммерческих банков. Поэтому важным элементом управления финансовой безопасностью предприятия становится объективное и своевременное определение ее уровня.

Анализ методологических подходов к оценке уровня финансовой безопасности предприятия свидетельствует, что им присущи определенные недостатки, а именно:

- оценка уровня экономической безопасности предприятия на основе анализа динамики одного или нескольких индикаторов неэффективна, поскольку не учитывает системный характер финансовой безопасности. При оценке уровня финансовой безопасности предприятия предпочтение следует отдавать применению интегрального показателя

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

безопасности, который получен на основе использования многомерных статистических методов;

– в значительной части методов не учитывается взаимосвязь финансовой безопасности с угрозами. Важно оценивать в количественном отношении именно взаимосвязи, как между интегральным уровнем финансовой безопасности предприятия, так и между самими угрозами финансовой безопасности;

– в подходах к оценке уровня финансовой безопасности предприятия основное внимание уделяют текущей и ретроспективной оценкам уровня безопасности в ущерб прогнозных оценок на будущее.

Особо хочется подчеркнуть необходимость информационно-аналитического обеспечения подсистемы управления финансовой безопасностью предприятия, которое должно выполняться организационно-функциональным комплексом. На основе мониторинга он обеспечивает эту подсистему информационно-аналитической и прогнозной информацией относительно качественного состояния финансовой безопасности, количественных значений ее индикаторов, наличия или потенциальности рисков и угроз, финансовых интересов и состояния их реализации, осуществления анализа, планирования и выработки эффективных управленческих решений по обеспечению надлежащего уровня финансовой безопасности предприятия. Системы информационно-аналитического обеспечения необходимо дополнить прогнозированием, то есть предвидением событий (процессов) в финансовой деятельности на будущее, а также возможностей поддержания финансовой безопасности предприятия на должном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авдийский В. И. Теневая экономика и экономическая безопасность государства : учеб. пособие / В. И. Авдийский, В. А. Дадалко. – М. : Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. – 496 с.
2. Горячева К. С. Формування механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства / К. С. Горячева // Менеджер. – 2004. – № 2 (28). – С. 96 – 103.
3. Криворотов В. В. Экономическая безопасность государства и регионов : учеб. пособие для студ. вузов / В. В. Криворотов, А. В. Калина, Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 351 с.
4. Суглобов А. Е. Экономическая безопасность предприятия : учеб. пособие для студ. вузов / А. Е. Суглобов, С. А. Хмелев, Е. А. Орлова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 271 с.
5. Эриашвили Н. Д. Экономическая безопасность : учеб. пособие для студ. вузов / В. А. Богомолов, Н. Д. Эриашвили, Е. Н. Барикаев ; под ред. В. А. Богомолова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 295 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аронова Виктория Витальевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Артемов Сергей Сергеевич, студент III курса Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Бачевский Борис Евстафьевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Белицкая Елена Алексеевна, студентка кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Бобцов Владимир Валерьевич, магистрант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Богучарскова Татьяна Юрьевна, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Борзенко-Мирошниченко Алина Юрьевна, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Бугаёв Виктор Алексеевич, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Бурнукин Владимир Александрович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и маркетинга Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Бурнукина Оксана Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Бурым Владислав Марленович, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Бут И. Д., Луганский национальный университет имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Быстрицкая Альбина Романовна, магистрант кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Велигура Антон Владимирович, кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической кибернетики и прикладной статистики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Волошинова Наталья Александровна, аспирант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Воронов Артур Эдуардович, старший преподаватель кафедры автоматизации и компьютерно-интегрированных технологий Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Воронова Анна Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Головлев Николай Александрович, магистрант кафедры менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Голубцова Оксана Анатольевна, ассистент кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Луганск, ЛНР)

Дариенко Оксана Леонидовна, ассистент кафедры менеджмента организаций Автомобильно-дорожного института Донецкого национального технического университета (г. Горловка, ДНР)

Дейнека Людмила Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Дмитренко Оксана Николаевна, заведующая школьным и психолого-педагогическим отделениями Стахановского педагогического колледжа Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Стаханов, ЛНР)

Журавлева Надежда Викторовна, старший преподаватель кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Заварыка Игорь Юрьевич, магистрант кафедры экономической теории и маркетинга Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Заруцкий Иван Демьянович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Иванова Карина Александровна, студентка кафедры менеджмента организаций Автомобильно-дорожного института Донецкого национального технического университета (г. Горловка, ДНР)

Казакова Елена Вячеславовна, аспирант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Каралкина Татьяна Валерьевна, ассистент кафедры хозяйственно-правовых дисциплин и процесса Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Качанов Владимир Владимирович, магистрант кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Клеймёнов Павел Евгеньевич, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Клименчукова Наталья Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Колесникова Елена Николаевна, старший преподаватель кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Курячий Иван Федорович, старший преподаватель кафедры менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Кутовая Ирина Эдуардовна, кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры хозяйственно-правовых дисциплин и процесса Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Куцурубова-Шевченко Елена Викторовна, кандидат юридических наук, доцент, заведующая кафедрой хозяйственно-правовых дисциплин и процесса Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Лискевич Иван Игоревич, студент кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Литвиненко Наталья Кимовна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой библиотковедения, документоведения и информационной деятельности Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Лохматов Сергей Алексеевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Манацков Александр Александрович, магистрант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Махонич Игорь Викторович, старший преподаватель кафедры менеджмента и экономической безопасности Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Медведева Мария Игоревна, магистрант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Мельник Наталия Анатольевна, старший преподаватель кафедры менеджмента и экономической безопасности Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Мельянченко Станислав Владимирович, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Мирошниченко Ирина Николаевна, старший преподаватель кафедры менеджмента и экономической безопасности Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Михайлюк Мария Вадимовна, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Оленина Галина Владимировна, доктор педагогических наук, профессор, профессор Алтайского государственного института культуры (г. Барнаул, Российская Федерация)

Онопrienко Елена Владимировна, магистрант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Приленко А. И., Луганский национальный университет имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Приходько Тамила Александровна, магистрант кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Решетняк Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Решетняк Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и права Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Твардюк Николай Сергеевич, студент кафедры автоматизации и компьютерно-интегрированных технологий Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Токман Андрей Андреевич, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики Луганского национального университета имени Владимира Даля (г. Луганск, ЛНР)

Харина Анастасия Сергеевна, магистрант Алтайского государственного института культуры (г. Барнаул, Российская Федерация)

Шаповалова Ирина Николаевна, старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и бизнеса Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Луганск, ЛНР)

Шаталова Елена Александровна, старший преподаватель кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Шмелёва Ирина Александровна, магистрант Луганского национального аграрного университета (г. Луганск, ЛНР)

Щербакова Екатерина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского (г. Луганск, ЛНР)

Научное издание

**МЕНЕДЖМЕНТ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**МАТЕРИАЛЫ
V ОТКРЫТОЙ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

16 февраля 2017 г.

Ответственные за выпуск:
В. В. Аронова, Н. В. Колотовкина

Технический редактор – *Н. В. Колотовкина*
Компьютерный макет – *Н. И. Шилина*

**За достоверность изложенных фактов, цитат
и других сведений несет ответственность автор**

Подп. к печати 25.01.2017. Формат 60x84 1/16. Бумага офсет.
Гарнитура Times New Roman. Печать RISO. Усл. печ. л. 9,6.
Тираж 100 экз. Заказ № 365

Издательство
Луганской государственной академии культуры и искусств
имени М. Матусовского
Красная площадь, 7, г. Луганск, 91055.
Тел.: (0642) 59-02-62

Свидетельство о внесении субъекта издательского дела
в Государственный реестр издателей, изготовителей
и распространителей издательской продукции