

**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
VI ОТКРЫТОЙ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

13 декабря 2018 г.

Луганск

УДК 379.8
ББК 65.49
М50



Менеджмент социокультурной деятельности: состояние М50 и перспективы: материалы VI Открытой республиканской научно-практической конференции (Луганск, 13 дек. 2018 г.). – Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР «ЛГАКИ имени М. Матусовского», 2018. – 242 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:

Е. А. Капичина,
В. В. Аронова,
Н. В. Колотовкина,
Л. А. Рыбальченко

*Рекомендовано к печати Ученым советом
Луганской государственной академии культуры и искусств
имени М. Матусовского
(протокол № 5 от 26 декабря 2018 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», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Борзенко-Мирошниченко А. Ю. Проектное управление в социально-культурной сфере.....	7
Кутовая И. Э. Социальное значение информационной грамотности в условиях медиатизации общества.....	10
Щербакова Е. В. Взаимодействие элементов экономического потенциала региона и заинтересованных лиц.....	14

**МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ**

Бурым В. М. Формы выявления и формирования креативной активности молодежи.....	21
Дейнека Л. А., Лискевич И. И. Организация культурно-досуговой деятельности подростков из неблагополучных семей.....	26
Дейнека Л. А., Хромов С. С. Туризм как фактор развития экономики республики.....	29
Дыбля Т. П. Туризм как сфера социально-культурной деятельности.....	33
Заиченко О. А., Гиренко И. С. Менеджмент в сфере культуры: от теории к практике.....	36
Звонок А. А. Университет сегодня: бизнес-предприятие или средоточие культуры?.....	40
Колесников А. А., Кирчева В. П. Роль и функции праздника в системе обучения студентов вузов искусств и культуры.....	42
Кубаренко И. А. Управление в организациях подготовки кадров в сфере культуры и искусств.....	46
Кучеревская Е. С. Ценностные ориентации молодежи в современных условиях.....	48
Лохматов С. А. Планирование развития персонала в учреждениях социально-культурной сферы.....	51
Слюсарев С. С., Слюсарева М. А. Планирование финансов в организациях культуры.....	53
Сологуб Ж. Ю. Социально-психологические особенности управления волонтерской деятельностью как фактором воспитания молодежи.....	56
Шаталова Е. А. Взаимосвязь трансформации, модернизации и диверсификации организации.....	60
Шаталова Е. А., Першина Е. Е. Особенности бюджетного финансирования сферы культуры.....	65

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Щербакова Е. В. Проектный менеджмент в формировании культурной и туристической привлекательности города.....	67
Щербакова Е. В., Белоусова А. В. Формирование конкурентных преимуществ организаций социально-культурной сферы.....	70
Щербакова Е. В., Дзюба О. Н. Социально-культурные технологии как инструмент формирования организационной культуры.....	74
Щербакова Е. В., Железняк Д. В. Социальная адаптация людей с ограниченными физическими возможностями в социально-культурной среде.....	79
Щербакова Е. В., Клысенко В. А. Социально-культурные технологии как фактор социализации детей из неблагополучных семей.....	83
Щербакова Е. В., Коваль А. В. Мотивация персонала в организациях социально-культурной сферы.....	86
Щербакова Е. В., Рогачёва Т. В. Методы и инструменты формирования экологической культуры.....	90

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Дейнека Л. А., Лисичко А. М. Пути адаптации студенческой молодежи к реалиям рынка труда в социокультурной сфере.....	94
Дейнека Л. А., Хухлей Д. К. Перспективы развития творческого потенциала молодежи в рамках кинофестиваля.....	97
Затеева Н. А., Матузкова Н. П. Социально-культурный проект как форма приобщения населения к истории сибирского города.....	101
Казакова Е. В., Поляков В. С. Особенности обеспечения безопасности учащихся школ в условиях перехода к информационному обществу.....	106
Круглова И. С. Бенчмаркинг в управлении проектами.....	108
Куренева Е. В., Велигура А. В. Анализ рынка дополнительных детских образовательных услуг в Луганской Народной Республике.....	112
Луговая И. О. Особенности социального проектирования.....	116
Меремьянина Л. Н. Повышение уровня профессиональной подготовки будущих учителей музыки на основе инновационных педагогических технологий.....	117
Полякова Е. И. Проблемы подростковой беременности и ее искусственного прерывания: пути решения.....	121
Старикова О. С. Роль современных технологий в управлении бизнесом.....	124
Чернышёва М. Н. Развитие межкультурного взаимодействия в сфере досуга.....	125

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

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

Алексеева Н. В. Влияние системы управления служебно-профессиональным продвижением персонала на деятельность организации.....	130
Алфёрова И. Е. Проблематика построения системы обеспечения экономической безопасности организации.....	136
Аронова В. В. Использование креативных методов принятия решений в маркетинге социально-культурной деятельности.....	141
Брюховецкий Я. А. Сущность стратегического менеджмента и его составляющие.....	143
Буркова Ю. И., Левчук Э. А. Система мотивации труда государственных гражданских служащих: основные аспекты.....	145
Воронцов Д. Г. Механизм реализации государственной политики в сфере социальной защиты населения.....	149
Гончаров И. С., Шалевская Е. Ю. Развитие потенциала предприятия на основе использования стратегической зоны хозяйствования.....	153
Губин А. В., Волошинова Н. А. Основные методы государственного регулирования развития экономики регионов.....	157
Дудко Я. Е. Повышение эффективности управления на предприятии в современных условиях развития экономики.....	161
Емец О. С., Волошинова Н. А. К вопросу о социальной корпоративной ответственности и этике управления.....	164
Журавлёва Н. В. Роль деловой репутации в обеспечении экономической безопасности предприятия.....	168
Заруцкий И. Д., Кравченко М. В., Носачёва С. А. Теоретические аспекты стратегического планирования аграрного предприятия.....	171
Казакова Е. В., Казаков Д. Ф. Бренды как мифология общества массовой культуры.....	176
Колесникова Е. Н. Майнд-менеджмент в управлении проектами социально-культурной деятельности.....	178
Коновратская К. С. Взаимодействие вуза и организаций сферы документационного обеспечения управления как аспект корпоративной социальной ответственности.....	182
Курипченко Е. В. Сущность и значение планирования деятельности предприятий в условиях рынка.....	186
Куцурубова-Шевченко Е. В. Современные тенденции правовой работы в правотворческих органах Луганской Народной Республики.....	190
Макарова Е. И., Мироненко Т. В. Нормативное правовое обеспечение кадровой политики государственной гражданской службы.....	192
Попов А. В. Современные теории и практики стратегического управления.....	197

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Уткина Е. А. Опыт организации литературных семинаров как форма межкультурного взаимодействия (на материалах Уральского региона).....	201
Червяк Ю. П. Управление персоналом как объект моделирования.....	204
Черевань В. В. Налоговый механизм как экономическая категория.....	207
Щербакова О. Н., Сергеева Е. Б. Социально-культурная анимация в условиях организации детского туристско-рекреационного досуга.....	210

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ

Амеличкин А. В. Выставочно-ярмарочная деятельность издательств учреждений культуры и образования как одно из направлений коммуникативной политики.....	216
Лофиченко А. А. Проектирование системы анализа регионального управления.....	219
Носова Ю. В., Клименчукова Н. С., Нехаева Е. А. Информационные технологии в бизнесе как фактор развития предприятия.....	223
Олексина С. В. Современные информационные технологии в совершенствовании системы управления социально-культурными учреждениями.....	226
Попова Н. Н., Концевой Я. О. Разработка интеллектуальной системы исследования спроса на потребительские товары.....	229
Тихоновская О. А., Воронов А. Э. Информационная система управления продажами производственно-торгового предприятия.....	232
<i>Сведения об авторах</i>	237

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

УДК 005.8:379.81

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

ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

В условиях утверждения демократизации жизни, радикальной социально-экономической реформы остро встает вопрос о формировании социально активной молодежи, сознательной, творческой, способной к плодотворной работе в различных сферах общественной жизни. В современной науке проблема формирования социально активной молодежи рассматривается в нескольких направлениях, в частности таких, как воспитание:

- социально активной молодежи;
- личности, духовно и культурно богатой, которой близки история и традиции Отечества;
- личности, подготовленной к высокоэффективной работе в сфере материального и духовного производства;
- личности, готовой к выполнению в обществе социальной роли интеллигенции [1].

Современная социально-культурная ситуация нашей страны требует подготовки не просто профессионалов, знатоков своего дела, а абсолютно гармоничных в социальной жизни своего государства личностей. Главная задача на сегодняшний день – пробудить социальную заинтересованность молодежи.

Социально-культурное развитие человека и социально-экономическое развитие общества – это два взаимосвязанных процесса, в которых люди формируют свою социальную и культурную сущность. Эти фундаментальные положения о человеке как активном, действенном существе, формирование которого происходит во взаимосвязи с трудом, социальной и культурной средой, самовоспитанием личности, являются методологической основой для исследования проблемы социальной активности студенчества [2].

Учебно-воспитательный процесс в высшей школе направлен на подготовку высококвалифицированного, всесторонне развитого, конкурентоспособного, социально активного специалиста.

Социально-культурная заинтересованность – это не стороннее наблюдение за изменениями в социуме, а, напротив, стремление к улучшению социально-культурной ситуации собственными силами, проявление себя социально активной личностью, способной принимать решения, отвечать за свои поступки, направлять свою работу на благо государства и народа.

В настоящее время методология управления проектами признана во всем мире как подход, позволяющий успешно внедрять инновационные идеи. Методы и инструменты проектного управления широко используются во всех сферах человеческой деятельности, в том числе и социально-культурной.

Успех проекта отчасти определяется его соответствием целям стратегического развития государства, региона, организации.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Приоритетные направления развития Луганской Народной Республики были обнародованы в мае 2018 года в рамках презентации Программы социально-экономического развития Луганской Народной Республики до 2023 года.

В программе сделан акцент на сфере культуры, подчеркнута необходимость ее развития и поддержки как основы сохранения самоидентичности, ценностей и традиций. Видное место определено вопросам культурного развития общества наряду с приоритетными целями обеспечения безопасности и законного порядка, стабильного экономического и социального уровня жизни. Согласно Программе, планируется не только сохранить проекты реализации ежегодных творческих фестивалей и культурных мероприятий, но и разработать и внедрить систему целевых государственных грандов для творческих проектов во всех аспектах культуры.

Так, в сфере молодежной политики запланировано создание Республиканского молодежного творческого центра, запуск первого молодежного интернет-телеканала и молодежного экспериментального театра. С целью облагораживания внешнего облика города Луганска обозначена необходимость реставрации его культурного и исторического центра.

Кроме социально-культурных проектов, ставших уже традиционными, в Луганской государственной академии культуры и искусств имени М. Матусовского магистранты направления подготовки «Социально-культурная деятельность» по профилю «Управление проектами в социально-культурной сфере» ежегодно разрабатывают проектные решения актуальных проблем.

Затрагиваемая проблематика выпускных квалификационных работ охватывает довольно широкий спектр вопросов, возникающих в учреждениях социально-культурной сферы.

В 2017–2018 учебном году выпускниками Академии были разработаны 29 проектов, пять из которых были практически реализованы.

Тематика подготовленных работ довольно разнообразна и охватывает различные виды социально-культурного сервиса, востребованные населением. Следует отметить, что, несмотря на традиционное первичное представление продукта проекта, его использование направлено на создание уникальных ценностей для определенного сегмента потребителей.

Детальная информация о некоторых проектах представлена в табл. 1.

Таблица 1

Информация о проектах социально-культурной сферы, разработанных в рамках выпускных квалификационных работ магистров по профилю «Управление проектами в социально-культурной сфере»

Название проекта	Продукт	Ценность	Целевая группа населения
Проект создания детской парикмахерской в г. Луганске	Парикмахерская, предоставляющая уникальную услугу	Организация детской игровой деятельности при получении безопасных парикмахерских услуг в комфортных для ребенка условиях	Дети в возрасте от 1 до 10 лет (и их родители)

**МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Проект подготовки конкурса «StArt Up-менеджер» в ЛГАКИ имени М. Матусовского	Конкурс идей активных подростков	Активизация креативной активности молодежи, трансфер идей	Подростки в возрасте от 12 до 19 лет, органы власти
Проект открытия арт-кафе «Чемодан» в г. Луганске	Детское кафе, предоставляющее уникальный комплекс услуг	Организация семейного досуга, осуществления развлекательной и познавательной деятельности	Дети в возрасте 5 до 15 лет
Проект конструирования жизненной стратегии молодежи в условиях эмиграции	Сайт, реализующий модель социально-культурной адаптации молодежи в условиях миграции	Организованная коммуникация между мигрантами по проблемным вопросам адаптации	Молодежь в возрасте от 18 до 35 лет
Проект создания женского фитнес-центра в г. Луганске	Фитнес-центр, предоставляющий инновационную услугу для женщин	Организация досуговой деятельности, стимулирующей творческую активность женщин	Женщины в возрасте от 25 до 60 лет
Проект организации мастер-класса «Творческая экономика» для студентов ЛГАКИ имени М. Матусовского	Программа мастер-класса для студентов творческих специальностей Академии	Формирование знаний в области экономики и студентов творческих специальностей Академии	Молодежь в возрасте от 18 до 35 лет
Проект создания пункта проката велосипедов в г. Луганске	Пункт велопроката с оборудованием и интересными маршрутами по исторической части города	Организация велосипедного культурно-познавательного досуга	Люди в возрасте от 14 до 70 лет
Проект создания центра по организации социально-культурных и тематических мероприятий в г. Луганске	Тематическое мероприятие, имеющее историческую направленность	Повышение уровня культурно-исторической грамотности населения, расширение клиентской базы центра	Люди в возрасте от 14 до 70 лет
Проект создания спортивной секции для детей	Спортивная секция для детей с ограниченными	Организация адаптации детей с ограниченными возможностями	Дети в возрасте от 6 до 19 лет

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

с ограниченными возможностями в г. Ровеньки	возможностями	в социально-культурной среде	
---	---------------	------------------------------	--

Довольно низкий уровень практической реализации предлагаемых проектов отчасти объясняется сложностями с финансированием, особенно в случаях, когда организацией-заказчиком выступает государственное учреждение. При этом бюджет предлагаемых проектов в среднем составляет 150–200 тыс. рублей. В связи с этим представляется перспективным развитие фандрейзинга.

Дополнительного внимания требуют процессы информационного сопровождения проекта [3] и продвижения продукта, что позволит своевременно довести информацию о проекте целевой аудитории потребителей и позиционировать продукт проекта на рынке.

Поиск рациональных решений по разрешению перечисленных проблемных вопросов планируется вести как на методическом уровне, так и на инструментальном путем апробации в выпускных квалификационных работах слушателей магистратуры последующих лет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новаторов, В. Е. Культурно-досуговая деятельность / В. Е. Новаторов. – М.: Высшая школа, 2001. – 308 с.

2. Буянкина, Е. Г. Социально-культурная деятельность национальных общественных объединений по формированию ценностных ориентаций молодежи / Е. Г. Буянкина. – Барнаул: АлтГАКИ, 2008. – 169 с.

3. Борзенко-Мирошниченко, А. Ю. Информационное сопровождение проекта организации конкурса творческих работ «StArtUp-менеджер» / А. Ю. Борзенко-Мирошниченко, В. М. Бурый // Материалы II Республиканской научно-практической интернет-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием «Информационные технологии в экономике», 21–22 марта 2018 года [Электронное издание]. – Луганск: Изд-во Луганского национального университета имени Владимира Даля, 2018. – С. 61–64. – Режим доступа:

https://ecps.gnomio.com/pluginfile.php/6156/mod_resource/content/1/Борзенко-Мирошниченко%20А.Ю.%2С%20Бурый%20В.М.%20тезисы%20Интернет-конференция%202018%2С%20Луганск.pdf

УДК 316.613:07

*И. Э. Кутовая,
г. Луганск*

СОЦИАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Эффективное использование информации способствует развитию всех сфер деятельности государства в целом и отдельно взятого субъекта в частности и в конечном счете приводит к значительным успехам в экономике, бизнесе, науке, образовании... Вместе с тем информация стала фактором, способным привести к крупномасштабным авариям, военным конфликтам, дезорганизации государственного управления, различных гражданских институтов.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Масс-медиа давно обозначены как четвертая ветвь власти, которая использует слово в качестве основного инструмента информирования и просвещения, пропаганды и коммуникации. В условиях глобализации и внедрения новых цифровых и информационных технологий роль СМИ значительно возросла. И кроме названных видов деятельности, сегодня они активнее вовлекаются в решение тех задач, которые ранее считались для них дополнительными или производными. Служители пера, имея на вооружении не только слово, но и другие медиатехнологии, работают над формированием единой позиции масс по многим вопросам жизни общества, по сути, становятся доминирующим фактором формирования мировоззрения современного человека. Жизнь личности все больше определяется глобальной коммуникацией и зависит от нее.

Создание социальной иллюзии невозможно без средств массовой информации и комплекса информационных технологий. Об этом пишут многие исследователи. Н. Б. Кириллова, в частности, считает, что медиа – это не просто средство для передачи информации, «это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [5, с. 56] и которую следует рассматривать как ключевую предпосылку социализации личности, интенсивного ее приобщения к доминантной системе ценностей. С. Жижек, рассматривая современную культуру в контексте всеобщей медиатизации, пишет о виртуальной реальности так: человек, захваченный и погруженный в медиакультуру, сам становится продуктом новых медиа, «телом, которое почти полностью «медиатизировано», функционирует с помощью протезов и говорит искусственным голосом» [4, с. 126]. О. В. Третьякова подчеркивает, что медиатизация жизни общества – это не только информационное обеспечение или перенос ее в сферу масс-медиа, но и все возрастающая зависимость культуры общества от того, каким образом и насколько полно СМИ отражают и интерпретируют события общественной жизни [7, с. 70].

Исходя из этого, массовая аудитория в информационном пространстве является легко управляемой, а ее поведение – предсказуемым. Вследствие этого медиапотребитель не всегда обращает внимание на качество информации, но выбирает интересный ему контент и выстраивает личностную модель поведения, которая соответствует схеме, разработанной авторами информационного продукта. В итоге массовая аудитория следит за развитием искусственных, специально созданных событий, воспринимает ложную и недостоверную информацию. Население в данной ситуации активно реагирует на эмоциональный контент, не перепроверяет факты, что ведет к деформации его представлений о реальной действительности. Настоящие же политические, экономические, любые другие проблемы государства, в том числе противоречия правовой практики, незавершенность судебно-правовой реформы и другие коллизии остаются вне сознания медиапотребителя. Таким образом, воздействуя на поведение населения, деятельность СМИ неизбежно затрагивает конституционные права и свободы большого числа граждан.

Есть ли перспективы свободной самореализации личности в условиях тотальной медиатизации общественной жизни? Оптимистичный сценарий развития событий, скорее всего, будет зависеть от совокупности действий трех субъектов: 1) самого человека; 2) субъектов, отвечающих за создание медиапродукта; 3) государства как гаранта прав и свобод личности и как субъекта правового регулирования.

Чаще всего подверженность манипуляциям имеет место в силу недостаточной юридической или общей грамотности лица, неумения или невозможности правильно

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

воспринять те или иные фактические обстоятельства, чрезмерного доверия к другой стороне и т. п. В повышении уровня медиаграмотности сегодня нуждаются практически все слои населения. Развитие данного образовательного направления может способствовать формированию критической оценки любой информации, что позволит, по мнению В. В. Смеюхи, снизить результативность информационно-психологических атак, направленных на массовое население, оградит аудиторию от участия в антинародных пропагандистских кампаниях, увеличит степень ее социальной ответственности [6, с. 42].

Свободная личность свободна в поиске источников информации или, точнее, первоисточников. Особенно это касается публичной информации, т. е. созданной, полученной в деятельности органов государственной власти, местного самоуправления, других уполномоченных субъектов. Сегодня механизмы получения такой информации достаточно регламентированы и обеспечены соответствующими процедурами обращений граждан. Доступность официальной информации в первую очередь обеспечивается систематическим и оперативным обнародованием информации: в официальных печатных изданиях; на официальных сайтах в сети Интернет; на информационных стендах; другими способами, предусмотренными законодательством. Так, Закон Луганской Народной Республики «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» [1] предусматривает, что государственные аудиовизуальные средства массовой информации должны обеспечивать оперативное информирование телезрителей и радиослушателей о решениях и действиях, заявлениях, обращениях, пресс-конференциях Главы ЛНР, Народного Совета ЛНР, Совета Министров ЛНР; иных общественно значимых фактах деятельности органов государственной власти.

Доступ к официальным данным возможен по запросам на информацию. Например, в порядке Закона Украины «О доступе к публичной информации» [3] либо Закон Луганской Народной Республики «О средствах массовой информации» [2]. Так, запрашивающий имеет право обратиться к распорядителю информации с запросом на информацию независимо от того, касается эта информация его лично или нет, без объяснения причины подачи запроса. Запрос на информацию может быть индивидуальным или коллективным. Запросы могут подаваться в устной, письменной или иной форме (по почте, факсу, телефону, электронной почте) по выбору запрашивающего. Письменный запрос подается в произвольной форме.

Более или менее оперативно получить необходимые материалы можно прямо на официальных веб-сайтах центральных и территориальных субъектов управления через интернет-приемные. Другой вопрос – непонимание населением своих юридических возможностей, низкая активность во взаимодействии с публичными администрациями вследствие недоверия, бюрократизма или негативного опыта.

Источником информации могут служить и другие официальные инстанции: государственные архивы, библиотеки, органы статистики, метеолаборатории, агентство правовой и судебной информации, хозяйствующие субъекты, банки, профсоюзы, прочие лица, обладающие информацией на законных основаниях и несущие обязанности по её предоставлению.

Наконец, альтернативой масс-медиа являются коллективы людей, сообщества, территориальные громады, профессиональные ассоциации, взаимодействуя с которыми

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

возможно находить объективные ответы на многие вопросы, формировать независимое общественное и личное мнение.

Относительно деятельности СМИ приходится констатировать, что к аудитории с низким уровнем медиаобразования относится и часть журналистского сообщества. Данный вопрос также обсуждается в литературе. Авторы приходят к заключению, что непрофессионализм сотрудников масс-медиа, выражающийся в непреднамеренном искажении информации, публикации непроверенных фактов, излишней эмоционализации публикаций, ведущей к провокации аудитории на участие в псевдодискуссиях, связывается с некачественным профильным образованием [6, с. 40]. Однако это только часть айсберга. Авторами медиапродукта сегодня выступают сетевые издания, социальные сети, работа в которых не предусматривает обязательного наличия специального образования, журналистских навыков, широкая аудитория стала самостоятельно создавать значительный объем информации различной тематической направленности.

Развитие веб-среды и коммуникативных практик несомненно актуализирует вопрос этики и повышения социальной и юридической ответственности авторов медийного продукта. Большое прикладное значение имеет разработка правовой концепций культуры масс-медиа, даже локального характера. Явным является понимание необходимости установления рамок медиаповедения. Однако эта тема заслуживает отдельного исследования.

Динамика отношений, появление новых социальных вызовов и противоречий не может остаться без внимания законодателя. Интенсивная медиатизация требует соответствующей реакции государства: координации информационных процессов, правового обеспечения всех сфер информатизации, подготовки предложений, мер, программ по развитию информационной сферы как правового пространства, создания условий для повышения уровня реализации и защиты информационных прав человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Луганской Народной Республики «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» от 27 мая 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/>
2. Закон Луганской Народной Республики «О средствах массовой информации» от 7 ноября 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/>
3. Закон Украины «О доступе к публичной информации» от 13.01.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/a#Find>
4. Жижек, С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия / С. Жижек // Искусство кино. – 1998. – № 2. – С. 119–128.
5. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2006. – 244 с.
6. Смеюха, В. В. Медиатизация общества: проблемы и последствия / В. В. Смеюха // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 18 (215). – С. 38–42.
7. Третьякова, О. В. Медиатизация правовой жизни общества: pro et contra / О. В. Третьякова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 1. – С. 67–72.

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
РЕГИОНА И ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ЛИЦ**

Экономический потенциал представляет собой сложную категорию, особенности которой зависят от носителя потенциала. Термин «носитель потенциала» ввел в научный обиход Б. Е. Бачевский [1], определивший его как любое естественное или искусственное явление, которому присуще внутреннее свойство проявляться относительно внешней среды определенным образом (что можно оценить как потенциал объекта) и без которого это свойство (потенциал) не существует. Под естественными объектами им понимались объекты, имеющие структуру физического характера, а не организационно-экономического. В противовес естественным объектам представлялись искусственные, под которыми понимались предприятие и его составные элементы, элементы инфраструктуры территории, отрасли, территориальные образования типа области, района, региона и имеющие возможность проявляться в отношении внутренних субъектов оценки. Исходя из этих утверждений, в нашей работе носителем потенциала является территория (регион), которая представляет искусственный объект, имеет организационно-экономическую структуру, является изменчивой в силу влияния множества факторов и заинтересованных сторон. Так, проанализировав научные источники [2; 3; 5–7], мы определили базовый набор элементов экономического потенциала региона, формирующих его структуру.

Эколого-экономический (или природно-ресурсный) потенциал (ППП) характеризует природные условия, факторы и богатства региона, которые уже вовлечены в хозяйственный оборот, а также доступны для освоения при данных технологиях и социально-экономических отношениях.

Производственно-технологический потенциал (ПТП) – это совокупность средств производства (зданий, сооружений, оборудования), а также существующих технологических способов (технологий) их использования в экономической деятельности с целью преобразования предметов труда в продукцию для конечного потребления, необходимых для удовлетворения потребностей общества.

Трудовой потенциал (ТрП) – это трудовые ресурсы страны, включая предпринимательские способности. Количество и качество имеющихся трудовых ресурсов с учетом возможности их увеличения по достигнутому уровню развития науки и техники определяются численностью активного трудоспособного населения и его образовательным и профессионально-квалификационным уровнем.

Научно-исследовательский потенциал (НИП) – это потенциал, который есть в распоряжении страны в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР).

Внутриэкономический потенциал (ВЭП) – часть общего экономического потенциала (производственно-технологический потенциал) национальной экономики, ориентированная на удовлетворение внутренних потребностей национального производства и социальной сферы.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Экспортный потенциал (ЭП) – это способность национальной экономики производить продукцию, конкурентоспособную на мировых рынках, экспортировать ее в достаточных объемах по мировым ценам.

Информационный потенциал (ИнфП) – это имеющиеся объемы информационных ресурсов, информационной техники и технологий и других средств и возможностей создавать, собирать, накапливать, обрабатывать и использовать различные формы информации для удовлетворения информационных потребностей общества.

Потенциал социального потребления (ПСП) – это объем и структура жизненных потребностей нации, которой должны соответствовать объем и структура созданного национального продукта для удовлетворения этих потребностей.

Производственный потенциал (ПрП) – это способность привлеченного количества и качества национального труда и капитала создавать продукт в единицу времени.

Инновационный потенциал (ИннП) – это комплекс взаимосвязанных ресурсов и способностей к их реализации, определяющих способность экономики региона к развитию на основе постоянного поиска, использования и развития новых сфер и способов эффективной реализации фактических и потенциальных рыночных возможностей.

Инвестиционный потенциал (ИнвП) – это способность привлекать в производство и эффективно использовать инвестиционные ресурсы для осуществления реальных и финансовых инвестиций, которые материализуются во вновь создаваемых факторах общественного производства и общественной инфраструктуре.

Потенциал управления (ПУ) – это имеющиеся способы и навыки определять цели, принимать решения, формировать программы, распределять функции и координировать деятельность организаций и людей в выполнении их задач и функций, формировать механизмы управления, рационализировать структуры организаций и обеспечивать эффективность их деятельности.

Интеллектуальный потенциал региона (ИнтП) – это системная совокупность образовательных, научных, инновационных, культурных, этических, этнических, языковых исторически обусловленных признаков региона.

Финансовый потенциал региона (ФП) – это совокупность накопленных, привлекаемых и образующихся в результате хозяйственной деятельности финансовых ресурсов, поступающих в распоряжение экономических агентов, обуславливающих достижение стратегических целей социально-экономического развития региона.

Потенциал знаний (ПЗ) определяет возможности региона относительно устойчивого создания, распространения и использования знаний для экономического роста.

Технологический потенциал (ТП) – это возможности региона, во-первых, воспринимать и адаптировать существующие технологии для нужд региона, во-вторых, создавать новые технологии с целью экономического роста.

Интегральный потенциал (ИнтегП) – это совокупная характеристика имеющегося на территории региона основного человеческого и природного капитала, характеризующегося интегральным потенциалом высокого, среднего или низкого уровня, от которого зависит скорость перехода к новой экономике, возможность воспринимать новые знания, технологии и информацию.

Экономический потенциал региона представляет собой совокупность свойств всех слагаемых потенциалов, количество которых ограничивается только уровнем наших знаний

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

относительно таких категорий, как время, пространство, строение вещества. Однако, как уже упоминалось выше, организационно-экономическая структура региона изменчива, и уверенно определить величину экономического потенциала региона можно при условии сокращения количества формирующих элементов, важных для заинтересованных в использовании, управлении, диагностике и оценивании такого потенциала лиц. Следовательно, в зависимости от интересов субъектов использования экономического потенциала региона набор его элементов может варьироваться как по количеству, так и по качеству.

Прежде чем определить вариации организационно-экономической структуры региона исходя из количественного состава, необходимо сформировать круг заинтересованных сторон (субъектов использования экономического потенциала региона), интересы которых могут повлиять на внутренние свойства региона в процессе его функционирования как социально-экономической системы или даже в результате распространения информации о его потенциале. Круг заинтересованных сторон использования экономического потенциала региона может состоять из следующих субъектов:

– *общество (громада)*, которое определяет глобальные угрозы и положительные пути развития отдельных объектов, группировок, явлений (вроде глобального потепления, международного терроризма, приоритетных направлений развития науки и техники) через международные общественные и научные учреждения;

– *государство* в ходе планирования развития национальной экономики, улучшения использования потенциала внутренних регионов (административных единиц, отдельных регионов, экономических районов, областей, особых зон) через центральные органы власти страны;

– *регион*, который в составе государства имеет определенную степень самостоятельности в решении вопросов использования и развития своего потенциала посредством региональных органов самоуправления;

– *населенный пункт* как составной элемент региона посредством органов самоуправления;

– *предприятия и другие субъекты хозяйствования* как составляющие элементы региона в лице владельца, учредителя, акционеров и т. д. с участием конкурентов и государства;

– *субъекты научной деятельности* (НИИ, отдельные исследователи), которые выступают в роли независимых учреждений изучения, управления, использования, оценки и диагностики показателей отдельных объектов;

– *этнические и социальные группы людей*, объединенные по интересам, которые могут осуществлять использование, управление, диагностику, оценку экономического потенциала региона через независимые исследовательские учреждения;

– *юридические и физические лица*, интересы которых пересекаются с уровнем развития экономического потенциала региона, включая перспективы развития инфраструктуры региона при выборе места жительства или развертывания бизнеса, потенциал устойчивости предприятия в условиях развития кризисных явлений при выборе места работы или партнера в ходе реализации хозяйственной деятельности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Исходя из анализа целей заинтересованных сторон при осуществлении управленческого воздействия на экономический потенциал региона, можно провести оценку соответствия таких целей элементам, формирующим состав экономического потенциала региона. Основываясь на положении теории стейкхолдеров Р. Е. Фримана о том, что заинтересованное лицо представляет из себя группу (индивидуума), которая может оказывать влияние на работу субъекта хозяйствования, и субъект хозяйствования может оказывать влияние на заинтересованное лицо, можно выделить критерии оценки соответствия, используя трехбалльную шкалу от 0 до 2, которая будет соответствовать степени выраженности такого влияния, а именно: от полного его отсутствия до полного взаимного влияния субъекта и потенциала. Такая оценка представлена в табл. 1.

Таблица 1

Оценка соответствия целям заинтересованных в использовании экономического потенциала региона лиц элементов, формирующих его состав

Заинтересованные в использовании ЭПР лица									
Элементы, формирующие состав ЭПР	Общество (громада)	Государство	Регион	Населенный пункт	Предприятия и другие субъекты хозяйствования	Субъекты научной деятельности	Этнические и социальные группы людей	Юридические и физические лица	Ранг
1. Финансовый потенциал региона	2	2	2	2	2	2	2	2	16
2. Эколого-экономический (природно-ресурсный) потенциал	2	2	2	2	1	2	2	2	15
3. Интегральный потенциал	2	2	2	2	2	2	1	1	14
4. Потенциал знаний	2	2	2	1	1	2	2	1	13
5. Трудовой потенциал	1	2	2	1	2	2	1	1	12
6. Потенциал социального потребления	2	2	2	2	1	0	2	1	12
7. Производственный потенциал	0	2	2	2	2	2	1	1	12
8. Инвестиционный потенциал	1	2	2	2	2	2	0	1	12
9. Потенциал управления	0	2	2	2	2	2	1	1	12
10. Интеллектуальный потенциал региона	1	2	2	1	2	2	1	1	12
11. Производственно-технологический потенциал	0	2	2	1	2	2	1	1	11
12. Внутриэкономический потенциал	1	2	2	2	1	1	1	1	11
13. Информационный потенциал	1	2	2	1	1	2	1	1	11
14. Технологический потенциал	0	2	2	1	2	2	0	1	10
15. Инновационный потенциал	0	2	2	1	1	2	0	1	9
16. Экспортный потенциал	1	2	2	1	1	0	0	1	8
17. Научно-исследовательский потенциал	0	2	1	1	1	2	0	0	7
Итого баллов по заинтересованным лицам	16	34	33	25	26	29	16	18	X

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Пояснение к таблице:

0 – предполагает отсутствие взаимного влияния между заинтересованным в использовании экономического потенциала региона лицом и элементами, формирующими его состав;

1 – предполагает наличие влияния с какой-либо из сторон;

2 – влияние присутствует с обеих сторон.

Ранжирование суммарного балла, полученного при оценке соответствия целям заинтересованных в использовании экономического потенциала региона лиц элементов, формирующих его состав, позволяет нам говорить о тех элементах, которые занимают особо значимое место в составе экономического потенциала региона. Однако элементы, завершающие список в таблице, не являются менее важными для достижения целей, поставленных перед субъектами управления экономическим потенциалом региона. В данной таблице проведен анализ для установления количества элементов экономического потенциала региона в соответствии с целями заинтересованных сторон.

Итоговая балльная оценка по заинтересованным лицам, представленная в табл. 1, отображает степень заинтересованности в использовании, управлении, диагностике и оценке экономического потенциала региона. Так, можно сделать вывод о том, что именно государственные органы заинтересованы в росте экономического потенциала региона, т. е., согласно теории стейкхолдеров, присутствует высокая степень влияния государства в лице органов управления на экономический потенциал региона и наоборот. Менее выражено взаимное влияние с регионом в лице органов местного самоуправления. На третьем месте по степени взаимного влияния находятся субъекты научной деятельности.

Однако необходимо помнить, что между заинтересованными лицами также могут существовать различные отношения, которые не всегда носят характер сотрудничества и совпадения интересов; такие отношения могут характеризоваться также как конкурентные и враждебные. Поэтому всех заинтересованных лиц можно рассматривать как единое противоречивое целое, равнодействующая интересов частей которого будет определять траекторию развития экономического потенциала региона. Такое целое называется «коалицией влияния» или «коалицией участников бизнеса» субъекта хозяйствования [4]. Этот вопрос очень важен и будет учтен в ходе дальнейшего исследования. На данном этапе необходимо определить состав и характеристику экономического потенциала региона с позиции целей заинтересованных лиц, чему посвящена табл. 2.

Таблица 2

Содержание экономического потенциала региона в соответствии с целями заинтересованных сторон

Заинтересованные лица	Характеристика
Общество (громада)	Экономический потенциал региона для общества как заинтересованного лица представляет интерес как инструмент, способствующий развитию этого общества посредством предоставления возможностей реализовать трудовую, производственную, интеллектуальную, финансовую и т. д. квалификацию этого общества с целью получения больше благ через новые технологии, рациональное ресурсопотребление, инвестиции, внешние рынки

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Государство	Экономический потенциал региона для государства как заинтересованного лица представляет интерес как совокупность всех составляющих экономического потенциала для достижения собственных целей в увеличении благосостояния населения государства и укреплении его позиций на мировой арене
Регион	Экономический потенциал региона для региона как заинтересованного лица представляет интерес, сходный с государственным, однако целью является собственная территориальная независимость в экономическом, экологическом, научном, трудовом, инвестиционном и других аспектах для увеличения благосостояния этого региона
Населенный пункт	Экономический потенциал региона для населенного пункта как заинтересованного лица представляет интерес в качестве условий для развития субъектов хозяйствования, социальной, экономической, экологической, научной и образовательной сфер для развития населенного пункта
Предприятия и другие субъекты хозяйствования	Экономический потенциал региона для общества как заинтересованного лица представляет интерес как наличие возможности выстраивать эффективный и прибыльный бизнес в конкретном регионе, обеспечивающий не только материальные, но и социальные блага
Субъекты научной деятельности	Экономический потенциал региона для субъектов научной деятельности как заинтересованного лица представляет интерес как научная категория, позволяющая использовать присущие ей характеристики в качестве способов достижения высокой степени развития региона в разных экономических дисциплинах
Этнические и социальные группы людей	Рассматривают экономический потенциал региона в качестве возможностей реализации определенных этнических и социальных целей, присущих тем или иным группам, путем использования трудовых, интеллектуальных, управленческих и других навыков и квалификации в рамках составных элементов экономического потенциала региона
Юридические и физические лица	Рассматривают экономический потенциал региона в качестве условий экономического развития региона и его составных элементов, обеспечивающих нормальные условия проживания и развития бизнеса

Исходя из проведенного анализа состава экономического потенциала, можно сформулировать такое его определение, которое могло бы объединить в себе характеристики всех экономических потенциалов региона, рассматриваемые всеми заинтересованными лицами, т. е. экономический потенциал региона представляет собой: инструмент для общества, способствующий его развитию посредством предоставления возможностей реализовать различную квалификацию этого общества с целью получения больше благ через новые технологии, рациональное ресурсопотребление, инвестиции, внешние рынки; средство достижения целей государства в увеличении благосостояния населения государства и укреплении его позиций на мировой арене; средство обеспечения территориальной независимости региона в экономическом, экологическом, научном, трудовом, инвестиционном и других аспектах для увеличения его благосостояния; условие для развития субъектов хозяйствования, социальной, экономической, экологической, научной и образовательной сфер с целью развития населенного пункта; возможность выстраивать эффективный и прибыльный бизнес в конкретном регионе, обеспечивающий не только материальные, но и социальные блага; научная категория, позволяющая использовать

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

присущие ей характеристики в качестве способов достижения высокой степени развития региона в разных экономических дисциплинах; возможность реализации определенных этнических и социальных целей, присущих тем или иным группам, путем использования трудовых, интеллектуальных, управленческих и других навыков и квалификации в рамках составных элементов экономического потенциала региона; условия экономического развития региона и его составных элементов, обеспечивающие нормальные условия проживания и развития бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бачевський, Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навчальний посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Булатова, Ю. И. Финансовый потенциал региона: содержание и структура [Электронный ресурс] / Ю. И. Булатова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2010. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-potentsial-regiona-soderzhanie-i-struktura>.
3. Дослідження рівня використання економічного потенціалу регіону : монографія / за ред. В. Ф. Семенова, О. І. Руденко. – Одеса : Одеський національний економічний університет, 2012. – 150 с.
4. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : теория и практика / А. Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
5. Національна економіка : навчальний посібник / А. Ф. Мельник, А. Ю. Васіна, Т. Л. Желюк, Т. М. Попович. – К. : Знання, 2011. – 463 с.
6. Школа, В. Ю. Економічний потенціал регіону та його складові [Электронный ресурс] / В. Ю. Школа. – Режим доступа: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25831/1/Shkola.pdf>.
7. Яруллина, Д. Х. Экономический потенциал региона: содержание и особенности структурного строения / Д. Х. Яруллина // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 3 (71). – С. 380–385.

**МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ**

УДК 130.3:159.923.5

*В. М. Бурым,
г. Луганск*

**ФОРМЫ ВЫЯВЛЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ
КРЕАТИВНОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ**

В современных условиях развития экономики одним из приоритетных направлений является усиление инновационной деятельности. Внесение значительного вклада в процессы инновационного развития возлагается на молодежь. Естественно, что основная роль отводится идеям трудоспособной молодежи, имеющей профессиональное образование [5].

Однако для определения верных стратегических приоритетов развития целесообразно выявлять и активизировать креативную деятельность школьников как представителей последующих поколений, которые будут использовать продукты долгосрочных проектов развития.

Для подростковой категории населения необходимы специальные формы и методы выявления и активизации креативной деятельности не только в экономической, но и в социально-культурной сфере.

Сегодня общеобразовательная школа ориентирована на решение проблемы гуманизации образования, то есть на создание условий для всестороннего развития учащихся с учетом их индивидуальных особенностей, на адаптацию к жизни в информационном мире, на воспитание креативной личности, на свободную ориентацию в изменяющихся жизненных ситуациях. На этом фоне с особой остротой встает проблема формирования интеллектуального потенциала молодежи, воспитания молодого поколения личностей, способных обеспечить высокий уровень конструкторских разработок и технологий и тем самым создать надежную научную основу для решения актуальных социальных, экономических, экологических, культурных и других проблем.

К проблеме формирования креативной личности общество обращалось на протяжении всей истории развития, ведь именно в творческой деятельности заложены перспективы социального прогресса. Креативность в наше время очевидна, она всюду: и в анкете по трудоустройству, и в реализации ваших планов, и в росте, и в творческой самореализации, и в культуре цивилизации, и в неудержимом движении прогресса.

Учитывая актуальность проблемы, ее недостаточную разработанность в теории и практике высших учебных заведений, противоречия при отборе потенциальных абитуриентов среди креативной молодежи, в формировании социально-культурного досуга школьников и состоянии воспитательной практики, отсутствие методики воспитания этой характеристики личности, была определена тема работы.

В контексте исследования значительный вклад в решение проблемы выявления, изучения и развития креативности внесли такие известные отечественные психологи и педагоги, как Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Я. А. Пономарев, П. Я. Гальперин, В. В. Давыдов, Г. С. Костюк, В. Н. Дружинин, А. В. Петровский,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. М. Матюшкин, Д. Б. Богоявленская, Н. С. Лейтес, А. Моляко и др., а также зарубежные исследователи Ж. Пиаже, А. Бине, Ч. Спирмен, Д. Векслер, Дж. Гилфорд, Э. П. Торренс, Г. Айзенк, Р. Стернберг, Ж. Годфруа и др.

В наше время общество стремится развивать в человеке творческую активность. Современные руководители, работодатели, педагоги независимо от рода деятельности требуют от своих коллег, сотрудников, учащихся творческого подхода, изобретательности, разносторонности, оригинального новаторства, то есть креативности.

Креативность – это способность к творчеству, способность придумывать, создавать, находить необычные вещи, видеть мир как-то по-особенному. Это творчество, которое полезно и на работе, и в жизни.

Креативный человек – это выдумщик. Это тот, кто придумывает и фантазирует, делая жизнь ярче, интереснее, превращая все в нечто новое, неповторимое [8].

Внутренняя сущность человека до сих пор остается неразгаданной тайной, и потому раскрыть ее – сложная задача. Даже если удастся лишь приоткрыть дверь в необъятные глубины человеческой сущности, это будет означать приблизиться к пониманию процесса становления человека, его исторического предназначения, его предыстории и, соответственно, его будущего.

Термин «креативность» в педагогике и психологии получил распространение на Западе в 60-х годах XX века после публикаций работ Дж. Гилфорда, благодаря которым фактически рождается современная психология творческой одаренности (психология креативности).

Сущность понятия креативность представлена на рис. 1 [4].



Рис. 1. Значение термина «креативность»

На рис. 1 подчеркнуто, что термин «креативность» имеет двойное значение: творчество и создание. Однако следует помнить, что творчество не всегда дает творческий результат, а креативность ведет к созданию творческого продукта.

Понятие «креативность» в контексте психологического знания приобрело значение до начала 50-х годов. Пионером в области креативности считают Дж. Гилфорда, который отождествил понятия креативности и творческого мышления.

Creative в переводе с английского означает «творческий». Поэтому иногда и отождествляют творчество с креативностью. Однако, повторимся, творчество не всегда дает творческий продукт, а креативность включает в себя способность к созданию творческого продукта (новые способы, новые решения, новые варианты). Творческая, активная личность формируется преимущественно условиями воспитания, влиянием социальной среды и системы образования и обучения. Если же творческая активность проявляется и при отсутствии или недостаточности внешних условий, то такую творческую активность

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

называют креативной. Креативность базируется на специфических психофизиологических особенностях индивида, в частности на высокой динамике правого полушария головного мозга (образное мышление).

Выделяют факторы, которые мешают проявлению креативных (творческих) способностей: недостаточное развитие определенных способностей учащихся; наличие таких личностных черт, как склонность к конформизму, боязнь выглядеть смешным в своих суждениях и действиях, опасения давать рецензии на ответы или действия других учеников из-за боязни возмездия; завышенная оценка значимости своих собственных идей; конфликт двух типов мышления: критического и творческого [7].

Преодолеть вышеуказанные трудности возможно путем создания в познавательной деятельности учащихся ситуации успеха и ощущения правильности выполнения задачи. Это достигается наличием соответствующей мотивации, определенным уровнем эмоционального возбуждения. Учитель должен каждый урок строить так, чтобы у учащихся постоянно был устойчивый интерес к предмету и процессу познания, учебная активность, желание творить и познавать. Именно креативное обучение этому и способствует.

Для того чтобы креативное мышление развивалось, необходимо создать в классе такую атмосферу, которая убедила бы учеников, что каждое их мнение или идея желанны и допустимы. Целесообразно использовать такие учебно-методические технологии, которые привлекают учеников к теоретическим соображениям и практическим действиям, побуждают их делиться своими идеями, повышают их активность. Только тогда, когда ученики на уроке активно вовлечены в учебно-воспитательный процесс на достаточно сложном уровне, они испытывают удовольствие от этого, а их интеллектуальный уровень значительно повышается. На таких уроках формируется самооценка собственных знаний и оценка своих взаимоотношений с другими людьми и окружающей средой.

Статистика свидетельствует: если создать для школьников надлежащие условия, не менее 30 % из них достигают в жизни вершин. Чем активнее учитель включается в проблемы интеллектуальной одаренности, тем быстрее общество получит профессионально ориентированных и психологически устойчивых молодых людей, способных плодотворно работать, умеющих реализовать свой творческий потенциал.

Дж. Гилфорд выделил следующие способы стимуляции творческой активности [6]:

1. Обеспечение благоприятной атмосферы, доброжелательность со стороны преподавателя, его отказ от выставления оценок и критики в адрес ученика способствуют свободному проявлению дивергентного мышления.

2. Обогащение окружающей среды самыми разнообразными новыми предметами и стимулами с целью развития любознательности.

3. Поощрение высказывания оригинальных идей.

4. Обеспечение возможностей для упражнений и практики. Широкое использование вопросов дивергентного характера применительно к разным областям как учебного, так и внеучебного характера.

5. Использование личного примера творческого подхода к решению проблем.

6. Предоставление детям возможности активно задавать вопросы.

В. М. Дружинин считает, что креативность является свойством, которое актуализируется лишь тогда, когда это позволяет окружающая среда. Для формирования креативности необходимы следующие условия [3]:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- отсутствие образца регламентированного поведения;
- наличие положительного образца творческого поведения (в первую очередь на развитие способности влияет общение школьников со взрослыми людьми, обладающими развитыми креативными способностями);
- создание условий для подражания творческому поведению;
- социальное подкрепление творческого поведения.

Подводя итоги вышесказанному, следует отметить, что развитие творческой активности учащихся будет осуществляться более эффективно по сравнению с имеющейся практикой, если выполняется ряд педагогических условий:

- совершенствование содержания образования осуществляется по многим направлениям, в том числе предполагает включение в учебный план факультативов и спецкурсов, способствующих развитию познавательных потребностей и творческой активности учащихся;

- реализуются идеи профильного обучения с помощью вариативных учебных планов, учитывающих познавательные возможности и потребности учащихся;

- организовано совместное творчество учителей и учеников путем включения в учебно-исследовательскую и научно-исследовательскую деятельность.

Метод проектов – это комплексный обучающий метод, который позволяет индивидуализировать учебный процесс, дает возможность ученику проявить самостоятельность в планировании, организации и контроле своей деятельности, проявить творчество при выполнении учебных задач.

Проектная форма деятельности эффективна только в контексте общей концепции обучения и воспитания. Она предусматривает отход от авторитарных и репродуктивных методов обучения, требует обдуманного и обоснованного сочетания с различными методами, формами и средствами обучения и является одной из многих инновационных разработок в образовании.

Причиной появления любого проекта является возникшая и не решенная в конкретной социально-экономической системе (далее – организации) проблема развития. Эту проблему невозможно решить благодаря реализации традиционной функциональной деятельности, а только применяя новые, инновационные подходы и идеи [2].

Однако для определения верных стратегических приоритетов развития целесообразно выявлять и активизировать креативную деятельность молодежи как представителей следующих поколений, которые будут использовать продукты долгосрочных проектов развития.

Для подростковой категории населения необходимы специальные формы и методы выявления и активизации креативной деятельности не только в экономической, но и в социально-культурной сфере.

На современном этапе научной разработанности этой проблемы главная цель исследования заключается в фокусировке системы идей, которые будут раскрывать основы и сущностные характеристики общественных объединений молодежи, специфику влияния их деятельности на развитие личности, условия, которые способствовали бы реализации на практике воспитательного потенциала педагогически организованного общества молодежи. Согласно данным социально-педагогических и психологических исследований в развитии личности на любом этапе необходимо сравнение объединений, способных сплотить молодых

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

людей, которые наделены социально значимыми качествами личности: активностью, креативностью, гибкостью мышления, а также обладают гуманистическим мировоззрением.

Анализ жизненного пути выдающихся творцов все больше приводит исследователей к выводу о том, что труд, способность к обучению и увлеченность своим делом играют более важную роль, чем собственно одаренность. Креативность – это всего лишь фактор личности, вовсе не гарантирующий ее успех, но при определенных условиях она может привести к грандиозным достижениям.

Необходимость учитывать в воспитании поколений креативность очевидна, ведь универсальный потенциал креативности может быть реализован как на пути созидания, так и на пути разрушения. Среди современных технических устройств практически нет таких, которые не могли бы использоваться во вред человеку, хотя многие и разрабатывались, как представлялось, только для его блага.

В заключение следует отметить целесообразность создания условий, способствующих развитию интеллектуального и творческого потенциала молодежи, вовлечению ее в научно-исследовательскую и проектную деятельность, содействию профессиональной ориентации. Креативность (creativity) является платформой таланта, интеграционным качеством, благодаря которому осуществляются все великие деяния. Специалист, обладающий творческим потенциалом, производительной способностью к инновациям, созиданию на основе современных знаний и передовых технологий, – главный капитал любой страны [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Борзенко-Мирошниченко, А. Ю. Информационное сопровождение проекта организации конкурса творческих работ «StArtUp-менеджер» / А. Ю. Борзенко-Мирошниченко, В. М. Бурым // Материалы II Республиканской научно-практической интернет-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием «Информационные технологии в экономике», 21–22 марта 2018 года. – Луганск : Изд-во ЛНУ имени Владимира Даля, 2018. – С. 61–64.
2. Груничев, А. С. Управление проектами : учебное пособие / А. С. Груничев. – Казань : Казанский государственный технический университет, 2009. – 255 с.
3. Дружинин, В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.
4. Квасова, Н. С. Оптимальные технологии формирования и реализации социально-культурной активности людей среднего возраста / Н. С. Квасова // Науки о культуре: актуальные проблемы. – М. : Московский государственный университет культуры и искусств, 2004. – Ч. 1. – 120 с.
5. Комкова, А. В. Активизация творческого потенциала студентов экономических специальностей / А. В. Комкова, И. К. Корякина // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 10-1. – С. 68–69.
6. Семёнов, И. С. Проблемы рефлексивной психологии решения творческих задач : монография / И. С. Семёнов. – М. : НИИ общей и педагогической психологии, 1990. – 215 с.
7. Сологуб, А. Технологія креативного навчання / А. Сологуб // Управління освітою. – 2006. – № 11 (131), червень. – С. 4–5.
8. Терещук, А. Креативность как неотъемлемый компонент интеллектуального развития личности [Электронный ресурс] / А. Терещук. – Режим доступа: <http://www.newacropolis.org.ua/ua/study/conference/?Thesis=4254>.

**ОРГАНИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПОДРОСТКОВ ИЗ НЕБЛАГОПОЛУЧНЫХ СЕМЕЙ**

Становление личности является многофакторным процессом, на который оказывают влияние семейная обстановка, общение со сверстниками, наблюдение за окружающими, средства массовой информации и т. д. Подростки очень остро реагируют на происходящие изменения, т. к. потребность в самоутверждении и самовыражении, которая особенно актуальна в этот период, напрямую зависит от окружения и внешних условий.

Одной из ключевых социально-психологических проблем в социальной жизни страны является проблема адаптации детей из неблагополучных семей, их занятость и досуг. Главной особенностью неблагополучной семьи является ее разрушительное, десоциализирующее влияние на формирование личности ребенка, которое приводит к поведенческим отклонениям [1].

Противоречия в экономике и политике затрагивают и социально-культурную сферу, где наиболее уязвленными становятся социально незащищенные группы населения – дети и подростки из неблагополучных семей.

Большую роль играет и явно пессимистически-деструктивный настрой по отношению к подросткам со стороны общественности и средств массовой информации. Каждое новое поколение подростков называют «потерянным», «упущенным» в силу тех или иных обстоятельств. В одном случае причиной называют политическую нестабильность, в другом – экономические проблемы, в третьем – развал системы духовных ценностей нашего общества. Таким образом, каждый подросток вступает в жизнь с общественно заложенной низкой самооценкой, без реальных возможностей активного самоутверждения и самовыражения [1].

В научной педагогической литературе нет такого понятия, как «семейное неблагополучие». Поэтому в разных источниках встречаются понятия «дисфункциональная семья», «негармоничная семья», «семья, находящаяся в социально опасном положении», «асоциальная семья». Иными словами, это семья, в которой проявляются дефекты воспитания, где ребенок переживает стрессовые ситуации, насилие, голод – т. е. неблагополучие.

Под неблагополучием понимают следующие проявления: психическое (угрозы, подавление личности), физическое (жестокое наказание, насилие, отсутствие пищи), социальное (выживание из дома, отбирание документов). Таким образом, неблагополучная семья – это семья, имеющая низкий социальный статус в различных сферах жизнедеятельности; семья, в которой обесцениваются или игнорируются семейные функции, присутствуют скрытые или явные дефекты воспитания, в результате чего появляются «неблагополучные дети» [1].

Неблагополучными являются, как правило, семьи, где сложились неблагоприятные обстоятельства жизни. В таких семьях складывается неверный подход к воспитанию детей из-за потери внимания родителей, отсутствия средств к существованию, деградации личности отца и матери под влиянием алкоголя, наркотиков и других психотропных веществ.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Неблагополучную семью, причины и факторы ее формирования, причины девиантного поведения детей и подростков изучали И. С. Ганишина, А. Г. Грицай, С. В. Дармодехин, И. Ф. Дементьева, Л. А. Кабанина, О. Б. Конева, Ф. А. Мустаева и др.

Проблемы организации работы с детьми и подростками из неблагополучных семей нашли отражение в трудах Е. А. Власовой, М. О. Егоровой, С. Н. Каверина, Т. А. Крыловой, М. Л. Струковой, И. И. Осиповой, И. Е. Реуцкой, А. Ю. Рыкуна, К. М. Южанинова и др.

Однако, несмотря на столь большой объем исследований, проблема формирования личности у подростков и по сей день остается нерешенной и нуждается в дополнительном изучении, что весьма необходимо для подрастающего поколения молодой Луганской Народной Республики (ЛНР).

Сейчас в г. Луганске 218 семей состоят на учете в Управлении по делам детей, семьи и молодежи, свыше 100 семей – в Городском центре социальной службы по делам детей, семьи и молодежи.

Для большинства молодых людей из таких семей здоровье, учеба и дальнейшая карьера не являются приоритетными. Несмотря на отсутствие материального достатка, им проще вести себя вопреки общепринятым нормам поведения и не стремиться к стабильному трудоустройству. Культурные ценности для «неблагополучных детей» не являются важными. В силу определенных причин они редко посещают театры, музеи, предпочитая другие развлечения, являющиеся более дешевыми, привычными и более принятыми в компании, куда входит молодой человек.

В связи с этим решение проблемы социального развития и адаптации «неблагополучного подростка» как личности является весьма актуальным.

Успешная адаптация является полноценным условием жизнедеятельности человека, где заметную роль в становлении личности играет досуг. Именно в процессе досуговой деятельности у подростков есть возможность ознакомления с искусством, природой, трудом других людей, нормами и правилами межличностного общения, а также ценностями, имеющими нравственный и эстетический характер.

Досуг – часть нерабочего времени, которая остается у человека после исполнения основных обязанностей. Существуют два вида досуга: организованный и неорганизованный. Организованный досуг – кружки, секции и мероприятия, на которых ребенок находится под присмотром взрослого, который и занимается досугом воспитанника. Неорганизованный досуг – это то, чем ребенок занимается самостоятельно. Возникает такая форма досуга стихийно. Ребенок ищет общения, новых возможностей для того, чтобы познавать что-то новое и интересное [2]. Так и появляются неформальные группировки, которые классифицируются по интересам. Подростки из неблагополучных семей являются объектами вербовки для террористических образований.

Эффективность воспитательного воздействия досуговой деятельности на подростков с асоциальным поведением в значительной степени зависит от того, какие именно формы и приемы самовыражения выбраны для содержания такого вида деятельности. Форма в данном случае представляет собой сочетание способов и средств организации процесса досуговой деятельности, которое обусловлено ее содержанием. Вектор организационных форм досуговой работы с подростками должен лежать в направлении развития их познавательных интересов и способностей [3].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Институциональная система профилактики семейного неблагополучия, социального сиротства в ЛНР сегодня представлена государственными учреждениями (например, «Луганский городской центр социальных служб для семьи, детей и молодежи», «Республиканский центр социально-психологической реабилитации детей», Государственное учреждение Луганской Народной Республики «Луганское детское учреждение санаторного типа „Незабудка”» и др.), а также общественными организациями (НКО, церковь, благотворительный фонд «Добротолюбие»).

Система работы с неблагополучной семьей в Луганске была создана в 1996 году как Луганский приют для несовершеннолетних. На тот момент в приют принимали только детей из Луганска. В 2003 году приют стал собственностью Луганского областного совета и, соответственно, начал принимать ребят из всей Луганской области.

Изначально целью приюта было убрать беспризорников с улицы. К 2010 году ситуация с беспризорниками нормализовалась, таких детей стало гораздо меньше. Соответственно, поменялись приоритеты работы приюта. Главным стало оставлять детей из неблагополучных семей в биологической семье. Потому что для любого ребенка семейные ценности стоят во главе угла, какими бы ни были его родители. Тогда приюты для детей начали перепрофилировать в центры социально-психологической реабилитации.

В статусе республиканского Центр социально-психологической реабилитации был торжественно открыт 1 октября 2014 года. Центр рассчитан на 40 человек, куда поступают дети-сироты, лишенные родительской опеки или, если постарше, родительского попечения. Есть также ребята из семей, оказавшихся в сложных жизненных обстоятельствах или в тяжелом материальном положении. В 2016 году курс реабилитации в Центре прошли 119 детей. За первое полугодие 2017-го – 78. Большинство из них вернулись в биологические семьи, 14 удалось устроить в дома с семейными формами воспитания, 8 направлены в интернатные учреждения Республики.

Следует отметить, что на базе указанных учреждений также могут быть реализованы программы, в которых молодые люди могли бы удовлетворить свои возрастные и социальные потребности (потребность в общении, самоутверждении, автономии от взрослых, самореализации, идентификации, стремлении к риску, группировании со сверстниками). Можно выделить несколько вариантов таких программ: предложение специфической активности, которая предполагает преодоление различного рода препятствий и удовлетворяет потребность в риске, самоутверждении (клубы экспериментального спорта); поощрение участия подростков в различных видах досуговой деятельности (спорт, творчество), осуществляемой в клубах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гладилина, В. И. Культурно-досуговая деятельность как средство самоутверждения и самовыражения личности подростка : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Гладилина Валентина Игоревна. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств, 2008. – 204 с.
2. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности : учебник / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская ; под науч. ред. А. В. Каменца. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 246 с.
3. Проблемы социальной работы с детьми, оказавшимися в трудной жизненной ситуации : материалы Региональной научно-практической конференции (г. Ртищево, 11 нояб. 2011 г.) / под ред. Т. В. Егоровой, П. А. Шацкова. – Балашов : Николаев, 2012. – 124 с.

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ

Туризм называют феноменом XX века. Стремительный рост туристской индустрии вывел данную отрасль на лидирующие позиции в мировой экономике. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО) для 38 % государств туристская сфера стала основной бюджетообразующей отраслью, а в 83 % стран туризм является одним из пяти источников дохода. Во многих странах мира туризм занимает одно из ведущих направлений развития и приносит в казну государства около 10 % валового дохода.

Туристская индустрия обеспечивает занятость большому количеству людей, развивает инфраструктуру, приносит доход государству и частным предпринимателям. Туризм вносит вклад в сохранение объектов культурного наследия и природоохранных территорий. В свою очередь эти факторы способствуют развитию культуры и народных промыслов в регионе, улучшают уровень жизни местного населения и повышают престиж страны.

Основой для туризма является материально-техническая база и ресурсы. Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов. Поэтому туризм, с одной стороны, способствует охране туристских ресурсов, а с другой – помогает удовлетворять рекреационные потребности человека.

Сфера туризма может занять важное место и в экономике Луганской Народной Республики (ЛНР). Рост социальной напряженности, тяжелая экономическая ситуация и другие факторы сильно отразились на сфере туризма, так как данная отрасль очень чувствительна к негативным изменениям в экономике и политике.

Кроме того, ограничивают развитие туризма в ЛНР и внутренние причины. К ним относится неблагоприятное состояние инфраструктуры туризма, включая состояние транспортной отрасли, отсутствие высококлассной системы гостеприимства, недостаточность анимационных программ и низкий профессионализм сотрудников обслуживающей сферы.

Развитие туризма в ЛНР является важным экономическим фактором наряду с восстановлением промышленности и сельского хозяйства. Эти факторы способны вывести регион из социально-экономического кризиса, наступившего в республике в настоящее время. Поэтому одной из важнейших задач для ЛНР становится сохранение рекреационного потенциала и развитие инфраструктуры туризма.

Общие вопросы функционирования и развития туризма достаточно полно исследованы в трудах российских ученых А. Ю. Александрова, М. М. Амирханова, М. А. Бокова, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, Р. Ю. Попова, В. С. Сенина, А. Д. Чудновского, Г. А. Яковлева и др.

Проблемы регионального экономического развития в научной литературе рассматривались достаточно всесторонне с учетом различных позиций, характерных для определенного периода времени. Активные исследования в области зарубежной научной мысли в данном направлении с середины прошлого века проводились такими учеными, как Г. Армстронг, Ф. Кларк, Дж. Тэйлор, которые выработали основы теории пространственного

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

размещения производства и принципы осуществления региональной экономической политики.

В изучение вопросов развития туризма в регионах внесли свой вклад Ю. А. Аринцев, Л. В. Баумгартен, А. П. Дурович, А. С. Дымченко, А. С. Копанев, В. И. Криворучко, Л. В. Криворучко, М. А. Морозов, С. С. Скобкин и др.

В то же время ряд проблем остаются не изученными, в том числе проблемы, связанные с устойчивым развитием туризма в регионах.

В связи с тяжелой экономической и политической ситуацией в Луганской Народной Республике основные туристские маршруты, которые были популярны среди жителей г. Луганска, стали недоступны. Ранее луганчане активно посещали такие туристические объекты, как: Соледар, Святогорск, о. Хортица и т. д., ставшие в настоящее время малодоступными. На данный момент среди населения ЛНР наблюдается интерес к истории своего края, к основным достопримечательностям, которые находятся на территории республики. Отделом по туризму МКСМ ЛНР проводятся информационные туры, которые направлены на ознакомление граждан с новыми маршрутами по территории ЛНР, выпускаются каталоги туристских маршрутов.

Примечательно, что до 1992 года был актуален всесоюзный туристский маршрут № 643 «Молодогвардейский». В рамках этого маршрута туристы посещали Ворошиловград (Луганск), Краснодон, Боково-Платово, Донецк, Жданов (Мариуполь), Таганрог. Во время тура по Ворошиловградской области обязательными для посещения были музей К. Е. Ворошилова в Ворошиловграде и музей «Молодая гвардия» в Краснодоне.

В настоящее время многие объекты туристского маршрута № 643 могут быть интересными не только для жителей ЛНР и ДНР, но и для граждан Российской Федерации.

На территории ЛНР находятся музеи и памятные места, связанные с такими выдающимися личностями, как: К. Е. Ворошилов, А. Я. Пархоменко, известный поэт-песенник М. Л. Матусовский, составитель «Толкового словаря живого великорусского языка» В. И. Даль, составитель словаря украинского языка Б. Д. Гринченко, писатель В. А. Титов и мн. др.

К туристским ресурсам ЛНР относятся музеи, культовые сооружения, природные и архитектурные достопримечательности, памятники, мемориальные комплексы и т. д.

По данным МКСМ ЛНР, которые были опубликованы в каталоге туристских маршрутов «К святыням земли Луганской», в ЛНР находятся более 20 культовых сооружений [1]. Данные объекты могут служить целью паломнических туров.

На территории республики находится более 400 памятников истории и монументального искусства местного значения.

К памятникам истории национального значения относятся:

- мемориальный комплекс «Борцам революции» (г. Луганск, пл. Борцам революции);
- дом, в котором родился В. И. Даль (г. Луганск, ул. Даля, 12);
- мемориальный комплекс в честь молодогвардейцев (г. Краснодон, пл. им. «Молодой гвардии»);
- мемориальный комплекс «Миус-фронт» (Краснолучский район) [2].

Эти объекты заинтересуют туристов, путешествующих с культурно-познавательной целью. Кроме того, важное рекреационное направление в деятельности человека занимает

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

экологический туризм. Основной целью экологического туризма является гармонизация человека с окружающей его природной и социальной средой.

В Луганской Народной Республике находятся 65 особо охраняемых природных территорий и объектов. Так, только в Антрацитовском районе их 13, в Лутугинском районе – 13, в Свердловском районе – 8, в Краснодонском районе – 7, в Перевальском районе – 6.

К природным достопримечательностям ЛНР можно отнести:

– гидрологический памятник природы местного значения «Чеховский колодец». В 1887 г. источник посещал русский писатель Антон Павлович Чехов во время своего пребывания в Донбассе. В советские времена источник был обустроен ступенями и подпорной стенкой из камня местных пород, на которой размещен барельеф А. П. Чехова со словами из письма российскому издателю Н. А. Лейкину: «Жил я последнее время в Донской Швейцарии, в центре так называемого Донецкого кряжа: горы, балки, лесочки, речки и степь, степь, степь... Впечатлений тьма»;

– Луганский природный заповедник – отделение «Провальская степь». Общая площадь филиала – 587,5 га. Растительность заповедника разнообразна. На территории филиала «Провальская степь» обнаружено 33 вида растений, занесенных в Красную книгу ЛНР. К животному миру Провальской степи относятся лесные, степные и полупустынные виды. Здесь можно встретить 48 видов млекопитающих, около 250 видов птиц (70–80 видов на гнездовании), 7 видов пресмыкающихся, 5 видов амфибий, в водоемах обитает около 10 видов рыб;

– геологический памятник природы местного значения «Королевские скалы». На левом берегу реки Верхнее Провалье сформировались живописные величественные скалы высотой 80–100 м и протяженностью более 1 км. На территории памятника растет многочисленная популяция лука линейного, занесенного в Красную книгу ЛНР. Это единственное в Донбассе место, где растет узколокальный эндемик Донецкого кряжа – вероника донецкая [3].

Это далеко не единственные достопримечательности, которые могут привлечь туристов.

В Луганске продвижением турпродуктов занимаются 35 туристических агентств. Два турагентства представляют внутренний туризм («Полина» и «Клубтур»). Основными направлениями оказания туристских услуг являются: обзорные комбинированные экскурсии по г. Луганску, автобусные экскурсии «Усадьба Савиных», «Усадьба Мсциховского», «Село Пархоменко», «Боково-Платово», «Музей „Молодая гвардия”», «Музей Б. Д. Гринченко». Остальные туристические агентства занимается выездным туризмом и транспортными перевозками.

Жителям города Луганска, которые уже ознакомились с достопримечательностями республики, можно предложить туры в Российскую Федерацию. Только в Ростовской области города Ростов-на-Дону, Таганрог, Азов, Новочеркасск, Старочеркасск, Каменск-Шахтинский могут служить объектом туристского показа в туре выходного дня. Луганчане в течение 1–2 дней смогут посетить эти города с целью культурно-познавательного, событийного, паломнического, экологического и других видов туризма.

Как показал анализ, Луганская Народная Республика обладает необходимым туристским потенциалом. Однако эта отрасль не до конца изучена, есть проблемы в маркетинге туризма. Туристские ресурсы в республике есть, но из-за слабой рекламы и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

небольшой конкуренции между турагентами далеко не все жители ЛНР осведомлены о достопримечательностях республики.

В современном мире сложно представить бизнес без его интеграции в интернет-пространство. Поэтому для качественной рекламной кампании необходимо пользоваться помощью специалистов в этой отрасли. С помощью социальных сетей и сайта можно привлечь не только жителей ЛНР, но и иностранных граждан для путешествий по республике.

Еще одним важным моментом является разработка новых маршрутов. Луганская Народная Республика обладает необходимой материально-технической базой для того, чтобы разрабатывать новые маршруты, осваивать новые виды туризма, которые до этого не были популярны. Так, событийный туризм в ЛНР по сравнению с Российской Федерацией недостаточно развит. В РФ за последние четыре года (с 2014 по 2018 г.) были проведены XXII Олимпийские зимние игры, чемпионат мира по футболу. Ежегодно с 2014 г. в г. Сочи проводится этап «Формулы-1». Из этого следует, что событийный туризм способствует привлечению иностранных туристов, пополняет госбюджет, развивает инфраструктуру, повышает престиж страны.

В результате изучения современного состояния туристско-рекреационной сферы ЛНР сделан вывод о необходимости разработки программы оптимизации рекреационного природопользования и туризма в регионе. Реализацию этой программы предлагается осуществить на новой методологической основе, исходя из концепции устойчивого развития. Предлагаемая концепция базируется на основе рационального развития рекреационного природопользования и экономики региона, обеспечивающей целостность ресурсной, экологической и социокультурной составляющих процесса регионального развития.

Для привлечения туристского потока необходимо создать индустрию туризма, способную предложить качественный, но недорогой отдых на лоне природы с широкой программой оздоровительного, экологического, сельского, этнографического, историко-культурного, религиозного туризма. Важно грамотно использовать имеющиеся ресурсы для достижения положительного эффекта.

Таким образом, для того чтобы туризм в ЛНР привести к устойчивому сбалансированному развитию в условиях политической и экономической нестабильности, необходимо вывести на потребительский уровень природные рекреационные ресурсы региона, имеющиеся историко-культурные и туристские объекты, развивать инфраструктуру туризма, создать нормативно-правовую базу, определяющую приоритеты развития отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство культуры, спорта и молодежи ЛНР / Туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://mklnr.su/elektron-put.html>.
2. Пам'ятки історії та монументального мистецтва Луганської області : каталог-довідник / автори-упорядники: О. С. Башкірцева, А. А. Деменко, Л. Є. Савостіна. – К. : Фенікс, 2007. – 148 с.
3. Министерство природных ресурсов и экологической безопасности ЛНР. Особо охраняемые территории [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://mprlnr.su/osobo-ohranyaemye-prirodnye-territorii.html>.

ТУРИЗМ КАК СФЕРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Роль туризма в современном мире колоссальна. Он затрагивает все сферы деятельности общества, в том числе экономику, культуру, социальную жизнь. Развитие туризма помогает выполнению определенных функций социального характера, создающих благоприятные условия для развития современного общества.

Связь культуры и туризма естественна и многогранна. Культура формирует фундамент. Фундаментальная наука вошла в кризисное состояние, а прикладная концентрируется при современных производствах, нередко размещенных в провинции. Поэтому перспективы этой идентификации в лучшем случае могут быть связаны с фундаментальной наукой (при условии ее сохранения и поддержки) и образованием преимущественно гуманитарного профиля и сфере художественного творчества.

Уделяют внимание феномену современного туризма в научных исследованиях ряд авторов: К. Гайдай [2], В. Азар, В. Квартальнов [4]. Однако исследователи не рассматривают туризм как социально-культурную сферу. Соответственно, ставится цель – выявить новые виды туризма, а также раскрыть, что туризм является составной частью социально-культурной деятельности.

Туризм – это временное перемещение людей с места их постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [4].

В современных условиях развитие туризма определяется рядом факторов, среди которых основными являются:

- изменение приоритетов в системе культурных и духовных ценностей общества;
- изменение теоретической концепции использования свободного времени населением;
- высвобождение части доходов из семейного бюджета на релаксацию и отдых;
- возможность свободного выбора страны посещения;
- развитие информационных и коммуникативных технологий;
- развитие транспортных сетей.

Отношение человека к своему свободному времени как к богатству привело к тому, что изменились место и роль туризма в структуре потребностей общества. Туризм становится не привилегией избранных, а потребностью большинства. Вместе с тем меняется и характер туристических потребностей: от примитивных к более возвышенным, от средства восстановления физической силы к способу реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов.

Все это приводит к развитию новых видов туризма и увеличению спроса на специфические виды услуг в индустрии туристической деятельности.

В классификации туризма различают следующие виды туристического спроса: рекреационный, культурный, спортивный, деловой, коммуникационный. Большинство из них

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

в свою очередь делятся на мелкие подвиды. Выбор того или иного вида туризма зависит от мотивации человека.

Современный туризм представляет собой сложноорганизованную систему, что обуславливает множественность подходов к выявлению и обоснованию сущности данного социального феномена. В настоящее время туризм рассматривается и изучается с точки зрения экономики и бизнеса, управления и менеджмента, гостеприимства и права, особой сферы социальных коммуникаций – и это далеко не полный перечень существующих подходов.

Комплексный анализ литературы, посвященной туризму, позволяет выделить несколько главных аспектов исследования данного феномена:

- социальный (с точки зрения вовлеченности в туристско-экскурсионную деятельность различных слоев и групп населения);
- экономический (туризм как отрасль экономики);
- географический (выделение и использование территорий для туризма);
- организационный (с точки зрения уровней и субъектов организации международного и регионального туризма);
- гуманитарный (с точки зрения вклада туризма в процесс физического развития и духовного обогащения личности).

В связи с этим актуальным видится представление туризма как разновидности социально-культурной деятельности, осуществляемой в условиях свободного времени.

Социально-культурная деятельность как целостное явление может быть описана в трех значениях: как общественная практика, в которой в настоящее время задействовано множество профессий, необходимых для современной социокультурной сферы; как учебная дисциплина, обладающая определенной логикой и структурой; как исторически сложившаяся отрасль научных знаний.

Понятие «социально-культурная деятельность» имеет комплексный характер, выражающийся в его связях с понятиями и идеями таких наук, как философия, социология, педагогика, психология, экономика и др. В свою очередь теория социально-культурной деятельности является базовой отраслью научных знаний для множества более узких специализированных дисциплин, входящих в образовательные стандарты подготовки кадров для сферы искусства, СМИ, туризма, информационных технологий и др.

Категория «социально-культурная деятельность» – это не только философское, но прежде всего социологическое, культурологическое понятие, широко используемое в педагогической, социально-психологической науке.

Основу содержания социально-культурной деятельности составляют общечеловеческие ценности. Социально-культурная деятельность должна базироваться на фундаментальных ценностях, благодаря которым у человека формируются добрые черты, рождаются высоконравственные потребности и поступки – это Человек, Семья, Труд, Знания, Культура, Отечество, Земля, Мир. Каждая из этих ценностей обладает огромной значимостью для содержания и организации социально-культурных процессов [1; 3].

В настоящее время в нашей действительности утверждается система принципов социально-культурной деятельности, обусловленная общими процессами, происходящими в обществе. Наиболее важными из принципов указанной системы являются:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- принцип приоритета общечеловеческих ценностей в процессе освоения духовных и нравственных ценностей;
- принцип всеобщего массового культуротворчества, самоорганизации, самоутверждения личности как доминирующего признака;
- принцип гуманизации содержания и всего воспитательного процесса, их всеобъемлющего подчинения интересам, потребностям, установкам личности;
- принцип диалектического единства и преемственности культурно-исторического, социально-педагогического и национально-этнического опыта, традиций, инноваций;
- принцип общественно-государственного управления социально-культурной деятельностью, обеспечения децентрализации и суверенности региональной политики в социально-досуговой сфере.

Эти принципы в полной мере оказываются задействованными и в сфере туризма.

Многозначность понятия «социально-культурная деятельность» обусловлена наличием различных видов общественной практики, в которых она реализуется. Общим, интегрирующим для этих областей общественной практики, родовым является понятие «социально-культурная сфера». Структура социально-культурной сферы определяется различными видами социально-культурной деятельности.

Являясь составной частью непродуцированной сферы, социальная сфера представляет собой инфраструктуру общественной деятельности, направленной на удовлетворение социальных и духовных потребностей людей. В повседневном обиходе существуют более узкие, но практически оправданные определения социальной сферы:

- деятельность по оказанию широкого комплекса услуг и социально-бытовому обслуживанию;
- деятельность по социальной защите, социальному обеспечению и социальной реабилитации отдельных, нуждающихся в такой поддержке слоев населения;

Туризм как часть социально-культурной деятельности является в какой-то степени хранителем достижений человеческой культуры, природных ценностей, открывает вместе с окружающими рекреационными, социокультурными, историческими объектами возможность формирования нового пространства, обладающего воспитательным потенциалом особого свойства, что отражает его феноменальность.

Таким образом, туризм выступает как один из способов проявления социально-культурной активности личности, отражающих ее потребности в познании окружающей действительности, в новых впечатлениях, в расширении круга общения, в сочетании рекреации и духовного развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – М. – СПб. : Невский фонд, 1999. – 315 с.
2. Гайдай, К. И. Проблемы развития социального туризма в Украине / К. И. Гайдай // Научный вестник Полтавского университета экономики и торговли. – 2013. – № 6 (62). – С. 72–76.
3. Зорин, К. В. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 364 с.
4. Квартальнов, В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 314 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 331.101.39

*О. А. Заиченко, И. С. Гиренко,
г. Луганск*

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

Специфика сферы культуры состоит в том, что она включает в себя и некоммерческую (нонпрофитную) деятельность, так и коммерческую (платные услуги) как местного, и международного масштаба. Например, музей может заниматься предпринимательской деятельностью, открывать производство сувениров, типографию, ремонтные мастерские и т. п.

Менеджмент в сфере культуры (арт-менеджмент) во многом сходен с менеджментом услуг. «Продукты» культурной деятельности, как и любые услуги, нельзя продемонстрировать, попробовать, увидеть и оценить до получения. Они больше связаны с феноменами сознания (восприятие, понимание, мышление, переживание и т. д.) и не способны к хранению. Их производство нередко совпадает с их потреблением (просмотр спектакля, кинофильма, прослушивание концерта, чтение книги и т. д.; книга, которую не читают, картина, на которую не смотрят, и др. не являются художественными ценностями). Более того, в отличие от продуктов материального производства, уничтожаемых в процессе потребления (обувь снашивается, овощи съедаются), культурные ценности в процессе потребления способны наращивать свою ценность (чем большее количество людей прочитало книгу, увидело картину, услышало концерт, тем выше их социальная значимость).

Главная особенность менеджмента в сфере культуры состоит в том, что деньги в этой сфере появляются преимущественно в результате привлечения средств различных доноров: органов власти, ведающих бюджетными средствами, спонсоров, благотворительных организаций и др., а не коммерческой деятельности. Даже в шоу-бизнесе, самом коммерциализированном секторе сферы культуры, доходы от продажи билетов составляют обычно около 15 % бюджета гастролей. Остальное — средства спонсоров. Да и сами гастролеры чаще всего являются лишь частью рекламной кампании нового диска или альбома [4].

Эти обстоятельства обуславливают особенности маркетинга культуры. Так, характеризуя сущность маркетинга социокультурной сферы, большинство исследователей отмечают его неприбыльный характер, филантропические цели и гуманные методы, направленные на приобщение широких масс к культуре. В сфере культуры довольно часто субъект платежеспособного спроса (тот, кто платит деньги) не совпадает с непосредственным потребителем (клиентом). Так, типичные потребители услуг в сфере культуры — это дети, подростки, ветераны. Нередко предоставляемые им услуги (или часть стоимости) оплачивают не они сами, а родители, бюджет, благотворительные фонды и др. Таким образом, в сфере культуры фактически действуют два рынка: рынок потребителей и рынок доноров. Поэтому не всегда понятно, что нужно делать в первую очередь: то ли сначала определить виды работ с потребителями и затем искать доноров для их поддержки, то ли подобрать потребителей для обеспечения интересов доноров, готовых платить деньги за определенные виды работ с этими группами [5].

В СССР сфера культуры была активно втянута в идеологическую и политическую деятельность, обеспечивавшую влияние и руководство КПСС. Особенно это относится к

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

разветвленной сети клубных учреждений (домов и дворцов культуры, сельских, городских и районных клубов). Профсоюзные учреждения культуры, обладавшие наиболее мощной материально-технической базой, выполняли функцию представительства соответствующих предприятий, их партийной, профсоюзной и комсомольской организаций. Фактически этим же занимались и государственные учреждения культуры, только с большей ориентацией на местные государственные и партийные власти. Деятельность этих учреждений во многом осуществлялась благодаря своеобразному «спонсорству» и «благотворительности» со стороны промышленных предприятий и общественных организаций, нередко оказываемых по разнарядке и под прямым давлением со стороны партийных органов.

Работники социально-культурной сферы в этих условиях были не менеджерами, а тружениками «идеологического фронта», педагогами-воспитателями.

Современная Беларусь, несмотря на некоторую демократизацию государственной культурной политики, по сей день не избавилась от «родимых пятен» развитого социализма. В стране до сих пор наблюдается тенденция к ограничению и стандартизации культурного потребления и проведения досуга большинства населения, утверждению пассивно-потребительского отношения к ценностям культуры.

Вместе с тем в республике наблюдается рост требований к менеджерской компетентности специалистов сферы культуры. Это обусловлено отходом от сугубо административно-распределительной технологии управления сферой и использованием экономических методов, хозяйственной самостоятельностью учреждений культуры и необходимостью привлечения внебюджетных средств, находящимся в зачаточном состоянии идеологическим и политическим плюрализмом, развивающимися культурными контактами с западным миром.

И в будущем требования к менеджерской подготовке работников сферы культуры будут только расти. Стратегическое положение в центре Европы, бедность недр страны природными ископаемыми, серьезное отставание от экономически развитых стран (обусловленное попыткой построить развитой социализм в СССР) в области современных технологий создали ситуацию, когда экономика и международная роль Беларуси во многом связаны с ее позициями на рынке культурных и туристических услуг. Услуги в сфере культуры и туризма могут внести решающий вклад в рост экспорта международных услуг страны в целом. В частности, в структуре экспорта услуг значительное место может занять гостинично-ресторанный сервис, опирающийся прежде всего на привлекательность культурной жизни страны. Существенный вклад в экономику страны могут внести услуги связи, оказываемые иностранным туристам, которые посещают страну для ознакомления с ее культурными достопримечательностями, организация отдыха, культурных и спортивных мероприятий.

Памятники культуры и события культурной жизни являются важнейшей составляющей маркетинга туризма, фактором инвестиционной политики, важнейшую роль в которой играет формирование и продвижение привлекательного образа страны. Обслуживание туристов требует создания разветвленной инфраструктуры, что влечет за собой создание значительного количества рабочих мест. Это очень важно для страны, которая нередко не может предоставить своим гражданам рабочие места с достойной заработной платой.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Поэтому развитие сферы культуры выступает важнейшим дополнительным фактором как общей инвестиционной привлекательности, так и реализации конкретных инвестиционных проектов, катализатором деловой активности в стране.

Вместе с тем культурные контакты с западным миром, проникновение «единой глобальной культурной системы» в Беларуси, как и во многих странах мира, вызывают беспокойство. Доминирующее влияние «единой глобальной культурной системы» вносит, как правило, значительные перемены в образ жизни и поведение населения тех стран, которые становятся объектом этого влияния. Наблюдается даже нарастание социальной напряженности в этих странах как результат прозападной культурной политики, которая приводит к игнорированию собственной национально-культурной идентичности. Особенно остро эта проблема стоит в исламских странах. Актуальной эта проблема может стать и в нашей стране. В Беларуси на одном полюсе существуют большие группы населения, предпринимающие попытки возрождения культурного и духовного климата, связанного с высоким уровнем интеллектуальной культуры Великого княжества Литовского, на другом полюсе расположились люди, ориентирующиеся на культурные ценности советской эпохи. Поэтому необходимо обеспечить преемственность между культурным наследием (включая наследие Великого княжества Литовского и советской эпохи) и современной культурой, повышать интегрирующую роль культуры, объединяющей граждан страны на основе осознания единства исторической судьбы, общих ценностей и экономических интересов.

По мнению Г. Хагурта [3], единственным способом противодействия западной экспансии может быть формирование культурно-экологических моделей менеджмента. Культурно-экологическая модель управления — это менеджмент, предполагающий снятие или предельную минимизацию нивелирующего воздействия глобальных культурных систем на национально-культурную идентичность того или иного народа, самобытность развития различных локальных культур.

Культурно-экологические модели менеджмента должны включать в себя:

- свободу культурного выражения;
- эмансипацию художественной жизни;
- уважение к культурной идентичности национальных меньшинств;
- культурное партнерство на основе равенства.

Инструментами реализации культурно-экологической модели могут быть:

- единая культурная политика на государственном, региональном и местном уровнях;
- договоры о социокультурном партнерстве на всех уровнях управления культурой;
- технологические инновации, проводимые с учетом сохранения экологии, а также равенства и самобытности культур;
- стратегический менеджмент на основе сохранения и развития культурной самобытности, выживания культурных сообществ и организаций;
- исследования и подготовка рекомендаций с учетом единого организационного развития.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Деятельность менеджера сферы культуры в культурно-экологической модели требует от него большой творческой самоотдачи и должна осуществляться на более высоком уровне культурного антрепренерства.

Антрепренерство в культуре — форма менеджмента, отличающаяся высокой степенью личной ответственности антрепренера за конечный культурный продукт. Антрепренерство предполагает наличие у субъекта управления национально ориентированной культурной миссии, навыков стратегического мышления, способности к творческой деятельности, умения привносить в дело страстность, энтузиазм. Антрепренеры, как правило, создают организации и прилагают огромные усилия для реализации культурной миссии; они как бы выстраивают мост между экономически ориентированным механизмом культуры и творческим процессом. Отсюда следует, что необходима специальная подготовка менеджеров сферы культуры.

Существенным в культурно-экологической модели управления является сохранение государственного патернализма по отношению к культуре, предоставление возможности для различных форм предпринимательства в этой сфере.

Исследования показывают, что работа в сфере культуры имеет низкий статус и престиж, что порождает неудовлетворенность работников своим трудом и высокую текучесть кадров.

Особенно важным становится состояние удовлетворенности для контактного персонала сферы культуры (персонала, непосредственно обслуживающего потребителей), т. к. удовлетворенность работников не только способствует большей организационной эффективности, социальной стабильности, но и является важнейшим фактором в создании качественной услуги.

Наиболее полно перечень мотивационных атрибутов трудовой деятельности разработан Ф. Герцбергом в двухфакторной теории мотивации труда. Ф. Герцберг предположил, что существуют две группы факторов, влияющих на мотивацию и удовлетворенность персонала своим трудом [2].

Он назвал их «факторами гигиены» и «факторами мотивации».

Теория утверждает, что эти две группы факторов приводят к двум разным результатам: факторы мотивации — к состоянию удовлетворенности своим трудом, а факторы гигиены лишь к состоянию отсутствия неудовлетворенности. Согласно теории для того, чтобы персонал ощутил полную удовлетворенность своим трудом, менеджер сначала должен обеспечить наличие факторов гигиены (состояние отсутствия неудовлетворенности), а затем наличие факторов мотивации (состояние удовлетворенности). Наличие лишь одной из групп факторов не приводит к удовлетворенности персонала своим трудом.

Практическая направленность теории состоит в том, что манипуляция факторами позволяет руководству организации влиять на удовлетворенность персонала своим трудом. Обеспечив удовлетворенность персонала сначала факторами гигиены, а затем и факторами мотивации, руководство учреждения культуры создает сплоченный, мотивированный, хорошо обученный, организованный коллектив, членам которого интересна выполняемая работа и которые заинтересованы в успехе организации, поскольку сотрудники осознают, что экономический успех организации обеспечивает их личное благополучие. Персонал, удовлетворенный своей трудовой деятельностью, будет оказывать потребителям услуги более высокого качества.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Используя теорию Ф. Герцберга, руководство учреждения культуры может по каждому из 24 факторов мотивации разработать комплекс программ, направленных на удовлетворенность персонала своим трудом.

Теория мотивации Ф. Герцберга позволяет количественно оценить удовлетворенность персонала своим трудом [1]. Для этого персонал организации может оценить каждый из факторов по пятибалльной шкале. Экспертным путем каждому из факторов можно придать весовые коэффициенты. В итоге руководство организации получит количественную картину удовлетворенности сотрудников организации каждым из факторов и трудом в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Куликов, Ю. А. Инструменты управления организациями сферы услуг / Ю. А. Куликов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 6. — С. 33—41.
2. Менеджмент : учебник / под ред. М. М. Максимцова, М. А. Комарова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2005. — 359 с.
3. Салтанович, И. И. Менеджмент как способ управления в культуре: состояние и тенденции / И. И. Салтанович // Вестник МГЛУ. — Сер. 3. — 2009. — № 8. — С. 158—166.
4. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский. — СПб. : Лань, 2001. — 384 с.
5. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — СПб. : Лань, 2003. — 528 с.

УДК 304.2:37.062

*А. А. Звонок,
г. Луганск*

УНИВЕРСИТЕТ СЕГОДНЯ: БИЗНЕС-ПРЕДПРИЯТИЕ ИЛИ СРЕДОТОЧИЕ КУЛЬТУРЫ?

Прошло уже более трех десятилетий с выхода нашумевшей книги Б. Ридингса «Университет в руинах», вызвавшей оживленную дискуссию на тему современного и будущего состояния университетов и университетского образования. Тем не менее среди отечественных исследователей данная работа прошла незамеченной. Возможно, это случилось из-за того, что книга долго не переводилась на русский язык или же просто потому, что проблемы, поднимаемые Б. Ридингсом, на момент публикации были слишком далеки для вузов СНГ, которые еще не успели значительно отойти от стандартов советского высшего образования.

В самом деле, автор описывает переход западных университетов в условиях глобализации от представления «университет как институт культуры» к состоянию «университет как коммерческая корпорация»: со стремлением к «совершенству» (под которым автор, скорее всего, понимает экономическую эффективность), «КРІ» (Key Performance Indicators – Ключевые Показатели Эффективности) и оптимизацией наемного труда преподавателей, лавинообразным ростом отчетности и учета, переходом власти в университетах от профессуры к разветвленной административной структуре бюрократов. Иначе говоря, университет перешел от состояния института национальной культуры, аккумулирующего, транслирующего и воспроизводящего культурные паттерны, к статусу

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

транснациональной корпорации, которая сосредоточена на увеличении прибыли. Так, в одной из глав автор в снисходительном тоне приводит отрывок текста из рассылки коммерческих предложений университетов: «Пришлите нам копии других сделанных вам предложений – мы хотим быть конкурентоспособными» [1, с. 51].

Процессы, описанные в вышеупомянутой работе, и их применимость по отношению к отечественным университетам – предмет дискуссий. С одной стороны, благодаря социалистическому прошлому высшее образование в данных заведениях все еще остается значительно более дешевым и доступным, чем на Западе. В знаменитом фильме «Игра на понижение», описывающем ипотечный финансовый кризис 2007–2008 годов, один из главных героев мимоходом упоминает, что после окончания университета на нем висел студенческий кредит на \$145 000, т. е. сравнимый с ипотечным кредитом на приобретение жилья (и это действительно норма по западным меркам). Для сравнения, стоимость платного обучения на самых престижных специальностях, таких как «Менеджмент», одного из лучших российских университетов – МГУ имени М. В. Ломоносова не превышает \$30 000, не говоря уж о сотнях бюджетных мест (что для американского или канадского вуза является нонсенсом). И в то же время преподаватель, решивший для себя ознакомиться с измышлениями Б. Ридингса, с удивлением обнаружит, что описываемые процессы бюрократизации университетов, акцент на «эффективности», отчетности и показателях в точности напоминают управленческие процессы, происходящие в отечественных вузах.

Неужели книга начала 90-х годов оказалась пророческой и глобализация, как и предвидел автор, оказала влияние на организационную структуру всех национальных университетов? Возможно также, что данный вопрос имеет сходство с современными проблемами отечественного школьного образования. Характерно, что аналогичные проблемы были описаны в автобиографической работе А. Димиева «Классная Америка», которую тот написал на основе впечатлений от собственной работы школьным учителем в США в 90-х годах прошлого века [2]. Иначе говоря, в процессе заимствований из системы западного образования в отечественную систему перекочевали и проблемы, характерные для западной системы.

Однако гораздо более актуальным является вопрос о том, превратился ли сегодня *отечественный* университет, по мотивам измышлений Б. Ридингса, в коммерческое предприятие по «продаже знаний» или все еще остается важным аккумулятором и транслятором национальной культуры. Ведь помимо непосредственно функций образования и освоения навыков (с чем способен справиться и колледж) университет издавна выполнял и культуuroобразующую функцию, прививая студентам определенные ценности и нормы, повышая их культурный уровень (именно поэтому, в отличие от колледжей, в университетах кроме прикладных дисциплин преподаются философия, культурология и т. д.). Свою роль в культуuroобразовании играет и специфическое студенческое братство, поддержание связей с университетом и его членами, чувство причастности к *alma mater* (Б. Ридингс считает данные особенности университета едва ли не более важными, нежели собственно освоение университетской специальности). Таким образом, профессиональные навыки, которые выпускники получают в университетах, отходят на второй план, а первостепенными становятся: общая образованность, культурный уровень, неформальные связи, статус и причастность к конкретному университетскому братству. Любопытно, что подобная ситуация исторически складывалась даже в университетах т. н. «Лиги плюща», где

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

формировалась и на основе личных связей, полученных в студенчестве, в дальнейшем возматурала политическая элита США.

И снова, в ситуации отечественного высшего образования, мы видим особенное положение университета. Хотя, вероятно, никто не пытался применять идеи Б. Ридингса по отношению к вузам СНГ, акцент на эффективности управления и бюрократия, по нашему мнению, также присущи отечественным вузам. В то же время сохраняется и воспитательная функция, которой государство уделяет значительное внимание. Высокий процент выпускников университетов, работающих не по специальности, может свидетельствовать не об упадке высшего образования, но о смещении приоритетов в целях высшего образования. В такой ситуации важным становится не просто обучить выпускника, но привить ему культурные ценности и нормы культуры, в которой функционирует конкретный университет. Для сравнения, такое состояние университетского образования в полной мере сохранилось сегодня в Японии (где выпускников университетов компании отбирают не по профессиональным навыкам, но по лояльности выпускника к ценностям японской культуры и по личным качествам).

В 2012 году в качестве продолжения изысканий Б. Ридингса вышла книга Дж. Ролфа «Университет в расколе», в которой автор заключает, что формирование западного университета как транснациональной корпорации полностью завершено [3]. Из «средоточия культуры» западный университет окончательно превратился в бизнес-предприятие по продаже знаний, с бюрократическим администрированием и нормо-часами преподавания, и автор рассматривает стратегии выживания членов академического сообщества на этих «руинах» университета. Вопрос о том, остаются ли отечественные университеты «местом культуры» или также обратились в «руины», остается открытым.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ридингс, Б. Университет в руинах / Б. Ридингс ; пер. с англ. А. М. Корбута. – М. : Издательский дом Государственного университетата – Высшей школы экономики, 2010. – 304 с.
2. Димиев, А. Классная Америка / А. Димиев. – Казань : Парадигма, 2008. – 208 с.
3. Rolfe, G. The University in Dissent: Scholarship in the corporate university (Research into Higher Education) / G. Rolfe. – Routledge, 2012. – 168 p.

УДК 791. 6

*А. А. Колесников, В. П. Кирчева,
г. Белгород*

РОЛЬ И ФУНКЦИИ ПРАЗДНИКА В СИСТЕМЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ИСКУССТВ И КУЛЬТУРЫ

Неповторимый культурный облик каждой эпохи находит свое отражение в массовых праздниках, воспроизводящих культурные образцы, ценности. Праздничная культура представляет собой богатый материал, а постоянная трансформация праздников под влиянием меняющейся социокультурной ситуации обеспечивает постоянную актуальность изучения и исследования данной составляющей культуры.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В словаре В. И. Даля дается понятие праздника как «праздности», и в то же время это день, установленный в память какого-то события [4, т. 3, с. 380]. Древнеславянское «праздь» означает «отдых, безделье, лень» [2, с. 6]. Встречаются упоминания и о греческих корнях слова «праздник», которые обозначают торжественное собрание, общее восхваление, прославление; и о латинском начале «festum» – красивое, приятное, веселое зрелище; освящение.

Как «первичную форму человеческой культуры» рассматривает праздник М. М. Бахтин [1, с. 13].

К. Жигульский подчеркивает важную особенность праздника: «Праздник создается вокруг особого мифического сюжета и организует если не беспорядок, то, по меньшей мере, нарушение порядка, чтобы получить или укрепить в общественном сознании согласие на требуемый порядок. Праздник ценен, постольку для группы имеют ценность применяемая в этом случае символика и вызванный ею миф» [5, с. 69]. Человеческое общество сегодня строит свою жизнь на мифах, мифологизируя свое прошлое и оформляя в соответствии с этим настоящее и будущее.

Массовый праздник многогранен и многофункционален. По определению Я. П. Белоусова [2, с. 12], празднику присущи следующие функции: торжественное обновление жизни; коммуникативная и регулятивная; компенсаторная; эмоционально-психологическая; идеологического и нравственного воспитания; целостная функция, которая включает в себя все вышеперечисленные. Многофункциональность данного явления способствует развитию общественной активности и самоутверждению личности.

В современном обществе наблюдается тенденция к повышению социальной активности народа, соединяя в себе эмоциональные и логические средства воздействия.

Кроме того, праздник представляет собой своеобразное кульминационное звено в единой системе обучения студентов вузов искусств и культуры.

Воспитательная функция массового праздника оправдывает идейно-нравственное и эстетическое воздействие праздника в системе воспитания. Система массовых праздников – это своеобразная педагогическая система, которая органически связана со всей воспитательной работой. Она обеспечивает постоянное воздействие на людей, отражает мировоззрение, идейно-нравственную и эстетическую позицию общества.

Образовательное воздействие массового праздника на студентов с особой силой проявляется тогда, когда идеи подхватываются широкой народной массой и становятся реальностью жизни. Объединяя различные формы работы, праздник превращается в средство познания действительности, он способствует формированию идейно-нравственной позиции, осознанию зрителем себя как гражданина своей страны.

Еще одним элементом воспитательной системы праздника является театрализация, как художественный метод, основанный на организации художественного материала при помощи законов театра. Данная форма позволяет обеспечить единство информационно-логического и эмоционально-образного воздействия на его участников, породить атмосферу торжественности, романтической приподнятости, эстетического творчества.

Анализ праздника как целостного организма позволяет четко и педагогически квалифицированно раскрыть характер, содержание и методику его организации, дает основание для появления научно-педагогического направления – педагогики массового праздника. Многообразные воспитательные функции праздника обуславливают

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

целесообразность широкого использования этой формы эстетического и нравственного воздействия в системе воспитания, в первую очередь на подрастающее поколение и молодежь.

Сегодня в стране повсеместно проходят тысячи праздников разной организации, форм и масштабов.

Прогнозируя дальнейшее развитие культурно-просветительной работы, организации досуга всех социально-демографических групп населения нашей страны, можно сказать, что праздники и обряды как форма коллективной эмоциональной жизни нашего общества, активного досуга и общественной самодеятельности будет распространяться ещё более эффективно, создавая своеобразный эмоционально-художественный календарь социально-экономического развития страны.

На наш взгляд, следует уточнить исходные понятия, с которыми связана педагогика массового праздника:

1. Средствами организации массового праздника являются кино, радио, декорации, технические средства, которые в процессе его проведения используются как каналы для передачи определенного содержания (идеи, взглядов, информации) и создания необходимой психологической атмосферы, способствующей раскрытию идеи праздника.

2. Организация массового праздника имеет в своей основе выработанные педагогикой методы убеждения, приучения, стимулирования. Методика проведения массового праздника представляет собой совокупность различных и взаимосвязанных между собой методов, при использовании которых достигается поставленная воспитательная задача. Методы убеждения, организации деятельности и стимулирования в свою очередь объединяют ряд более узких методов, среди которых в процессе праздника наиболее широко используются методы пропаганды. Их в свою очередь можно разделить на словесные, наглядные, практические.

3. Формы организации массовых праздников – это утвердившиеся на практике конкретные и стабильные способы нравственного и эстетического воздействия.

Это деление, конечно, достаточно относительно. На практике можно наблюдать органичное сочетание средств, методов и форм организации праздника. Используя в процессе праздничного действия, к примеру, кино, одновременно приходится опираться на словесные и наглядные методы пропаганды.

В условиях постоянно изменяющейся окружающей среды остро стоит вопрос подготовки высококвалифицированных специалистов. Распространение дуальной системы обучения в вузах дает возможность без отрыва от получения теоретических знаний сразу применять их на практике.

Дуальное обучение усиливает практическую направленность подготовки специалистов, предусматривает принципиальное изменение организации учебного процесса, в основе которого рациональное сочетание в течение всего учебного года теоретической и практической подготовки в образовательных организациях.

Дуальное обучение представляет собой такой вид обучения, при котором теоретическая часть подготовки проходит на базе высшего учебного заведения, а практическая – на рабочем месте [3]. Организация учебного материала разделена на самостоятельные блоки, каждый из которых логически завершен. Этот принцип обучения

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

служит основой совершенствования работы над формированием профессиональных компетенций в целом.

Дуальная система подготовки специалистов устраняет основной недостаток традиционных форм и методов обучения – разрыв между теорией и практикой. В основе подготовки заложено воздействие на личность специалиста, создание новой психологии будущего работника. Она создает высокую мотивацию получения знаний и приобретения навыков в работе, т. к. качество их знаний напрямую связано с выполнением служебных обязанностей на рабочих местах. В процессе дуального обучения потенциальные работодатели принимают непосредственное участие в формировании образовательной программы.

Теоретическая часть обучения направлена на формирование у обучающихся интереса к изучению праздника, методов и форм его проведения. Практическая составляющая обучения формирует умения и навыки студентов по организации и проведению праздников, способности представлять себя активным участником изображаемых событий, позволяющих накапливать эмоционально-ценностное отношение к институту праздника в целом.

Предприятия делают заказ учебным заведениям на конкретное количество специалистов, работодатели принимают участие и в составлении учебной программы. Студенты проходят практику на предприятии без отрыва от учебы. В дуальной системе обучения усиливается и качественно меняется роль работодателя. Важнейший компонент – наличие подготовленных кадров, которые выступают в качестве наставников.

К реализации программ дуального обучения Белгородский государственный институт искусств и культуры (БГИИК) приступил в 2013 году. Сейчас оно охватило практически все факультеты. Практикоориентированные занятия начинаются уже с первого курса. Актерское мастерство студенты постигают сразу в стенах театра, посещая занятия минимум три раза в неделю, получая от актеров знания по актерскому мастерству, технике речи и сценическому движению, знакомятся и с театральным закулисным – работой над декорациями, костюмами, гримом.

На базе белгородской филармонии в рамках дуального обучения музыкальную науку ежегодно постигают около 100 студентов БГИИК.

Опыт работы вуза показал: преимущества дуального обучения состоят в том, что эта система образования дает дополнительные возможности эффективной подготовки специалистов и в свою очередь способствуют более разностороннему профессиональному развитию студентов, обеспечивая взаимосвязь, взаимопроникновение и взаимовлияние различных систем, что приводит к качественным изменениям в профессиональном образовании.

Таким образом, в Белгородском государственном институте искусств и культуры созданы необходимые условия для подготовки конкурентоспособных и профессионально компетентных выпускников, способных к эффективной работе по специальностям на уровне современных стандартов, готовых к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М. : Худож. лит., 1990. – 543 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Белоусов, А. Я. Праздники старые и новые: некоторые философские аспекты проблемы празднования / А. Я. Белоусов. – Алма-Ата : Казахстан, 1974. – 198 с.

3. Григорьев, Е. Н. Реализация элементов дуального обучения в образовательном процессе вуза / Е. Н. Григорьев, Р. М. Лапытова // Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке : сборник статей по материалам XI Международной научно-практической конференции. – Новосибирск : СибАК, 2018. – № 2 (11). – С. 42–47.

4. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. – М. : Рус. яз., 1980. – Т. 3.

5. Жигульский, К. Праздник и культура: Праздники старые и новые. Размышления социолога / К. Жигульский. – М. : Прогресс, 1985. – 336 с.

УДК 378:316.7

*И. А. Кубаренко,
г. Донецк*

УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

Особое место среди социально-культурных отраслей занимают культура и искусство. Они примыкают к отрасли «Народное образование», выполняя ряд общих с ней функций, связанных с воспитанием, передачей научных и политических знаний и разнообразной информации. Задачи отрасли по нравственному и эстетическому воспитанию наиболее полно отражены в деятельности творческих руководителей. Все учреждения отрасли в той или иной мере заняты организацией досуга членов общества.

Сфера культуры всегда испытывала недостаток в квалифицированных кадрах. В настоящее время учреждения культуры испытывают дефицит квалифицированных специалистов, и вопрос их подготовки остается достаточно острым. Сегодняшние перемены в мире оказывают значительное влияние не только на управление и культуру в целом, но и на каждого отдельного работника. Современные учреждения культуры должны быть обеспечены такими специалистами, которые обладают компетенциями, необходимыми для решения актуальных задач. Они должны чутко реагировать не только на потребности общества и государства, но и на потребности отдельной личности. Кадровая стратегия должна включать в себя такие задачи, которые будут способствовать формированию у работников культурных организаций интегральных компетенций. Это позволит достичь высокой эффективности реализации государственной политики в культуре.

На сегодняшний день недостаточно развит кругозор специалистов, работающих в культурной отрасли. Без практического опыта нельзя обеспечить высокий уровень образования. Потребность в квалифицированных кадрах, которые соответствуют меняющимся требованиям и компетенциям управленцев, на данном этапе еще более очевидна. В связи с этим необходимо заняться изучением конкретных практик управления сферой культуры в регионах, в том числе на основе использования социологических методов. В настоящее время разработаны рекомендации, касающиеся различных аспектов подготовки кадров в сфере культуры, а также их востребованности. Они включают в себя несколько важных направлений, которые в обязательном порядке должны быть учтены при подготовке специалистов.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

К таким направлениям относятся: осуществление постоянной аналитической оценки изменений, происходящих в сфере культуры; мониторинг нормативно-правовой ситуации в данной отрасли; анализ текущей ситуации и определение новых подходов в практике управления, включая те, которые связаны с развитием информационно-коммуникационных технологий; мониторинг образовательных программ для подготовки специалистов и определение передовых практик в этой сфере; формирование навыков интегрального характера, включая компетенции в области менеджмента, экономики, права; проведение анализа рынка востребованности специалистов в отрасли культуры и т. д.

Успешное выполнение задач требует от работников глубоких знаний, овладения новыми методами и формами деятельности, непрерывного повышения профессиональной квалификации. Эффективность производства в современных условиях зависит не только от высокого уровня профессионализма работников, но и от всестороннего учета всех разнообразных качеств человека, его склонностей, индивидуальных особенностей, создания условий для творчества, самовыражения личности.

Таким же важным элементом управленческой компетенции руководителя являются знания психологических особенностей процесса собственной деятельности, необходимых профессионально важных психологических качеств управленца, критериев профессионального отбора руководителей, средств осуществления оптимальной самоорганизации деятельности и самоконтроля. Эти знания и навыки составляют содержание самоуправления и в полной мере могут быть отнесены к области психологии управления.

Отдельной проблемой управления можно считать состояние подготовки руководителей. Современному руководителю необходима подлинно научная психологическая подготовка.

Управление культурными организациями становится все сложнее, что влечет за собой усложнение как кадровой политики, так и механизмов управления персоналом. Творческим работникам часто приходится выполнять не только свои основные обязанности.

Подготовка кадров в сфере культуры прежде всего представляет собой способ восполнения дефицита профессионалов, обладающих конкретными компетенциями. Однако на сегодняшний день многие руководители культурных организаций не имеют представления о финансовой и менеджерской стороне дела, перекладывая эти обязанности на главного бухгалтера. При этом главбух, занимаясь ведением налоговой отчетности и бухучета, не изъявляет желания заниматься вопросами, связанными с культурным процессом. А практическую деятельность учреждения культуры очень сложно перестроить под новые задачи. Образовательные организации, которые занимаются подготовкой кадров для учреждений культуры и искусства, также испытывают трудности. В первую очередь это касается недостатка преподавателей-практиков.

Самым низкооплачиваемым является труд клубных работников. Проблем много, работники культуры выполняют очень ответственную миссию – способствуют духовному развитию. Своим творчеством, мастерством они согревают человеческие души, придают силы и уверенность, проявляют активную жизненную позицию.

Нужно шире применять специальные льготы соответствующим работникам по зарплате, продолжительности отпуска, условиям выхода на пенсию. Эти льготы будут давать стимулы для привлечения работников в данную сферу.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Безусловно, одним из основных вопросов, который требует особого внимания в сфере традиционной народной культуры, является кадровое обеспечение. Традиционная культура всегда сохранялась в сельской глубинке. Молодежь не проявляет интереса к работе в сельской местности. Клубы закрываются, за счет этого утрачиваются традиции. Необходимо обеспечить экономические условия для закрепления квалифицированных творческих кадров в сельской местности. Молодым кадрам необходимо предоставлять жилье, надбавки к заработной плате. Это позволит повысить уровень материальной обеспеченности и увеличит потенциал. Высокий уровень мастерства требует наличия компетентных, опытных кадров в сфере народно-художественного творчества.

Важным стимулом к труду выступает удовлетворенность человека своей работой, где он проводит почти половину жизни. Обогащение труда высоким творческим содержанием превращает его в любимое дело, обеспечивая, в свою очередь, как и другие стимулы, приращение и эффективность. «Интересность» во многом покоится на высокой квалификации.

Творчество отнюдь не синоним легкого труда. Творческий труд весьма интенсивен. Труд работников социально-культурных отраслей характеризуется повышенной ответственностью.

Для решения новых задач социокультурной деятельности необходимо радикально улучшить качественный состав персонала, обеспечить приток талантливой молодежи, поощрять инициативу и творческий поиск работников культурно-просветительных учреждений, средств массовой информации, привлекать их к зрелищным мероприятиям.

Социологические исследования показывают, что из числа высококвалифицированных рабочих две трети считают свою работу интересной; среди малоквалифицированных такое мнение высказывают менее половины опрошенных. Неудачный выбор специальности дает отрицательные последствия. При творческой же работе они оказываются несопоставимо большими, обрекая человека на глубокую неудовлетворенность. Образно говоря, служить музам без необходимых к тому склонностей невозможно. Отсюда вытекает необходимость повышения роли профессионального отбора. Тогда специалисты в полной мере будут подготавливаться соответственно дарованиям, разумеется, с учетом общественных потребностей. Полезность людям – такова цель всех творений. Самый счастливый, как известно, тот, кто принес счастье наибольшему количеству людей.

УДК 316.32

*Е. С. Кучеревская,
г. Луганск*

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Современное общество за последние годы претерпело ряд значительных социально-экономических и политических изменений. Переход к рынку обусловил создание качественно новых экономических условий жизнедеятельности и формирование новых общественных отношений, изменения в самой структуре общества. Как следствие радикальных трансформаций в обществе появилось множество серьезных проблем:

МАТЕРИАЛЫ VI ОТКРЫТОЙ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

имущественное и социальное неравенство, рост безработицы и преступности, кризис духовных и нравственных ценностей. Закономерными стали изменения в сознании и поведении людей, смена жизненных приоритетов, переоценка ценностей.

Сегодня стала актуальной проблема приспособления молодого поколения луганчан к новой социальной реальности, и в связи с этим особую важность приобретает изучение изменений, происходящих в сознании современной молодежи. Необходимо обладать информацией об отношении молодежи к окружающей действительности и происходящим событиям, о жизненных целях и ориентирах, о насущных проблемах и, самое главное, о способах их решения. Эти данные позволят ученым проанализировать потенциал адаптивности молодых людей, а также с определенной вероятностью спрогнозировать социальные реакции данной многочисленной группы на те или иные последствия государственных преобразований.

Известно, что трансформационные процессы в луганском обществе оказали мощное влияние на процессы социализации и становления целого поколения молодежи. Старая и устойчивая система ценностей была разрушена, в течение продолжительного времени молодежь оставалась без четких духовно-нравственных ориентиров, процессы социализации протекали хаотично, без определенной направленности.

На современном этапе ценности молодежи существенно изменились по сравнению с ценностями предыдущих поколений. В отсутствие четких морально-нравственных ориентиров и представлений о том, какого типа личность востребована в современном обществе, ценностные ориентации молодежи развиваются во многом хаотически, находятся под противоречивым воздействием, с одной стороны, традиций народной культуры, а с другой – изменяющихся социальных условий, неустойчивости, риска [2, с. 107]. Поэтому необходимо понять, что для молодых людей сегодня является важным, каковы их жизненные ценности, что необходимо сделать для того, чтобы направить эти ориентиры в нужное русло. Для начала необходимо понять, что такое ценности вообще.

Ценности – культурные стандарты, отталкиваясь от которых люди определяют благо, добродетель и красоту и которые в широком смысле являются нормативами жизни в обществе. Ценности – это то, что важно, к чему стоит стремиться [3, с. 360].

Ценностные ориентации молодежи определяются в двух направлениях. Первое – это направление духовности, характеризующееся господством нравственных установок, гуманизма, человеколюбия. Второе – это то направление, которое распространяется в последнее десятилетие, – нацеленное на индивидуализм, приоритет материального над духовным.

Исследователь В. Е. Семенов выделяет такие главные жизненные ценности современной молодежи, как семья, друзья и здоровье; затем следуют интересная работа, деньги и справедливость (значение последней ценности в настоящее время возрастает). Замыкает семерку главных жизненных ценностей религиозная вера [4, с. 37]. Следует отметить, что ценностные ориентации молодежи в последние 30–40 лет претерпели заметные изменения; особенно это касается значимости труда. В советское время, в 1960-х – первой половине 1970-х гг., ценность интересной работы у молодежи была на первом месте, ее выбирало не менее 2/3 респондентов; теперь она на четвертом месте. Это обусловлено, в частности, тем, что в ходе реформ была упразднена идеология особой общественной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

значимости труда, трудового воспитания. В средствах массовой информации исчез образ честного труженика, передовика производства.

Серьезные изменения происходят и в отношении молодых к решению острых проблем. Молодежь дистанцировалась от политики. С другой стороны, существуют такие аспекты политической жизни, на которые молодое поколение не может не обратить внимания. Тенденция прослеживается четко: «пассивность граждан» начинает раздражать и молодежь. Отсюда и ее растущие надежды на «сильного лидера».

Кроме того, необходимо отметить, что молодых стали сильнее волновать проблемы качества и уровня образования, кризиса семьи, спада рождаемости. К сожалению, в их сознании сохраняется представление о «второстепенности» проблем культуры, нравственности, образованности и профессионализма [1, с. 115].

Неблагоприятным фактором в современной ценностной структуре молодежи является отсутствие четкой связи между работой и деньгами. Если в советское время эта связь была ослаблена, то сейчас она вовсе отсутствует. Одни получают большие деньги путем авантюры и манипуляций, а другие, буквально каторжно трудясь (иногда на нескольких работах), имеют неадекватно низкую зарплату. Подростки и молодежь это прекрасно фиксируют.

В последующие годы стала заметна тенденция – потребность в восстановлении таких ценностей, как «спокойная жизнь», «душевная гармония», значимость равенства возможностей, интересной работы. При этом луганская молодежь не озабочена сегодня мировыми проблемами. Ценностный мир для нее несет в себе мотивации, находящиеся в иной плоскости: полноценная работа, досуг, вера в собственные силы, безопасность семьи, устойчивые личные отношения. Для современной молодежи важными являются деньги, образование и профессия, карьера и удовольствия; она больше ориентирована на индивидуальные ценности.

Акценты жизненных ожиданий молодежи заметно сместились: усиливается высокая требовательность к себе в вопросах подготовки к жизни. Это заставляет молодежь ставить перед собой задачи по овладению современными знаниями и профессией, при этом вызывает тревогу усиливающаяся неразборчивость в средствах достижения ими «жизненного успеха». Наблюдается снижение социальной активности молодежи, снижаются культурные запросы, наблюдается кризис идеалов и утрата духовных ориентиров.

События последних лет в Украине и ЛНР привели к тому, что у большинства молодежи выявляется отсутствие какой-либо более или менее четкой картины мира, системы ценностей, норм и установок, явные противоречия в сознании. Поэтому настоятельной необходимостью является формирование системы воспитания и социализации молодежи. Государство должно создавать предпосылки для самоопределения и самоутверждения молодежи. Они должны выражаться в принятии государственных решений, предполагающих механизм реализации и соответствующее финансирование. Необходима не декларативная, а реальная переоценка приоритетов: вместо решения проблем проведения досуга молодежи в первую очередь должны быть решены проблемы ее трудоустройства и справедливой оплаты труда, необходимо уделить внимание нравственному просвещению новых поколений, возрождению культурного наследия. Первостепенную роль в этом должны играть средства массовой информации. Только когда место западных образцов займут отечественные, имеющие авторитет и заслуживающие уважения, можно будет эффективно регулировать формирование сознания молодого поколения.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Вишневский, Ю. Р. Гражданская культура студентов. Тенденции проблемы формирования / Ю. Р. Вишневский, Д. В. Трынов, В. Т. Шапко // Социологические исследования. – 2009. – № 4. – С. 108–117.
2. Волосков, И. В. Особенности социализации учащейся молодежи / И. В. Волосков // Социологические исследования. – 2009. – № 6. – С. 107–109.
3. Гулина, М. А. Словарь-справочник по социальной работе / М. А. Гулина. – СПб. : Питер, 2008. – 400 с.
4. Семенов, В. Е. Ценностные ориентации современной молодежи / В. Е. Семенов // Социологические исследования. – 2007. – № 4. – С. 37–43.

УДК 331.024

*С. А. Лохматов,
г. Луганск*

ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Современные тенденции увеличения объема предоставления социально-культурных услуг обуславливают необходимость повышения эффективности деятельности учреждений данной сферы, которая во многом зависит от уровня профессионального мастерства их работников. Постоянное совершенствование работниками своих теоретических знаний, умений и практических навыков в настоящее время рассматривается как один из самых важных факторов, который гарантирует успех деятельности любой организации. Поэтому развитие персонала является актуальной проблемой, требующей разрешения для учреждений социально-культурной сферы.

Под системой развития персонала понимается целенаправленный комплекс информационных, образовательных элементов, привязанных к конкретным рабочим местам, которые содействуют повышению квалификации работников в соответствии с задачами развития самого предприятия и потенциала сотрудников [3].

Планирование развития персонала определяется как системно организованный процесс составления плана непрерывного профессионального обучения и подготовки работников для выполнения новых функций, профессионально-квалификационного продвижения, формирования резерва руководителей и усовершенствования социальной структуры персонала.

План развития персонала отображает совокупность организационно-экономических мероприятий по обучению персонала организации, его переподготовке и повышению квалификации. Эти меры охватывают вопросы профессиональной адаптации, оценивания кандидатов на вакантную должность, текущей периодической оценки кадров, планирования деловой карьеры и служебно-профессионального продвижения, работы с кадровым резервом.

В процессе составления плана развития персонала, как правило, используют следующие базовые принципы развития персонала [2]:

– все процедуры, операции, которые происходят на предприятии относительно развития персонала, должны осуществляться скоординированно и синхронно;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- расходы, связанные с этим, должны тщательным образом обосновываться и учитываться с ориентацией на их дальнейшую отдачу;
- необходимо сочетать централизованные действия с действиями руководителей структурных подразделений по выявлению имеющихся резервов по повышению качества знаний работников;
- все мероприятия по развитию работников должны быть социально оправданными.

Для четкого и адекватного планирования в соответствии с приведенными принципами необходимо понимать, под влиянием каких факторов формируется потребность учреждения в развитии своих работников. Такими факторами, как правило, являются:

- динамика внешней среды (потребители, конкуренты, поставщики, государство);
- развитие техники и технологии, которые служат причиной появления новой услуги;
- создание новой организационной структуры;
- освоение новых видов деятельности.

По своей сути план развития персонала – это неотъемлемая часть общего плана развития учреждения социально-культурной сферы. Поэтому как подсистема такой план формируется под влиянием других подсистем. Например, таких, как стратегия учреждения, кадровая политика, корпоративная культура, системы контроля и оценки выполнения и др. В свою очередь план развития персонала оказывает значительное влияние на все подсистемы управления персоналом и определяет основные направления работы в этой сфере.

Количественные изменения, которые определяет план, состоят в планировании мероприятий по набору и подготовке, например, новых специалистов, которые смогут справиться с новыми задачами, или сокращению численности в связи с планированным уменьшением объема услуг в следующем году.

Однако, как показывает опыт, чаще всего план развития персонала в первую очередь касается качественных изменений: кадровые перемещения персонала, подготовка резерва руководителей, обучение и развитие персонала с целью его соответствия требованиям намеченных планов, условиям непостоянной конкурентной ситуации, проведение мер, направленных на изменения в корпоративной культуре [1].

Процедура планирования развития персонала состоит в установлении определенной последовательности выполнения работ и определении основных его элементов.

Для практического использования порядок составления плана может выглядеть следующим образом:

- определение периода планирования;
- анализ текущей ситуации в кадровом обеспечении;
- определение целей планирования в соответствии со стратегией учреждения и выбранной кадровой политики;
- выявление возможностей, ограничений, возможных проблем, угроз и т. п.;
- установление параметров количественного и качественного развития персонала;
- формирование планов набора персонала, высвобождений и кадровых перемещений, работы с кадровым резервом, обучения персонала, проведения аттестаций, стимулирования развития персонала;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- составление сводного календарного плана выполнения мероприятий;
- определение бюджета плановых действий (затраты, источники покрытий);
- разработка рекомендаций относительно внедрения плана.

Приведенный порядок содержит достаточный перечень работ по планированию развития персонала. На практике он может быть расширен или сокращен, что зависит от конкретной специфики деятельности учреждения, его организационной формы, текущих и перспективных задач, проблем, условий хозяйствования и других обстоятельств. Однако в любом случае при планировании необходимо обратить внимание на особенности формирования функциональных планов, которые должны составляться детально с описанием конкретных действий по каждому подразделению учреждения с указанием намеченных мероприятий по отдельным категориям работающих.

Достижение высоких результатов в деятельности учреждений социально-культурной сферы возможно лишь при условии постоянного развития его персонала. Мероприятия по развитию персонала необходимо проводить не по мере возникновения каких-либо обстоятельств и причин, связанных с повышением профессионально-квалификационного уровня работников, а по заранее составленному, взвешенному и обоснованному плану. Именно такой подход поможет сформировать эффективную кадровую политику в учреждениях социально-культурной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жалило, Б. Как разработать план развития персонала / Б. Жалило // Справочник кадровика. – 2007. – № 9. – С. 18–21.
2. Разработка плана развития персонала. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/razrabota-plan-razvitiya-personala>.
3. Шапиро, С. А. Основы управления персоналом в современных организациях: уникальный подход, обеспечивающий эффективную работу компании / С. А. Шапиро. – М. : ГроссМедиа, 2005. – 208 с.

УДК 336.7

*С. С. Слюсарев, М. А. Слюсарева,
г. Луганск*

ПЛАНИРОВАНИЕ ФИНАНСОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ КУЛЬТУРЫ

В современных условиях формы финансовых отношений претерпевают серьезные изменения. Становление рынка и предпринимательства предполагает не только разгосударствление экономики, приватизацию предприятий, их демонополизацию для создания свободного экономического сектора, развитие конкуренции, либерализацию цен и внешнеэкономических связей предприятий, но и финансовое оздоровление народного хозяйства, создание адекватной системы финансовых отношений.

Финансы предприятий, будучи частью общей системы финансовых отношений, отражают процесс образования, распределения и использования доходов на предприятиях различных отраслей народного хозяйства и тесно связаны с предпринимательством, поскольку предприятие является формой предпринимательской деятельности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Важнейшим элементом предпринимательской деятельности является планирование, в том числе финансовое. Эффективное управление финансами предприятия возможно лишь при планировании всех финансовых потоков, процессов и отношений организации.

Рассматривая место финансового планирования в системе планирования, отметим, что большинство российских и зарубежных ученых отводят финансовым планам одно из ключевых мест и в планировании, и в управлении организацией в целом [2, с. 12].

В общем виде систему планирования организаций разделяют последовательно, исходя из логики функционирования любой организации (работающей в рыночном поле), на план сбыта, далее производства, снабжения ресурсами и финансовый план (схема представлена на рис. 1).

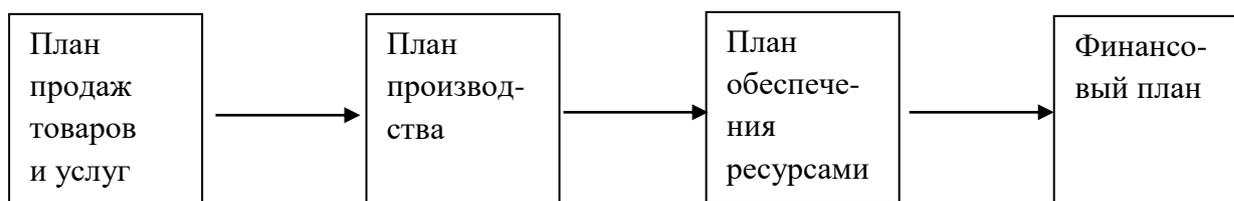


Рис. 1. Логика планирования в организациях

По мнению признанных американских специалистов в области корпоративных финансов Р. Брейли и С. Майерса, финансовое планирование – это процесс, состоящий из:

- анализа инвестиционных возможностей и возможностей финансирования, которыми располагает организация;
- прогнозирования последствий текущих решений, чтобы избежать неожиданностей и понять связь между текущими и будущими решениями;
- обоснования выбранного варианта из ряда возможных решений;
- оценки результатов, достигнутых организацией, в сравнении с целями, установленными в финансовом плане.

По утверждению сингапурских финансистов Элиса Ли, Джона Ли и Ченга Ли, финансовое планирование базируется преимущественно на планировании и анализе работающего капитала (*Working Capital* = оборотные активы – краткосрочные обязательства). Управление работающим капиталом включает управление денежными потоками, запасами, дебиторской задолженностью и т. д. [1, с. 37].

Для некоммерческих организаций социально-культурного сервиса и туризма характерным является либо некоммерческий, либо смешанный тип хозяйствования. Как известно, отдельными элементами экономического механизма деятельности являются системы: планирования; учета затрат и формирования издержек производства; ценообразования; финансов и распределения доходов и др.

Экономический механизм деятельности учреждений культуры и искусства, образования также включает в себя особенности, связанные, с одной стороны, с некоммерческим характером деятельности, обусловленным их социально-культурными приоритетами, с другой – с нематериальным (за редким исключением) характером производимых и реализуемых ими продуктов [3, с. 22].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Только рационально управляя финансами, можно достичь успешного решения социальных вопросов, стабильного положения на рынке услуг, расширения и улучшения материальной базы, эффективного использования производственных мощностей, улучшения платежеспособности, выявления внутренних резервов, определения векторов использования прибыли.

Рассматривая особенности финансовой деятельности организаций культуры и искусства, нельзя не отметить специфику составления финансовых планов, разработки финансовой стратегии в зависимости от того, фиксированы или нет цены на их продукты (услуги). Плата за вход в музеи, цены на билеты в кинотеатры, театры, как правило, фиксированная. Вследствие этого составление финансовых планов начинается с определения их доходной части. Только определив величину ожидаемых доходов из различных источников (сюда кроме собственных средств могут входить гарантируемые ассигнования), приступают к формированию расходной части сметы.

В то же время на некоторые виды услуг учреждения имеют право самостоятельно устанавливать цены. Для того чтобы их рассчитать, финансовое планирование начинают с расходной части. Только определив общую структуру издержек, норму прибыли (на самокупаемый и коммерческий продукты), учреждение получает возможность с помощью максимально допустимых в каждом конкретном случае цен формировать доходную часть сметы. Данный подход сохраняется как при разработке финансового плана учреждения (при однопрофильной деятельности), так и при составлении планов отдельных видов деятельности (для многопрофильных учреждений).

Одним из главных аспектов, касающихся особенности финансовой деятельности учреждений культуры и искусства, является механизм образования и распределения их дохода. Из бюджета происходит возмещение всех материальных затрат, расчеты по обязательствам, оплата процентов за кредит, выплачивается заработная плата, различные надбавки, доплаты и выплаты стимулирующего характера, другие текущие издержки.

Следует отметить, что данный порядок образования и распределения финансовых ресурсов характерен для многих бюджетных учреждений социально-культурной сферы.

Организации социально-культурного сервиса и туризма имеют различные цели, различные источники и способы финансирования, различную политику формирования цен. Все это требует от руководителей не только понимания экономических механизмов, принципов финансового планирования, но и определенных знаний в области экономического анализа.

Финансовое планирование является актуальным для всех уровней государственного управления в сфере культуры, в том числе региональных органов управления и государственных учреждений, а также для организаций культуры всех типов.

В процессе планирования разрабатываются мероприятия по повышению доходности капитала, стабильности организации, минимизации рисков и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артеменко, В. Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В. Г. Артеменко, М. В. Беллендир. – М. : ДИС, НГАЭ и У, 2016. – 328 с.
2. Балабанов, И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта : учебник / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 340 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие / Л. Е. Басовский. – М. : Инфра-М, 2010. – 260 с.

УДК 791.43.049.1.067

*Ж. Ю. Сологуб,
г. Луганск*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КАК ФАКТОРОМ ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Важную роль в становлении личности подростка играет нравственное воспитание и развитие. Формируются нравственные убеждения, принципы и идеалы. Соответственно традиционным источникам нравственного воспитания определяются и базовые национальные ценности, каждая из которых раскрывается в системе нравственных ценностей: патриотизм и социальная свобода, доверие к людям и справедливость, милосердие, честь и достоинство, служение Отечеству, свобода совести и вероисповедания. Эти базовые национальные ценности лежат в основе целостного пространства духовно-нравственного развития и воспитания молодежи. Воспитание этих ценностей необходимо наиболее интенсивно осуществлять именно в подростковом возрасте. Для этого следует знать особенности психического развития в старшем подростковом возрасте. Их исследованием занимались В. А. Крутецкий и А. П. Краковский. Вопросам воспитания личности в социально-педагогическом движении детей и молодежи посвящено значительное количество психолого-педагогических исследований. Педагогические и психологические основы деятельности детских и молодежных объединений рассматривались Л. А. Борисовой, С. В. Качалиной, Г. В. Сабитовой, Е. Е. Чепурных и др. Особенности взаимодействия ее участников исследовались Т. П. Вернигоровой, А. Ю. Кривокулинским, И. И. Фришман и др. Содержание и методы социального воспитания в общественных объединениях разрабатывались В. А. Дергуновым, Г. В. Ермоленко, С. В. Тетерским, О. Д. Чугуновой и др. Ведущие современные педагоги, психологи, философы и социологи считают, что добровольная общественная деятельность молодежи сегодня может не только помочь решить многие социальные проблемы общества, но и способствовать развитию социально значимых качеств юношей и девушек, формированию у них активной жизненной позиции. Поэтому изучение социально-психологических особенностей управления волонтерским движением как воспитательного процесса приобретают особую актуальность.

Однако, несмотря на существенный интерес ученых и значительность полученных результатов, собственно социально-психологические особенности управления волонтерской деятельностью как фактором воспитания молодежи не исследованы в полной мере. До настоящего времени не исследованы воспитательные возможности волонтерского движения, не разработана эффективная модель управления развитием этого движения в молодежной среде, не в полной мере раскрыты социально-психологические особенности управления волонтерским движением.

Таким образом, актуальность исследования определяется:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- возрастающей ролью волонтерского движения в социальном развитии общества и недостаточной разработанностью управления этим движением;
- потребностью современного общества в социально активной молодежи и недостаточным использованием воспитательных возможностей волонтерского движения;
- необходимостью исследования социально-психологических особенностей управления волонтерским движением социально активной молодежи, без которой невозможно дальнейшее экономическое, политическое и культурное преобразование республики.

На основании вышеизложенного определена проблема исследования: определить, каковы социально-психологические особенности управления, обеспечивающие эффективность влияния волонтерского движения на воспитание социальной активности молодежи.

Цель исследования состоит в выявлении этих особенностей управления и разработке практических рекомендаций по развитию волонтерского движения в ЛНР.

Объектом исследования является волонтерское движение молодежи, предметом – социально-психологические особенности управления общественным волонтерским движением как фактором воспитания молодежи.

Ход исследования определялся следующей гипотезой: волонтерское движение является фактором воспитания социальной активности молодежи при реализации следующих управленческих решений:

- использования социально-ориентированных технологий управления социальной активностью молодежи;
- свободного выбора волонтерами видов и форм социально значимой деятельности;
- социально-психологических аспектов мотивационной сферы волонтерского движения в процессе развития социальной активности молодежи.

В соответствии с целью и гипотезой в исследовании ставились следующие задачи:

- изучить понятие и сущность нравственного воспитания молодежи;
- уточнить сущность понятия «волонтерское движение» и определить его воспитательные возможности в развитии социальной активности молодежи, функции и принципы;
- описать исторические аспекты формирования и развития волонтерской деятельности в России;
- рассмотреть методы и средства управления волонтерской деятельностью как фактором воспитания молодежи на примере опыта работы отечественных волонтерских организаций;
- выявить социально-психологические особенности управления молодежным волонтерским движением в социуме;
- раскрыть сущность и задачи волонтерского движения в социально-культурной деятельности;
- разработать практические рекомендации по управлению развитием этого движения в ЛНР.

Теоретико-методологическую основу исследования составили важнейшие положения диалектики о социальной природе психической деятельности, активности личности в процессе ее социального развития. Исследование проводилось в рамках системного подхода,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предложенного в работах И. В. Блауберга, Ю. А. Конаржевского, Н. В. Кузьминой, Г. Н. Серикова, Э. Г. Юдина и др., и личностно-деятельностного подхода, представленного в трудах К. А. Абульхановой-Славской, Б. Г. Ананьева, А. Н. Леонтьева, С. Л. Рубинштейна, В. А. Слостенина и др.

При рассмотрении психолого-педагогических аспектов исследуемой проблемы были изучены идеи и положения, разработанные в психологической теории личности и представленные в трудах Л. С. Выготского, А. Н. Леонтьева, В. Н. Мясищева, К. К. Платонова, С. Л. Рубинштейна и др.; теории психологии юношеского возраста, разработанные Л. С. Выготским, И. С. Коном, В. С. Мухиной. К настоящему времени проведен ряд исследований, направленных на изучение отношения молодежи к общественной деятельности изучены такими учеными, как: Г. Г. Николаев, Л. А. Сивицкая, О. Б. Скрыбина, Е. Л. Федотова, С. Б. Шаргородская и др. Поиск оптимальных условий и эффективных методов развития социальной активности личности представлен в трудах В. М. Бейлин, Н. В. Бушмановой, И. Д. Гаврильева, Е. М. Карповой, А. Р. Лопатина, О. В. Соловьева и др.

Для решения поставленных задач и проверки выдвинутой гипотезы использовались следующие методы исследования:

1) теоретические методы: теоретико-методологический анализ, понятийно-терминологический анализ, системный анализ;

2) эмпирические методы: исследование и обобщение эффективного опыта молодежных общественных объединений.

Научная новизна исследования состоит в том, что:

– доказан воспитательный аспект социальной активности молодежи от участия в волонтерском движении;

– выявлены социально-психологические факторы, обеспечивающие эффективность управления социальной активности молодежи в волонтерском движении.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что:

– расширены научные представления о волонтерском движении и его воспитательных возможностях в развитии социальной активности молодежи;

– уточнена характеристика понятия «волонтерское движение».

Практическая значимость исследования состоит в том, что:

– разработаны методические рекомендации по организации деятельности молодежных общественных объединений социальной направленности;

– найдены пути взаимодействия социальных институтов в процессе развития социальной активности молодежи ЛНР.

Наивысшим уровнем развития души является любовь к человечеству в целом. Она достигается посредством решения нравственных задач, возникающих при условии сочувствия другим людям, и решается в ситуации требования готовности, но не ее полного наличия. Традиции добровольной взаимопомощи составляют основу развития волонтерского движения среди молодежи сегодня. Волонтерская деятельность способствует изменению мировоззрения самих участников и тех, кто рядом. Она приносит пользу как государству, так и волонтерам, которые посредством волонтерской деятельности развивают свои умения и навыки, удовлетворяют потребность в общении и самоуважении, осознают свою полезность

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

и нужность, получают благодарность за свой труд, развивают в себе важные личностные качества и открывают духовную сторону жизни.

Изучение современного состояния проблемы развития социальной активности молодежи, анализ психолого-педагогической литературы, опыт работы в волонтерском движении, проведенное исследование показали, что добровольная общественная деятельность молодежи сегодня может не только помочь решению многих социальных проблем общества, но и способствовать развитию социально значимых качеств юношей и девушек, формированию у них активной жизненной позиции.

Проанализировав сущность волонтерского движения, мы установили, что воспитательные возможности в развитии социальной активности молодежи обусловлены:

- добровольностью включения волонтеров в различные виды социально-ценностной деятельности;
- правом выбора средств достижения цели при совместном решении проблем;
- сочетанием самоуправления с последовательным развитием демократических начал в управлении;
- целенаправленным использованием обучения и воспитания как средства достижения социально значимых целей и личностного роста волонтеров.

Проведенное теоретическое исследование подтвердило выдвинутую гипотезу и позволило сделать следующие выводы:

1) волонтерское движение – это форма добровольного объединения для мобилизации социальной инициативы, достижения общественно значимых целей, совместного решения общих проблем, способствующая личностному росту его участников и развитию социальной активности молодежи;

2) воспитательные возможности волонтерского движения в развитии социальной активности молодежи обусловлены следующими принципами:

- добровольностью включения волонтеров в различные виды социально-ценностной деятельности;
- правом выбора методов и средств управления этим движением для решения социальных задач;
- целенаправленным использованием социально-психологических особенностей управления обучением и воспитанием как средствами достижения социально значимых целей волонтеров.

Разработан ряд технологических этапов развития волонтерского движения и реализации добровольческой программы в Луганской Народной Республике:

- 1 этап заключается в сборе информации об интересах и потребностях потенциальных волонтеров и определении потребностей организации в добровольцах;
- 2 этап обусловлен принятием полномочий руководителя добровольческой программы и определением круга его должностных обязанностей;
- 3 этап – проведение собеседования, составление плана работы с последующим контролем;
- 4 этап – выполнение работы;
- 5 этап – оценка эффективности проделанной работы, поощрение добровольцев, планирование дальнейшей деятельности.

Эффективность реализации данной программы определяется:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– степенью четкого представления о будущей деятельности у организаторов и добровольцев;

– эффективностью взаимодействия и качества характеристик предлагаемой работы с учетом индивидуальных интересов, потребностей и способностей добровольца;

– формами поощрения добровольцев.

Перспективными направлениями ее дальнейшего развития могут стать: использование вариативно-программного подхода в подготовке волонтеров; развитие творческого потенциала личности в волонтерском движении.

УДК 791.43.049.1.067

*Е. А. Шаталова,
г. Луганск*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТРАНСФОРМАЦИИ, МОДЕРНИЗАЦИИ И ДИВЕРСИФИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Модернизация национальной экономики, и в частности отечественных производственных комплексов, сопровождается ее структурными трансформациями. Последовательные и органичные изменения в структуре экономики возможны в результате диверсификации деятельности предприятий и их объединений, которая является составной и неотъемлемой частью их стратегического развития. Диверсификация является основой для осуществления изменений в организационной структуре, методах и процессах управления, формируя актуальный механизм снижения издержек и открывая новые научно-технические возможности. Исследование теоретико-методологических основ диверсификации обуславливает определение роли и механизмов диверсификации в решении проблем развития хозяйственных структур на современном этапе.

Общество, основанное на экономике знаний, ставит новые задачи по исследованию законов и закономерностей ускоренной динамической трансформации и диверсификации инновационных и традиционных экономических отношений и отношений контроля.

Рассматривая тенденции развития экономических систем и формы их осмысления в отечественной и зарубежной науке [5], можно выделить действие в современной экономике следующих общих закономерностей: совершенствование и диверсификация экономических систем с использованием локальных форм инноваций; ускорение трансформации и диверсификации экономических систем на основе инноваций прорывного характера; накопление инноваций и его глобализация; ускорение трансформации и диверсификации традиционных инновационных и инвестиционных отношений в экономических системах и др. Все они обеспечивают устойчивость, целостность, целенаправленность и конкурентоспособность экономических систем. Практика показывает, что трансформация и диверсификация инновационных и традиционных отношений имеют различные формы проявления, степени реализации и механизмы обеспечения. Динамическая трансформация форм экономических систем и закономерностей их развития рассматривают их преобразование в оптимальные инновационно-традиционные экономические системы с доминантой инновационных отношений в деятельности хозяйствующих субъектов.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Вместе с тем проблемы модернизации предприятий как специфической закономерности процесса трансформации еще не получили всестороннего и системного рассмотрения. Актуальными являются вопросы типологии («сценарности») политики модернизации предприятий, ее этапов, временных горизонтов, интенсивности, направлений и форм, а также обоснования путей ресурсного обеспечения модернизации предприятий в аспекте создания рыночных условий обновления и воспроизводства. Проблема модернизации предприятий как первичного звена экономики все еще не находится в центре экономической политики государства, законодательной деятельности. Ее решение предоставляется самим предприятиям, а на государство возлагается преимущественно функция формирования «правил игры» [2].

Из всего многообразия точек зрения следует выделить два основных подхода к сущности модернизации: 1) подход на основе расширенного трактования ее содержания, при котором модернизация идентифицируется с другими родственными понятиями, такими как реорганизация, преобразование, реформирование, реструктуризация, методами преодоления кризиса и др.; 2) подход на основе выделения модернизации в самостоятельную научную категорию.

Исходя из первого подхода, на наш взгляд, модернизацию следует рассматривать как обобщающее понятие, включающее в себя реорганизацию, преобразование, реформирование, реструктуризацию и др.

Трансформация предприятия понимается как преобразование, превращение, видоизменение предприятия [1]. Часто трансформация предприятия носит вынужденный характер, вызванный воздействием на предприятие некоторой ситуации или внешних сил (т. е. трансформация как следствие), и может приводить к радикальным или незначительным изменениям. Трансформация, в отличие от модернизации, также может привести к ухудшению потенциала предприятия, например, в результате трансформации ценовых пропорций в экономике [3].

Модернизация социально-экономической системы как придание ей современных черт должна восприниматься не просто как внедрение наиболее современных достижений («лучших практик») в том или ином аспекте, полученных в других условиях различными системами, а как двуединый процесс: а) познания стратегических смыслов и целей движения системы; б) реализации этих смыслов и целей с учетом полученных другими системами результатов.

Под модернизацией в общем смысле понимается инновационное изменение, принятие и внедрение чего-то нового в любую сферу деятельности человека.

Модернизация определяется как развитие базовых институтов общества, таких как рыночная экономика, государство, массовое потребление, разрешение текущих проблем путем реформ и инноваций.

Экономический подъем определяется эффективной деятельностью предприятий, степенью их трансформации в условиях рынка. Развитие предприятий в условиях рынка учитывает ряд факторов, таких как конкуренция, конъюнктура, расширение и реорганизация и др. Влияние данных факторов определяет необходимость создания процесса диверсификации на предприятиях.

Диверсификация представляет собой увеличение возможностей предприятий распространяться в рамках основного бизнеса; переход от односторонней, часто

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

производственной структуры, базирующейся лишь на одном продукте, к многопрофильной деятельности производства с широкой номенклатурой выпускаемой продукции [7].

Развитие диверсификации в чистом виде представлено в более сложных формах. Так, А. А. Карулева [3, с. 230] подчеркивает, что современная диверсификация может осуществляться в различных формах, таких как стратегия: а) концентрической диверсификации, когда компания может принимать решение о начале выпуска новой продукции, которая соответствует технологическим или маркетинговым ресурсам существующих производственных линий, даже если она ориентирована на другие группы потребителей; б) горизонтальной диверсификации, когда осуществляется поиск новой продукции, предназначенной для клиентов компании, даже если она технологически не связана с существующими производственными линиями (расширение номенклатуры за счет освоения новых видов изделий, услуг, товаров и др.); в) конгломерантной диверсификации, то есть компания может остановиться на новой сфере деятельности, не связанной ни с существующей технологией, ни с продукцией компании или даже не относится к ее рынку.

Исходя из этого, можно выделить три вида диверсификации: вертикальную, горизонтальную и латеральную (от англ. «боковой», «вторичный») или спорадическую (от греч. «обособленный», «появляющийся от случая к случаю»). Использование этих терминов не может быть однозначным. В некоторых источниках [6] понятие диверсификации отождествляется с интеграцией и специализацией. Прямую связь между вертикальной и горизонтальной диверсификацией можно трактовать как интеграцию, но только спорадическая интеграция и является диверсификацией. Специализацией может быть признана как вертикальная, так и горизонтальная диверсификация. С другой стороны, интеграция, слияние, поглощение, трансфертное инвестирование – это один из путей осуществления диверсификации. Между ними всеми может быть как прямая связь, так и обратная.

Обобщение видов диверсификации позволяет согласиться с Д. А. Комиссаренко [4, с. 114], что для организации наиболее уместна та, которая способствует поиску дополнительных возможностей и использует способности существующего бизнеса.

Таким образом, диверсификация представляет собой расширение производственной и коммерческой деятельности предприятия за пределы ранее составленной специализации на другие отрасли, часто не связанные между собой прямой производственной кооперацией и не конкурентные. То есть при диверсификации осуществляется переход к новым областям бизнеса или к изменению бизнес-портфеля предприятия.

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

Причины диверсификации разнообразны, но можно выделить две основные. Диверсификация вызвана стремлением к наращиванию потенциала предприятия или является выводом негативных результатов деятельности вследствие жесткой конкуренции в регионе, неправильных управленческих решений или выбора неудачной стратегии развития. При этом диверсификация в качестве политики развития предприятия может предоставить правильные

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

решения и их успешную реализацию, способствовать улучшению финансово-экономического состояния предприятия, тогда как в качестве способа выживания как минимум дает незначительные доходы. Все это объединяет одна черта: диверсификация не дает положительных результатов при ее применении в краткосрочной перспективе.

Многообразие сферы деятельности предприятий чаще всего способствует успешности выбранного бизнеса. Именно это является залогом диверсификации деятельности предприятия и характеризует ее направления. При этом не наблюдается переключение деятельности непромышленных предприятий на производственные виды. Однако производственные предприятия пытаются заниматься не свойственными им видами деятельности, такими как торговля и оказание услуг. Определенное направление диверсификации в непромышленной сфере еще раз подтверждает ее привлекательность по ведению бизнеса.

Большая часть предприятий начинает свою деятельность как небольшие узкоспециализированные предприятия, ориентированные на локальный рынок. Предприятия, прошедшие 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 [9] 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 доходы уменьшения зависимости от поставщиков и специализированных учреждений, повышение устойчивости предприятия и его экономической безопасности, рост числа рабочих мест, снижение зависимости региона от импорта продукции.

Диверсификация в основном направляется должной установленной стратегией. Наиболее эффективным методом адаптации предприятия к изменившимся условиям является стратегия диверсификации [8], то есть стратегия разнообразия, стратегия разностороннего развития. Главным образом, она направлена на: снижение риска от деятельности в одном сегменте; удовлетворение разнообразных потребностей; распространение организационной структуры; увеличение доходов предприятия. Под стратегией следует понимать набор правил и приемов, с помощью которых достигаются цели развития той или иной организационной структуры. Если рассмотреть общую точку зрения, то стратегия – это политика, поведение, линия поведения, образ действий. Это универсальное понятие, которое можно рассматривать с разных сторон: с одной стороны, это определение конкурентами позиций предприятия на рынке, с другой – процесс разработки стратегии развития, который является необходимым элементом управления предприятия. Иначе говоря, стратегия позволяет скоординировать деятельность предприятия, мобилизовать ресурсы и своевременно направить их на решение актуальных проблем. Эффективность стратегии развития предприятия должна определяться тем, насколько стратегия соответствует требованиям устойчивого сбалансированного развития предприятия.

Организация, которая выбирает стратегию диверсификации и вступает в новое направление деятельности, как правило, не является в нем абсолютным новичком, не осведомленным во внутренних и внешних условиях деятельности. Осуществление диверсификации обязательно должно иметь в основе наличие определенных ресурсов,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

навыков, компетенций, в том числе необходимых для принятия решения об участии в новых направлениях деятельности. Следует заметить, что любая стратегия диверсификации использует определенное (большее или меньшее) количество элементов синергии, которые присутствуют в основном направлении деятельности. Опираясь на эти общие ресурсы и компетенции, предприятие в рамках нового направления деятельности будет иметь конкурентные преимущества в опыте и ресурсах, накопленных и созданных в традиционных направлениях.

Практически все разновидности диверсификации могут возникать за счет двух источников: путем создания внутренних условий для развития компетенций, накопления ресурсов, формирования опыта и навыков, в достаточной мере необходимых для того, чтобы произошли качественные изменения в бизнес-портфеле предприятия; путем внешнего организационного развития, то есть за счет приобретения новых технологий, предприятий или отдельных его подразделений или путем объединения с другими предприятиями, вертикально или горизонтально расположенными, функционирующими в родственных или неродственных отраслях.

Каждый подход имеет свои преимущества и недостатки, и оптимальным, безусловно, является сочетание этих подходов или диверсификации путем накопления стратегического опыта. Выбранный предприятием тип диверсификации зависит от специфики самого предприятия, в первую очередь – от его целей, структуры бюджета, мобильности капитала и размера предприятия, которое диверсифицируется.

Наиболее эффективна такая система предприятия, в которой достигается оптимальное сочетание нескольких направлений развития. Чаще всего стратегические задачи общегосударственного, перспективного характера могут задаваться, регулироваться правовыми (в виде определенного законодательства, в том числе хозяйственного), частично административно-распорядительными методами, а конкретные, текущие задачи производства более эффективно решаются путем использования экономических, социально-психологических, правовых методов развития организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жуков, Б. М. Управленческая концепция гибкого развития предприятия / Б. М. Жуков // Особенности российского менеджмента : Материалы 3-го Международного форума-конкурса, 20–23 ноября 2007 г. – Казань : КГФЭИ, 2007. – С. 66–69.
2. Жуков, Б. М. Модернизация как цель гибкого развития предприятия / Б. М. Жуков // Актуальные вопросы социально-гуманитарных наук : межвузовский научный сборник. Вып. 6 / АНОО ВИВТ, РосНОУ (ВФ). – Воронеж : Научная книга, 2008. – С. 199–203.
3. Карулева, Е. А. Проблемы выбора диверсификационной стратегии предприятия [Электронный ресурс] / Е. А. Карулева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – Режим доступа:
<http://conf.susu.ru/doc/menedg/karyleva.shtml>.
4. Комисаренко, Д. А. Диверсификация деятельности как способ развития предприятий малого бизнеса / Д. А. Комисаренко // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2003. – № 2 (60). – С. 114–118.
5. Посталюк, М. П. Динамическая трансформация экономических систем и их традиционно-инновационная диверсификация / М. П. Посталюк // Вестник ТИСБИ. – 2012. – № 2. – С. 3–13.
6. Савицкая, Е. В. Экономический словарь-интертекст для юных бизнесменов / Е. В. Савицкая, О. В. Евсеев. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 192 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

7. Шарко, О. О. Эффективность диверсификационного потенциала ВАТ «Горизонт» / О. О. Шарко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2007. – № 7. – С. 56–58.

8. Шарко, О. О. Диверсифікація як вид стратегій розвитку ВАТ Заводу «Горизонт» / О. О. Шарко // Проблеми глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – Луганськ: Вид-во Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, 2007. – С. 208–210.

9. Шаталова, Е. А. Направления развития диверсификации деятельности предприятия / Е. А. Шаталова // Менеджмент социокультурной деятельности: состояние и перспективы: материалы V Открытой республиканской научно-практической конференции (Луганск, 16 февр. 2017 г.). – Луганск: Изд-во ЛГАКИ имени М. Матусовского, 2017. – С. 80–83.

УДК 791.43.049.1.067

*Е. А. Шаталова, Е. Е. Перишина,
г. Луганск*

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

Сфера культуры обладает особой значимостью в жизнедеятельности общества. Доступ к культурным ценностям есть у каждого. В связи с этим действие рыночных механизмов в данной области ограничено. Это ограничение вызвано тем, что стоимость услуг в сфере культуры не носит приемлемого для потребителей характера. Однако государство должно обеспечивать финансовую поддержку отрасли культуры. Подобная поддержка должна носить четко спланированный и последовательный характер. Финансирование отрасли культуры должно быть не только целевым, но и тщательно продуманным. Финансирование должно обеспечивать постоянное развитие в этой области. В настоящее время принят целый ряд государственных программ, однако их эффективность уже сейчас вызывает большие сомнения.

Показатели, заложенные в государственных программах, не имеют оправданного характера. Следовательно, целью данного исследования является выявление основных черт по проблематике системы финансирования отрасли культуры. Проблемы финансирования учреждений культуры остаются ключевыми и не до конца решенными как с теоретических позиций, так и с точки зрения практической реализации.

Культурный комплекс представляет собой совокупность предприятий, учреждений и организаций, решающих специфические задачи по развитию и самореализации личности и сохранению самобытности народов. Функции культуры по их социально-экономическому содержанию состоят в духовном обогащении человека и воздействии через это [1, с. 98] на конечные экономические результаты. Сам термин «финансирование» означает «снабжение денежными средствами, финансами».

Выполняя комплекс задач по социальному обслуживанию населения, направленных на духовное развитие общества, культура выступает одним из основных получателей средств государственного и муниципального бюджета. В то же время культура располагает значительным коммерческим потенциалом и при умелом его использовании может внести существенный вклад в развитие экономики. Сочетание бюджетного финансирования

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

культуры с элементами самофинансирования вписывается в структуру современного рыночного механизма.

Анализ современного состояния учреждений культуры выявляет ряд факторов, ведущих к упадку сферы культуры: плачевное состояние материально-технической базы учреждений сферы культуры; значительное число учреждений, находящихся в аварийном состоянии; сокращение числа учреждений культуры и искусства; финансирование учреждений культуры по остаточному принципу; недопустимо низкие заработные платы работников учреждений культуры.

Низкий уровень доходов, а также ограниченный лимит свободного времени населения становятся сдерживающими факторами развития платных услуг учреждений культуры и искусства. Эти факторы послужили причиной кризиса сектора культуры, они обуславливают необходимость проведения глубоких системных изменений через переосмысление роли культуры в обществе, роли государства в культуре и меры его ответственности за культурную жизнь общества.

Проблематику развития сферы культуры рассматривают не ограничиваясь внутриотраслевыми задачами, а в контексте всей системы общественных отношений.

Государство должно обеспечивать поддержку, в первую очередь финансовую, отрасли культуры в целом. В противном случае оно будет содержать за счет бюджетных средств неэффективные организации. Учитывая особенности сферы культуры, финансирование должно обеспечивать постоянное развитие этой области, в том числе обновление основных фондов, покупку интеллектуальной собственности. Из этого следует, что модернизация системы финансирования сферы культуры требует переосмысления и внедрения новых подходов, направленных на повышение качества предоставляемых государственных (муниципальных) услуг, обеспечение их доступности населению, повышение ответственности учреждений культуры за результаты своей деятельности, что обуславливает актуальность исследования.

Только эффективное взаимодействие всех органов власти, бизнеса, общественных организаций в реализации комплекса программ, направленных на развитие сферы культуры, увеличение культурной привлекательности и повышение качества предоставляемых услуг, может обеспечить формирование и развитие полноценной культурной среды как важнейшего условия улучшения качества жизни населения [2].

Без решения таких проблем, как непродуманное формирование бюджетных смет при доведении лимитов бюджетных обязательств до получателей; отсутствие методики финансирования сферы культуры; низкая материально-техническая оснащенность учреждений культуры; низкая производительность труда в отрасли; отсутствие независимой системы оценки качества услуг в сфере культуры в данной области, дальнейшее нормальное развитие просто невозможно.

Пересмотр противоречий позволит получить следующие результаты:

- улучшение качества жизни жителей области путем повышения количества и качества услуг, оказываемых населению;
- повышение инвестиционной и туристической привлекательности региона;
- снижение доли населения, в первую очередь детей и молодежи, состоящих в группах социального риска;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- снижение масштабов асоциальных явлений, таких как наркомания, алкоголизм и табакокурение и др.;
- повышение эффективности использования бюджетных средств, направленных на сохранение и развитие сферы культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ксынкина, Г. М. Организационно-экономический механизм государственного регулирования в сфере культуры : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ксынкина Галина Михайловна. – М., 2004. – 154 с.
2. Стеценко, Ю. С. Качество как фактор ценности услуг учреждений культуры / Ю. С. Стеценко // Креативная экономика. – 2010. – № 8 (44). – С. 134–140.

УДК 65.0:008

*Е. В. Щербакова,
г. Луганск*

ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОЙ И ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА

Любая территория обладает культурным и историческим наследием, которое непременно должно стать достоянием не только жителей данного региона, города или местности, но и жителей других территорий, привлекаемых за счет формирования и повышения туристической значимости этой территории. Однако туристическая значимость не единственная стратегическая цель в отношении развития такого региона или местности. Естественно, большое значение имеют экономические аспекты, но культурное развитие также имеет огромную ценность. Повышение уровня культуры местного населения непременно влечет за собой повышение самосознания личности, патриотичности и чувства причастности к истории своей малой родины.

Культура является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа. Идентичность путей исторической эволюции культуры и туризма предопределила общность новых методов подхода к их дальнейшему развитию. В большинстве стран мира происходит процесс демократизации культуры и туризма, которые составляют неотъемлемую часть жизни общества. Самосознание и познание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей немислимы без приобретения знаний в области культуры.

Формирование туристической привлекательности за счет углубления в культурно-историческое прошлое определенного региона будет также способствовать повышению культурного уровня.

Туристическая привлекательность региона, по утверждению В. В. Славина, это «совокупность его объективных и субъективных характеристик, материальных и нематериальных факторов, влияющих на результаты туристической деятельности и определяющих положение региона для туристов и субъектов туристической деятельности, включающая в себя ресурсно-инфраструктурный потенциал туристической деятельности и социально-институциональные риски ее осуществления на данной территории» [4]. В целом нам близка позиция автора, связывающего привлекательность с объективными и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

субъективными характеристиками, потенциалом и рисками; однако, в силу объема определения, сложно выделить ключевые категории понятия. Кроме того, в аспекте маркетингового содержания субъектами оценки туристической привлекательности в нашей модели не могут быть субъекты туристской деятельности. С. П. Кузик считает, что туристическая привлекательность – это «наличие такого туристического потенциала территории, при эксплуатации которого обеспечиваются оптимальная туристско-рекреационная нагрузка и полное сохранение туристических ресурсов и возможность получения соответствующего социально-экономического эффекта без нарушения экологического равновесия окружающей среды» [2].

Близким к понятию «туристская (туристическая) привлекательность» выступает понятие «имидж территории» – «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, а также собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа территории; отражение реальности территориального развития» [3]; «набор значений и впечатлений, благодаря которым достигается дифференциация региона в человеческом сознании, предполагающая формирование ориентированного на перспективу позитивного отношения к носителю имиджа» [1]. Итак, туристская привлекательность региона характеризуется туристским потенциалом и туристскими рисками.

Культурная привлекательность выражается в здоровой жизнедеятельности современной культуры как единой системы, которая зависит от функционирования множества частных предпринимательских инициатив, имеющих самостоятельную культурную ценность, формирующих культурную инфраструктуру, нередко являющихся активной средой для самых разных культурных процессов. Партнерские проекты между учреждениями «традиционной» культуры и творческими индустриями способны приносить более чем привлекательные, а порой и спасительные для «традиционной» культуры плоды.

Таким образом, формирование туристической привлекательности за счет культурной является задачей любой современной местности: города, региона, края и т. д. Можно применять такой вид туризма, как культурный. Его основой является историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Минимальный набор ресурсов для познавательного туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить:

- памятники археологии;
- культовую и гражданскую архитектуру;
- памятники ландшафтной архитектуры;
- малые и большие исторические города;
- сельские поселения;
- музеи, театры, выставочные залы и др.;
- социокультурную инфраструктуру;
- объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства;
- технические комплексы и сооружения.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

При посещении другой страны туристы воспринимают в целом культурные комплексы, составной частью которых является природа. Аттрактивность культурных комплексов определяется их художественной и исторической ценностью, модой и доступностью по отношению к местам спроса.

Особенности культуры различных регионов мира все чаще побуждают людей проводить отпуск в путешествии. Объекты, посещаемые туристами, способствуют их духовному обогащению, расширению кругозора. Культура является одним из основных элементов туристского интереса.

Познавательный туризм охватывает все аспекты путешествия, посредством которого человек узнает о жизни, культуре, обычаях другого народа. Туризм, таким образом, является важным средством создания культурных связей и международного сотрудничества. Действие культурных факторов внутри региона является средством расширения ресурсов для привлечения туристских потоков. Во многих странах туризм может быть включен в так называемую политику культурных отношений.

Уровень культурного развития может быть использован также для создания благоприятного имиджа конкретного региона на туристском рынке. Элементы и факторы культуры могут являться каналами распределения информации о туристских возможностях местности. Успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности национального культурного наследия.

Луганск представляет собой город с богатым культурно-историческим наследием, который может стать существенным преимуществом в развитии культурной (познавательной) туристической привлекательности города Луганска и повышении культурного уровня самих луганчан. С целью формирования такой привлекательности города необходимы методы, которые удовлетворяли бы специфике поставленной цели и находились бы на междисциплинарном уровне. Из всех существующих способов и методов управления для осуществления поставленной цели сформировать культурную и туристическую привлекательность города Луганска, а также повысить уровень культурной образованности местных жителей в сфере краеведения и историко-культурного наследия города больше всего удовлетворяет требованиям проектный менеджмент, или проектная деятельность.

Под проектной деятельностью в сфере культуры понимается организационно-управленческая активность субъектов культурной политики, направленная на разработку комплекса мероприятий, способствующих эффективному решению актуальных проблем культуры в условиях определенных временных рамок. Будучи способом организации, выявления и увеличения ресурсного потенциала сферы культуры, средством взаимодействия с органами власти, общественностью и партнерами, проектная деятельность является специфической формой регулирования социокультурных процессов.

Для достижения цели необходима реализация такого проекта, который способен удовлетворить всем требованиям поставленной цели. Таким проектом может стать разработка культурной карты Луганска.

Культурная карта Луганска – это исследовательский проект, направленный на проведение анализа ситуации и выявление перспективных направлений развития культуры в Луганском регионе. В рамках этого проекта осуществляется анкетирование представителей

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

различных аудиторий и проведение фокус-групп при участии менеджеров культуры из Украины, России, стран Европы и др.

Среди ожидаемых результатов проекта назовем следующие:

- наладить работу между различными аудиториями, принимающими участие в культурном процессе;
- выявить возможности и потребности участников культурного процесса;
- разработать рекомендации для улучшения работы государственных органов в сфере культуры;
- предоставить актуальную информацию о существующих субъектах культурной жизни Луганска;
- усилить участие общественности в принятии решений и выработке культурной стратегии Луганска.

Таким образом, для создания и разработки культурной карты города Луганска, которая будет направлена на формирование его культурной и туристической привлекательности, а также на повышение уровня культурной образованности местных жителей в сфере краеведения и историко-культурного наследия города, необходимо применять проектный менеджмент, который сможет охватить, спланировать, скоординировать все процессы, необходимые для получения продукта проекта – культурной карты города Луганска.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коваленко, Т. Д. Туристический имидж как фактор социально-экономического развития региона [Электронный ресурс] / Т. Д. Коваленко // Труды Международного симпозиума «Надежность и качество». – 2010. – Т. 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-imidzh-kak-faktorsotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona>
2. Кузик, С. П. География туризма [Электронный ресурс] / С. П. Кузик. – Режим доступа: http://uchebnikonline.ru/turizm/geografiya_turizmu_-kuzik_sp/geografiya_turizmu_-kuzik_sp.htm
3. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
4. Славин, В. В. Туристическая привлекательность региона: понятие, содержание, основные принципы формирования [Электронный ресурс] / В. В. Славин // Вопросы управления. – 2013. – № 1. – Режим доступа : <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2013/01/14/>

УДК 339.13

*Е. В. Щербакова, А. В. Белоусова,
г. Луганск*

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Рыночная экономика и капиталистический уклад общества предоставили неограниченные возможности для реализации множества бизнес-идей в различных сферах экономических отношений. Это привело к появлению множества предприятий и организаций, которые наполнили рынок различными товарами и услугами. В свою очередь, потребителю всего множества продукции достаточно сложно ориентироваться и выбирать

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

среди качественного, нужного, доступного и порой одинакового ассортимента различных производителей. Поэтому успех любой организации будет зависеть от того, насколько она будет управлять собственными рыночными возможностями. «Продуктом» системы управления рыночными возможностями организации являются **конкурентные преимущества**. Подобно тому как не существует организации без потребности в ее продуктах (услугах), так не существует рыночных возможностей без конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества делают организацию узнаваемой на рынке, защищают от воздействий конкурентных сил. Конкурентоспособность представляет собой результат, фиксирующий наличие конкурентных преимуществ, без которых она невозможна.

Конкурентное преимущество – это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей организации превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами. Устойчивое конкурентное преимущество – это долгосрочная выгода от осуществления уникальной стратегии, направленной на создание ценности, которая в то же время не применяется ни существующими, ни потенциальными конкурентами и выгоды использования которой не могут быть скопированы.

Оценочной базой для конкурентных преимуществ являются цели предприятия и связанные с ними задачи, которые организация способна выполнять с учетом реальных условий внешней среды и при заданном качестве их выполнения.

Ж. Ж. Ламбен дает следующее определение **конкурентного преимущества**: «Это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для организации определенное превосходство над своими прямыми конкурентами». Эти характеристики (атрибуты) могут быть самыми различными и относиться как к самому товару (базовой услуге), так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую форму производства сбыта или продаж, специфичным для организации или товара/услуги. Указанное превосходство является относительным, определяемым по сравнению с конкурентом, занимающим наилучшую позицию на рынке или в сегменте рынка, который имеет приоритетное значение среди прочих конкурентов.

Основная задача организации состоит в том, чтобы быть лучше, чем конкретные конкуренты, выступающие с организацией на одном рынке (имеющие пересекающиеся цели). В связи с этим любые результаты деятельности должны сопоставляться с результатами конкурентов.

Конкурентное преимущество организации не всегда очевидно. На практике различия между организацией и ее конкурентами, которые выбираются для оценки преимуществ или недостатков, могут быть очень субъективными в зависимости от того, чему руководство организации придает значение – внутрифирменным факторам, клиентам или конкурентам. При формировании конкурентного преимущества возможны варианты:

- концентрация на конкурентах, базирующаяся на сравнении фирмы с ее ближайшими конкурентами (рыночная среда в этом случае характеризуется значительной силой конкуренции);
- ориентация на клиентов и на удовлетворение их потребностей, когда менеджеры организации полагаются главным образом на мнения клиентов о том, как организация выглядит в сравнении с конкурентами;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– ориентация на рыночную перспективу, когда уделяется внимание как потребителям, так и конкурентам.

Конкурентное преимущество системы – какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство и ценность перед конкурентами. Ценность – это нечто особенное, то, чем система владеет (содержит в себе), стремится сохранить либо иметь в будущем. Например, здоровье, талант, профессионализм, организованность, владение новшеством, известная торговая марка.

Конкуренция в социально-культурной сфере возникает между объектами, не обладающими свойствами взаимозаменяемости [3]. Например, при наличии возможности удовлетворения сразу нескольких и очень разных культурных потребностей за небольшой отрезок времени. Подобное соперничество основано на конкуренции самих потребностей. В связи с этим возникает необходимость поиска методов формирования конкурентных преимуществ организаций социально-культурной сферы, которые способны выделить такую организацию среди прочих конкурентов и быть успешной на рынке «культурных» товаров и услуг.

К принципам обеспечения конкурентных преимуществ для организаций социально-культурной сферы относятся:

- формирование системы обеспечения конкурентных преимуществ организаций социально-культурной сферы из подсистем собственной конкурентоспособности и оказываемых им услуг;
- ориентация руководства и персонала организаций исследуемой сферы на конечный результат;
- создание и поддержание творческой атмосферы в организациях социально-культурной сферы;
 - неделимость общих для организации и персонала целей и ценностей;
 - совершенствование организации труда;
 - повышение качества предоставляемых услуг;
 - оптимизация затрат и устранение выявленных недостатков;
 - активизация и развитие инновационной деятельности и др.

Реализация таких принципов может осуществляться с учетом современных правил и путей развития культурно-досуговой деятельности, которые стремительно диктуют такие новомодные понятия, как: корпоративная культура, event-менеджмент, маркетинг, PR, реклама, имидж и т. д. Все они возникли в ходе нашего времени, связанного с феноменом глобализации социально-культурных изменений, которые на первый план выдвинули проблемы модернизации и инноваций в различных сферах жизни общества и культуры.

Одним из самых эффективных и популярных видов маркетинговых коммуникаций является событийный маркетинг (event-маркетинг), который представляет собой систематическую организацию мероприятий как платформы презентации товара (услуги) для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы к товару (услуге) [2]. Событийный маркетинг лежит в плоскости менеджмента, который занимается планированием, организацией и контролем событий, необходимых для установления коммуникаций с потребителями, и называется ивент-менеджментом, или событийным менеджментом. Сфера событийного менеджмента не распространяется на

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

случайные, спонтанные или внезапные мероприятия.

Понятие «событийный менеджмент» содержательно охватывает совокупность средств и форм институционально представленной проектной деятельности, функционально связанной с системами управления и планирования. Целенаправленная разработка проектной документации включает определение конечного результата действий и определение образа ожидаемого объекта – предметной среды, образа жизни в целом, определенной вещи. Система институционально представленной социокультурной деятельности обозначена определенными весомыми типологическими признаками современной культуры практически во всех ее аспектах, присущей ей спецификой художественно-эстетического мышления в общем контексте процесса творчества современного человека, в том числе средствами современного событийного менеджмента.

Главным преимуществом любого события является установление прямого контакта между определенным объектом (даже если это будет какой-то продукт, известный бренд) и аудиторией, во время которого между ними создается эмоциональная связь. При наличии определенной продолжительности контакта и комплекса эмоциональных нагрузок, прямо связанных с объектом воздействия, устанавливается постоянная связь между брендом и аудиторией [4].

Таким образом, событийный менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, чтобы проводимое мероприятие стало исключительным. Это достигается не только за счет оригинальности идеи, но и за счет донесения ее, а также способа ее подачи и представления до целевой аудитории.

Значимые социально-культурные события происходят лишь однажды, они должны быть яркими и индивидуальными, поэтому в условиях, когда параллельно могут проводиться и другие события, необходимо идентифицировать целевое событие как нечто отдельное и особенное. Культурные события, имеющие социальную значимость, должны вызывать эмоциональный отклик, побуждая участников к определенной активности, а также формируя информационно-культурную среду вокруг данного события. Специальные социально-культурные события должны быть тщательно спланированы и организованы [1]. В соответствии с этим необходимо придерживаться комплексной технологии подготовки и организации специальных событий. Специальные события в социально-культурной сфере отличаются тем, что их целью чаще всего является подача простых, общедоступных ценностей и установок, которые без труда воспринимаются целевой аудиторией.

Таким образом, специальные события способствуют лучшему продвижению услуг, стимулируют их сбыт и обеспечивают широкую известность организаций для различных категорий групп общественности, что позволяет сформировать определенные конкурентные преимущества организации социально-культурной сферы по сравнению с конкурентами, т. е. сформировать определенный образ организации, обеспечивающей удовлетворение определенных культурно-досуговых потребностей общества. Шоу позволяет организациям объединить свои усилия в целях увеличения прибыли. Кроме того, оно максимально эффективно выстраивает процесс коммуникации между организациями социально-культурной сферы и общественностью. Специальные события способствуют трансляции культурных ценностей молодежи.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Нестеров, А. К. Специальные события в социокультурной сфере [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru – Режим доступа: <http://odiplom.ru/menedzhment/specialnye-sobytiya-v-socio-kulturnoi-sfere.html>.
2. Новаторов, В. Е. Культура маркетинга : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Социально-культурная деятельность» / В. Е. Новаторов. – Барнаул : Изд-во Алтайской государственной академии культуры и искусств, 2010. – 260 с.
3. Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М. : Эксмо, 2010. – 544 с.
4. Ткачук, О. Event – важлива складова сучасного PR / О. Ткачук // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 1. – С. 34–39.

УДК 65.012.612

*Е. В. Щербакова, О. Н. Дзюба,
г. Луганск*

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

В условиях интенсивных преобразований, происходящих в молодой Луганской Народной Республике, учреждения культуры находятся в поиске новых инструментов управления. Анализируя достижения и недостатки процесса всестороннего реформирования молодого государственного образования, руководители всех уровней отмечают значимость организационной культуры, которая является инструментом управления и охватывает все сферы жизнедеятельности, оказывая значительное влияние на развитие организации.

Организационная культура формируется с момента возникновения предприятия, в процессе общения, совместного решения проблем, для достижения единой цели. Культура объединяет все виды деятельности и все взаимоотношения внутри организации, предприятия, учреждения, делая коллектив сплоченным и производительным. Она создает внешний образ организации, формирует ее имидж, определяет характер отношений с поставщиками, клиентами и партнерами. Культура помогает концентрировать усилия на главных стратегических направлениях, определяемых в соответствии с основным предназначением организации – ее миссией. Именно реализация данных направлений создает предпосылки для развития организационной культуры.

Пожалуй, трудно найти организацию, которая не хотела бы обладать сильной организационной культурой. Только сильная культура способна создать то «социально-экономическое поле», которое обеспечит наивысшую производительность, успешность организации и приверженность ее сотрудников. Существует множество факторов (внутренних и внешних), оказывающих влияние на формирование организационной культуры, поэтому данный процесс является довольно сложным и нуждается в дальнейшем изучении, что представляется очень важным и своевременным.

Многие исследователи сходятся на том, что более тесная связь теории с практикой необходима для повышения уровня организационной культуры. Именно на этой объективной основе только и возможно реализовать впоследствии процесс формирования организационной культуры, соответствующий основным стандартам и миссии организации.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В научной литературе существуют различные трактовки определения «организационная культура». Одни авторы понимают под организационной культурой сложную композицию важных предположений, бездоказательно принимаемых и разделяемых членами коллектива. Другие трактуют ее как философию и идеологию управления, ценностные ориентации, верования, ожидания, нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами.

Большинство современных исследователей под организационной культурой понимают специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного производства, в системе социальных норм и духовных ценностей, совокупности отношений людей к природе, друг к другу и к самим себе. По мнению В. В. Козлова [4], организационная культура означает упорядоченную совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей.

Все приведенные определения организационной культуры не противоречат друг другу. Отличие заключается в том, что одни даются в узком смысле, а другие – в широком.

Исследователь М. А. Ариарский дает следующее определение понятия организационной культуры: «Организационная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и выражающихся в ценностях, которые заявляются организацией и определяют людям ориентиры их поведения и действий» [1, с. 4].

Таким образом, организационная культура – это сложившаяся на протяжении всей истории организации совокупность приемов и правил адаптации организации к требованиям внешней среды и формирования внутренних отношений между группами работников. Организационная культура концентрирует политику и идеологию жизнедеятельности организации, систему ее приоритетов, критерии мотивации и распределения власти, характеристику социальных ценностей и норм поведения. Элементы организационной культуры являются ориентиром в принятии руководством организации управленческих решений, осуществлении контроля поведения и взаимоотношений сотрудников в процессе оценки производственных, хозяйственных и социальных ситуаций.

Пристальное внимание вопросам формирования организационной культуры уделили такие исследователи, как В. В. Козлов [4], Ю. Г. Одегов [7], Е. В. Полищук [9]. Культура организации представляет собой комплекс убеждений и ожиданий, разделяемых членами организации. Эти убеждения и ожидания формируют нормы, которые в значительной степени определяют поведение в организации отдельных личностей и групп.

Результаты многочисленных трудов ученых в сфере менеджмента (например, О. Г. Тихомирова [11], Э. Шейн [12] и т. д.) свидетельствуют о том, что, несмотря на столь значительный объем исследований, проблема формирования организационной культуры по сей день остается нерешенной и нуждается в дальнейшей разработке. Формирование организационной культуры происходит со временем, она впитывает опыт работников, плоды их воспитания, учитывает цели и установки организации. Общая цель организационной культуры – создание в организациях здорового психологического климата для объединения работников в единый коллектив, исповедующий определенные этические, моральные и культурные ценности [4].

Культура организации, ярко выраженная или скрытая, абсолютно во всех организациях является тем базисом, который определяет приемлемость управленческих

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

решений организации. Процесс формирования организационной культуры должен быть управляем. Управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации через других людей [7]. Управление организацией является непрерывным процессом влияния на производительность работника, группы или организации в целом для наилучших результатов с позиций достижения поставленной цели. Управлять – значит вести предприятие к его цели, извлекая максимальные возможности из всех имеющихся в его распоряжении ресурсов. Процесс управления предусматривает согласованные действия, которые и обеспечивают в конечном счете осуществление общей цели или набора целей, стоящих перед организацией. Для координации действий должен существовать специальный орган, реализующий функцию управления. Поэтому в любой организации выделяются управляющая и управляемая части. Управление является главным фактором успешного функционирования организации.

Формировать организационную культуру можно при помощи социально-культурных технологий. Исследователь А. Д. Жарков [2] трактует социокультурную технологию как научно обоснованную систему знаний об условиях, формах, методах и приемах создания материальных и духовных ценностей, практическое использование которых обеспечивает целенаправленное влияние на духовный мир личности. А «организацию» социально-культурной деятельности трактует как оптимальное упорядочение всех составных элементов технологического процесса, с помощью которых достигается четкая взаимосвязь, вырабатывается четкая рациональная структура управления и взаимодействия.

Управленческие технологии – это набор управленческих средств воздействия и методов достижения поставленных целей организации, которые включают [3]:

- методы и средства сбора и обработки информации;
- приемы эффективного воздействия на работников;
- принципы, законы и закономерности организации и управления;
- системы контроля.

В целом технологии, применяемые в социально-культурной сфере, можно разделить на следующие основные группы:

1) общие технологии – это обучающие и воспитательные технологии (общие как для сферы образования, так и для социокультурной сферы деятельности);

2) функциональные (отраслевые) технологии, которые в своей основе содержат различные направления культурно-досуговой деятельности, то есть совокупность методов и средств для реализации определенного содержания сферы культуры и досуга (примером служит технология информационно-познавательной и просветительской деятельности);

3) дифференцированные технологии – это технологии организации досуга разных социально-демографических групп (детей младшего возраста, молодежи, пожилых людей), досуга семьи, конфессиональных и этнических малых групп [6].

Исследователи Т. Г. Кисилева и Ю. А. Стрельцов выделяют следующий спектр социально-культурных технологий [10]:

- культурно-творческие,
- рекреативно-оздоровительные,
- образовательные,
- реабилитационные,
- информационные,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- демонстрационные,
- управленческие,
- инновационные.

По критерию инструментов влияния социально-культурные технологии можно разделить на три группы:

- 1) вербальные технологии, использующие преобразующие возможности слова;
- 2) технологии, опирающиеся на культурную символику и предполагающие стимулирование в процессе обучения нормативного поведения аудитории путем целенаправленного ассоциирования стиля жизни (или его элементов) с определенной культурной символикой;
- 3) технологии, использующие в качестве основного средства воздействия образ значимой личности; компетенцией последних является формирование нормативных параметров отношения аудитории к различным явлениям и атрибутам жизнедеятельности (ценностям, стилю жизни, формам досуговой деятельности и т. д.) путем позиционирования аналогичного отношения со стороны субъективно значимых личностей или социальных групп.

Социально-культурные технологии оказывают содействие в формировании профессиональной компетенции и самоидентификации, профессиональном формировании и личностном развитии на всех этапах деятельности работников организации. Данные технологии позволяют объединить рабочую среду организации в общее социокультурное пространство. Авторитетную роль в профессиональной деятельности и личностной идентификации играет социально-культурная практика, которая охватывает культурно-творческое содержание, восполняет недостатки индивидуального развития и раскрывает углубленные возможности решения личностных проблем людей, работающих в организации, а также предостерегает от изолирующей ориентации в образе жизни и обеспечивает включение сотрудника в рабочий коллектив организации [8].

Ведущей технологией является социально-культурное проектирование, в компетенции которого содержатся исследование модели организационной культуры, аргументация направлений и форм ее прикладной реализации. Социально-культурное проектирование как технология является плодотворной, творческо-изобретательской деятельностью, суть которой состоит в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и миссий, отражающих ожидаемое состояние объекта, а также разработке систем и средств достижения поставленных задач.

Социально-культурное проектирование представляет собой эффективный инструмент формирования сущности организационной культуры организации, привлечения сотрудников к субъективно значимым видам деятельности, побуждения к участию в творческих и проектных инициативах [5].

Следовательно, формирование организационной культуры подразумевает использование всего комплекса социальных и социально-культурных технологий, способных в совокупности организовать социально-психологическую общность «мы», обеспечить становление самоидентичности и гармонизировать главные составляющие профессиональной подготовки: цели, ценности, знания и методы.

Таким образом, с помощью социально-культурных технологий осуществляется процесс разработки и реализации управленческих решений, которые должны быть

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

направлены на достижение запланированной цели организации в формировании эффективной организационной культуры, позволяющей коллективу достигать поставленных целей.

Изучение социально-культурных технологий позволило нам сделать следующие выводы: современные социально-культурные технологии характеризуются большим разнообразием средств, форм и методов организации, направленных на развитие организационной культуры и целенаправленную поддержку культурных инноваций. Организационную культуру нужно формировать с помощью социально-культурных технологий, которые обладают огромным потенциалом, являются инструментом управления и охватывают все сферы жизнедеятельности организации, оказывая значительное влияние на ее развитие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ариарский, М. А. Культура досуга как предмет педагогики и прикладной культурологии / М. А. Ариарский // Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля. – К., 2004. – С. 4–9.
2. Жарков, А. Д. Технология культурной деятельности : учебное пособие / А. Д. Жарков. – М. : МГУКИ, 1998. – 248 с.
3. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.
4. Козлов, В. В. Формирование и изменение корпоративной культуры в процессе управления компанией в период кризиса / В. В. Козлов // Управление корпоративной культурой. – 2011. – № 4 (12). – С. 260–276.
5. Крапивко, Е. Н. Социокультурные девиации студенчества в контексте переоценки ценностей в современной России : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Крапивко Екатерина Николаевна. – Ставрополь, 2006. – 158 с.
6. Мамбеков, Е. Б. Организация досуга во Франции: анимационная модель : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Мамбеков Евфрат Багдатович. – СПб., 1992. – 196 с.
7. Одегов, Ю. Г. Организационная культура: основные аспекты и структура / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко // Управление корпоративной культурой. – 2009. – № 4. – С. 246–257.
8. Пешкова, В. П. Социально-культурные технологии формирования корпоративной культуры студенческой молодежи / В. П. Пешкова // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – Вып. 16. – С. 248–255.
9. Полищук, Е. В. Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия / Е. В. Полищук // Молодой ученый. – 2014. – № 3. – С. 183–185.
10. Социально-культурная деятельность: достижения, поиски, проблемы : сборник статей / науч. ред. Т. Г. Киселева, Ю. А. Стрельцов. – М. : МГУК, 2007. – 145 с.
11. Тихомирова, О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О. Г. Тихомирова. – М. : СПб., 2008. – 154 с.
12. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб. : Питер, 2011. – 336 с.

**СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ЛЮДЕЙ
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ФИЗИЧЕСКИМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ
В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ**

Инвалидность является проблемой любого общества и не имеет возраста и уровня достатка. По данным Всемирной организации здравоохранения, инвалиды составляют около 10 % населения земного шара. Несмотря на успехи медицины, их число медленно, но неуклонно растет. Всего в мире насчитывается порядка 650 млн официально зарегистрированных инвалидов. Инвалидность обозначает существенное ограничение жизнедеятельности и способствует социальной дезадаптации, которая приводит людей с ограниченными возможностями здоровья к нарушениям в развитии, затруднениям в самообслуживании, общении, обучении и овладении профессиональными навыками. Когда инвалиды осваивают социальный опыт, включаются в существующую систему общественных отношений, это требует от общества определенных дополнительных мер, средств и усилий (это могут быть специальные программы и центры по реабилитации, специальные учебные заведения и т. д.). Но разработка этих мер должна основываться на знании закономерностей, задач, сущности процесса социальной адаптации, который не только представляет собой образование и воспитание, но и во многом осуществляется под влиянием совокупности ряда условий, таких как социально контролируемые, направленно-организуемые и стихийные.

Социальная адаптация является атрибутом образа жизни личности и рассматривается в зависимости от ее условий и результатов. Непременным условием социальной адаптации является культурная самореализация личности, ее активная работа над своим социально-культурным совершенствованием. Социальная адаптация людей с ограниченными возможностями здоровья остается довольно сложной практической проблемой. Очевидно, что меры по обеспечению условий социальной адаптации инвалидов должны учитывать специфику социальных типов инвалидов, особенностей их социального поведения и жизненных стратегий. В научной литературе уделяется достаточное внимание социальным проблемам инвалидности. Среди наиболее известных работ следует назвать исследования М. М. Айшервуд, Е. В. Воеводиной, Н. Г. Гадировой, Г. М. Иващенко, Л. М. Ким, Э. К. Наберушкиной, П. В. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой и мн. др.

Адаптация – это целенаправленная системная реакция организма, которая обеспечивает возможность жизнедеятельности и всех видов социальной деятельности при воздействии факторов, интенсивность и экстенсивность которых сначала вызывает нарушения гомеостатического баланса. Благодаря адаптации возможно поддерживать нормальную жизнедеятельность и приспосабливаться к различным факторам внешней среды. Адаптация имеет важное жизненное значение для организма. Она позволяет не только переносить значительные и резкие изменения в окружающей среде, но и активно перестраивать свои физиологические функции и поведение в соответствии с этими изменениями. Важно также отметить, что адаптация помогает поддерживать постоянство внутренней среды организма (гомеостаз). Адаптация и гомеостаз – это взаимосвязанные и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

дополняющие друг друга процессы, определяющиеся функциональным состоянием организма. Кроме поддержания внутренней среды организма, адаптация помогает осуществить перестройку его функций, которые обеспечивают приспособление организма к физическим и эмоциональным нагрузкам [2]. Существует четыре вида адаптации человека: биологическая, физиологическая, психологическая, социальная.

Все вышеперечисленные виды тесно связаны между собой, но иногда они могут приобретать временный приоритет перед другими или имеют относительную независимость.

Связь человека с социализацией является специфической чертой человеческой адаптации, что характеризуется процессом усвоения социальных норм поведения. Социальная адаптация является важнейшим механизмом социализации, но «социализация», как правило, является процессом постепенного формирования личности в некоторых социальных условиях, а «социальная адаптация» – это освоение личностью новой социальной среды в относительно короткий промежуток времени, она обычно формируется в результате территориального или социального перемещения, но может возникнуть и при изменении социальных условий.

Процесс социальной адаптации нередко по-разному влияет на личность, он определяет выбор механизмов действия в зависимости от определенного исторического периода, поэтому социальную адаптацию может рассматриваться на трех уровнях:

- общество – адаптация личности и групп к особенностям социально-экономического, политического, культурного и духовного развития общества;
- социальная группа – адаптация человека или же ситуация, когда его интересы не совпадают с интересами социальной группы (трудовой коллектив, семья и пр.);
- сам индивид – это достижение внутренней гармонии и ее оценка другими индивидами [7].

Проблема включения инвалидов в реальную жизнь общества, как правило, является актуальной во всем мире. Для этого были выделены три основных типа адаптации инвалидов в социальной среде:

- 1) психическая адаптация может выражаться в перестройке динамического стереотипа личности в соответствии с новыми требованиями окружающей среды;
- 2) социально-психологическая адаптация – представляет собой оптимизацию взаимоотношений личности и группы, сближение целей их деятельности, усвоение индивидом норм и традиций групп, а также вхождение в их ролевую структуру;
- 3) социальная адаптация представляет собой постоянный процесс активного приспособления индивида к условиям окружающей социальной среды.

Представленные типы адаптации имеют свои специфические особенности, но проявляются как единое целое, в едином процессе приспособления инвалида к новым социальным испытаниям. Процесс адаптации к окружающей социальной среде идет непрерывно, но он может быть связан с кардинальными изменениями, происходящими в жизни индивида [6].

Помочь инвалиду адаптироваться в обществе, справиться с жизненными затруднениями, сделать все необходимое, чтобы он не чувствовал себя изолированным, должны различные государственные и общественные учреждения. На сегодняшний день на уровне государства должны создаваться оптимальные условия, которые обеспечивают правовую, медицинскую, педагогическую и социальную поддержку инвалидов [1]. Кроме

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

того, такую поддержку должны осуществлять учреждения, представляющие социально-культурную среду.

Социально-культурная среда являет собой конкретное данное каждому человеку социальное пространство, в котором он активно включается в культурные общественные взаимосвязи. Это комплекс различных обстоятельств его жизнедеятельности и общественного поведения.

Сущность социума – делать жителей нашей планеты публичными, обеспечивать их набором нужных ролей и способами их выполнения. Суть культуры – содействовать формированию духовной личности, преодолению ее социально-ролевой однонаправленности в ходе ценностно ориентированной активности. Если рассматривать различия между общественной и культурной системами, можно наблюдать как взаимозависимые, так и взаимопроникающие системы. Культурная и социальная системы не могут быть разделены между собой, хоть и имеют все шансы реализоваться как аналитически свободные [8].

Рассматриваемая на теоретическом уровне сущность социально-культурной среды как социального феномена не вполне осознана, что является препятствием к формированию ее как социологической категории, к созданию дополнительных возможностей для развития самых разных видов и форм социально-культурной деятельности в границах социально-культурной среды [5].

Когда мы рассматриваем социально-культурную адаптацию, необходимо отметить, что она включает в себя социальную адаптацию (т. е. социализацию) и культурную адаптацию (процесс и результат приспособления к официальной, нормативной культуре). Механизм социально-культурной адаптации на уровне личности представляет собой последовательное взаимовлияние таких процессов, как:

- отображение состояния условий жизнедеятельности в сознании человека;
- оценка изменения этих состояний;
- соотношение оценки с ожиданиями и жизненными планами человека;
- внутренние и поведенческие аффекты, возникающие вследствие взаимодействия объективных тенденций условий жизнедеятельности с субъективными оценками и ожиданиями (это переживание дискомфорта (вплоть до шока) от осознания величины дистанции, которая отделяет ожидания от наличной социальной действительности);
- возникновение защитной реакции (в которую можно включить даже фазу апатии, которая сопровождается автоматизмом реакций и ухудшением памяти);
- принятие решения [3].

Очень часто инвалиды не могут принять полного участия в жизнедеятельности той социально-культурной системы, к которой они могут относиться. Если такая возможность отсутствует, то возникают физические и социальные барьеры в связи со следующими причинами:

- незнание (как необходимо вести себя в обществе людей с инвалидностью, в чем заключается и чем может быть опасен их недуг);
- страх (люди могут делать вид, что не замечают инвалидов, потому что могут бояться ответственности и ранить (физически или морально), огорчить);
- агрессивная точка зрения (люди с инвалидностью ставятся на низшую ступень относительно здоровых людей и вследствие этого не могут заслужить их внимания).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Такое отношение и поведение нередко приводят к отстранению инвалидов от социальной и культурной жизни. Люди стремятся избегать контактов и личных отношений с инвалидами. Распространенность предубеждений и дискриминация в отношении людей с ограниченными физическими возможностями, а также степень их отстранения от нормального социального общения могут создать психологические и социальные проблемы для многих инвалидов [5].

Социально-культурная адаптация инвалидов в современном обществе становится все более актуальной. Задачей не только родственников и медицинских работников, но и органов государственной власти является включение инвалидов в социально-культурную среду своего региона, города, социальной группы для того, чтобы они ощущали себя полноправными членами общества, а не изгоями.

Анализируя проблему, которую мы рассматриваем в данной работе, можно отметить, что социально-культурная и творческая среда обладают большими возможностями в создании эффективных условий для успешной адаптации инвалидов в том случае, если:

- инвалиды рассматриваются как равноправные члены общества;
- в семье и обществе отсутствуют предубеждения против инвалидов, и они не находятся в позиции «изгой общества»;
- обучение, воспитание и развитие инвалидов и здоровых людей могут осуществляться в реабилитационно-педагогических учреждениях на основании принципа интеграции;
- инвалиды имеют одинаковые возможности в творческой самореализации;
- коррекционно-развивающая деятельность центров реабилитации осуществляется на основе новейших технологий, включающих современные методы, формы и средства работы с инвалидами [4].

Процессы адаптации инвалидов в социально-культурной среде требуют особого внимания, так как люди, родившиеся с физическими, психическими и интеллектуальными отклонениями, формируют особый тип личности и по-своему адаптируются к социальной действительности. Такие люди являются жертвами субъективных суждений и психологических стереотипов общества, не воспитавшего в себе толерантность к своим «другим» и нетипичным членам. Происходит стигматизация инвалидности, которая на социально-психологическом уровне выражается в чувстве жалости и снисходительной нетребовательности к инвалидам.

Решение проблем социально-культурной адаптации представляет собой социальную ценность, укрепление которой – важнейшая задача любого цивилизованного общества. Реализация социальной адаптации людей с ограниченными физическими возможностями в социально-культурной среде может осуществляться не только по государственным программам, но и с применением социально-культурных и культурно-досуговых технологий, чему будут посвящены будущие исследования проблемы социальной адаптации инвалидов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Басов, Н. Ф. Социальная реабилитация молодежи / Н. Ф. Басов, О. И. Веричева. – М. : Издательский центр «Академия», 2015. – 327 с.
2. Вертикальное развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://insai.ru/slovar/adaptatsiya-1>.
3. Коровянский, Г. Г. Реализация государственной социальной политики по реабилитации

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

инвалидов в Российской Федерации (90-е годы XX – начало XXI веков) : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02 / Коровянский Геннадий Георгиевич. – Иваново, 2004. – 25 с.

4. Культурология : краткий тематический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://terme.ru/slovari/kulturologija-kratkii-tematicheskii-slovar.html>.

5. Основные функции социально-культурной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://studopedia.ru/19_306756_osnovnie-funksii-sotsialno-kulturnoy-deyatelnosti.html.

6. Проблемы социальной адаптации детей с ограниченными возможностями [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://studbooks.net/505998/sotsiologiya/problemy_sotsialnoy_adaptatsii_detey_ogranichennymi_vo_zmozhnostiami.

7. Савва, Л. И. Социальная адаптация личности : методические рекомендации / сост.: Л. И. Савва, М. М. Врублевская. – Магнитогорск : Изд-во Магнитогорского государственного университета, 1999. – 68 с.

8. Социальная реабилитация детей с ограниченными возможностями: медико-социальные аспекты / под ред. Л. Н. Кривцова, Л. И. Красотина, Е. В. Цуканова, Н. В. Гребенникова. – М. : Социально-технологический институт, 2012. – 345 с.

УДК 334.2

*Е. В. Щербакова, В. А. Клысенко,
г. Луганск*

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ ИЗ НЕБЛАГОПОЛУЧНЫХ СЕМЕЙ

Отсутствие надлежащего внимания к формированию благоприятной социальной среды общества со стороны государства порождает множество негативных процессов в отношениях между людьми, становлении самоидентичности личности и ее места в социуме. Как следствие возникает новый круг проблем, одной из которых является большое количество неблагополучных семей. Термин «неблагополучная семья» давно вошел в обиход и потерял свое истинное значение и понимание в обществе. Нередко к таковым причисляют семьи, в которых имеет место чрезмерное употребление алкогольных напитков, родители уделяют недостаточно внимания собственным детям из-за чрезмерной трудовой занятости, а дети, в свою очередь, предоставлены сами себе в плохих компаниях. Однако специалисты (психологи, социологи) уверены, что семья, в которой мать или отец употребляют алкогольные напитки, лишь немногим хуже той, где взрослые, несмотря на отсутствие вредных привычек, проявляют полное безразличие к воспитанию и жизни собственных детей.

Ребенок, проживший в неблагополучной семье непродолжительное время, успевает приобрести огромный опыт асоциального поведения, которое противоречит нормам общества. В этих семьях дети растут с искаженными представлениями о порядочности, человеческих ценностях, с отсутствием уважения и привычки к честному труду. Социализация в такой семье замещается «уличной социализацией», «компьютерной», «телевизионной», негативное воспитательное и социализирующее воздействие которых нередко является доминирующим в процессе воспитания и социализации.

С целью уменьшить негативное влияние на таких детей асоциального воздействия окружающей среды создаются центры работы с детьми из неблагополучных семей,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

способствующие исправлению восприятия окружающего мира, адаптации и социализации в обществе. В рамках социальной работы, проводимой в подобных центрах, выработаны социальные технологии, определение которых звучит следующим образом: «Совокупность приемов, методов и воздействий, применяемых социальными службами, отдельными учреждениями социального обслуживания и социальными работниками для достижения поставленных целей в процессе осуществления социальной работы, решения разного рода социальных проблем, обеспечения эффективности реализации задач социальной защиты населения» [2, с. 139].

С точки зрения социально-культурного подхода социализация рассматривается как процесс приобщения человека к культуре, т. е. определение степени оснащенности элементами культуры конкретного социокультурного процесса, в данном контексте процесса социализации детей из неблагополучных семей, а также возможности применения полученных знаний в педагогической практике. Социально-культурная социализация выступает одним из основных факторов культурогенеза в целом, исторической изменчивости культуры, порождения инноваций и иных процессов социокультурной трансформации сообщества, а также изменения черт сознания и поведения отдельных личностей [1].

Социально-культурная социализация детей из неблагополучных семей – специально организованный процесс обучения и воспитания, направленный на обретение детьми своей целостности.

Дети из неблагополучных семей осваивают самые распространенные, жизненно необходимые элементы своей культуры. Задачей взрослых является формирование у нового поколения навыков, необходимых для нормальной социокультурной жизни. Задача детей – максимально полно овладеть «азбукой» культуры. Развитие социокультурных навыков характеризуется превалированием роли взрослого в отношениях, связанных с трансляцией культурного опыта, вплоть до использования механизмов принуждения ребенка к постоянному выполнению определенных социокультурных стереотипов.

Социально-культурная социализация детей из неблагополучных семей обеспечивается одновременным протеканием нескольких процессов, которые способствуют гармонизации детей на трех уровнях: личности, культуры и общества:

- развития, обеспечивающего становление индивидуально-личностных характеристик ребенка;
- инкультурации, направленной на усвоение технологий, образцов и требований культуры, результатом которой выступает интеллигентность личности как совокупность приобретенных культурных норм, интегрированных с нормами родной культуры;
- социализации, обеспечивающей развитие социально-коммуникативных характеристик личности ребенка.

Социально-культурная социализация детей из неблагополучных семей представляет собой процесс усвоения социальных норм, культурных ценностей и установления отношений сотрудничества в социуме. Сущность такого процесса состоит в обеспечении эмоциональной отзывчивости и восприимчивости детей из неблагополучных семей к культурным явлениям.

Учитывая высокую вероятность проявления агрессивного настроения детей из неблагополучных семей к попыткам привнести в их жизнь что-то доброе и светлое чужими людьми, необходимо использовать различные приемы уменьшения негативного настроения. Для этого мы предлагаем применять социально-культурные технологии.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Существуют определенные различия в технологиях, применяемых в учебном процессе, и технологиях, разрабатываемых в сфере культуры и досуга. Учитывая то, что социально-культурная сфера представлена большим количеством разнопрофильных социальных институтов, которые имеют свои определенные функции и формы работы, технологии, применяемые в различных культурных и социальных учреждениях, используют множество методов, с помощью которых не только формируется, но и активно осваивается социально-культурная и культурно-досуговая среда. В целом технологии, применяемые в социально-культурной сфере, было принято делить на три основные группы:

1) общие технологии ориентируют на наиболее характерные процессы, происходящие в культурно-досуговой деятельности;

2) функциональные (отраслевые) технологии в своей основе содержат различные направления культурно-досуговой деятельности, т. е. совокупность методов и средств для реализации определенного содержания сферы культуры и досуга;

3) дифференцированные технологии представляют собой методики, направленные на работу с отдельными категориями населения и различными возрастными группами.

Для социализации детей из неблагополучных семей необходимо применять дифференцированные социально-культурные технологии. При этом могут применяться следующие группы технологий:

- технологии информационно-познавательной и просветительной деятельности;
- технологии самодеятельного творчества;
- рекреативно-оздоровительные технологии.

Реализация дифференцированных социально-культурных технологий для социализации детей из неблагополучных семей может осуществляться через:

- методику организации досуга детей и подростков;
- методику молодежного досуга;
- методику семейного досуга;
- методику организации досуга лиц среднего и пожилого возраста.

Подобная классификация охватывает лишь незначительное поле социально-культурной деятельности, что делает ее уязвимой и фактически отражает деление принципиально не различающихся технологий по различным признакам, коих может быть необозримое множество.

Дифференцированные социально-культурные технологии способствуют социализации детей из неблагополучных семей. Такие технологии направлены на социальный контроль и социальную профилактику, социальную терапию и социальную реабилитацию, социальную помощь и защиту, социальное попечительство и социальное посредничество, диагностику.

В условиях динамики всех процессов общества существенно возрастает влияние социокультурной ситуации на характер и содержание образа жизни, быта, досуга жителей социума. В самом содержании социально-культурной деятельности тесно взаимодействуют различные направления общественного воспитания детей. Благодаря разнообразным методам, формам воздействия на личность ребенка социально-культурная деятельность способна изменить мировоззрение, поведение, развить инициативу, самостоятельность маленького человека. Это делается, в первую очередь, для того, чтобы каждый ребенок в процессе своего взросления и постепенного становления «полноправным» членом общества сформировал в себе нравственные ценности, духовные потребности в социально-культурной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

и культурно-бытовой сфере.

Таким образом, во все времена преодоление кризисных ситуаций связывалось с реализацией созидательного потенциала культуры, с воспроизводством и дальнейшим развитием лучших традиций, среди которых особое место занимает эффективное использование объективных возможностей искусства, народно-художественного творчества, игровых и социально-культурных технологий как средства нравственно-эстетического, эмоционального, духовного воспитания и перевоспитания детей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бережная, М. С. Педагогическая система социокультурной адаптации молодежи средствами художественного творчества : монография / М. С. Бережная. – М. : ИХО РАО, 2007. – 264 с.
2. Григорьев, А. Д. История социальной работы : в 2 ч. Ч. 1 (до н.ХХ в.) : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А. Д. Григорьев. – Минск : ТетраСистемс, 2006. – 464 с.

УДК 331.101

*Е. В. Щербакова, А. В. Коваль,
г. Луганск*

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Социально-культурная сфера представляет важную область общественной жизни, является частью системы социальной инфраструктуры, организации жизнедеятельности людей в соответствии с их потребностью в общении, оздоровлении, отдыхе и досуге.

В современном менеджменте социально-культурной сферы все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Проблемы мотивации работников всегда были и остаются по сей день наиболее актуальными. Актуальность проблем мотивации очевидна, т. к. от четкой разработки эффективной системы мотивации зависит не только повышение социальной и творческой активности конкретного работника (менеджера, рабочего), но и результаты деятельности предприятия. Особое значение мотивация имеет для предприятий сферы культуры и искусств. В настоящее время наблюдаются серьезные проблемы в активности и эффективности работы сотрудников организаций социокультурной сферы, требующие немедленного или скорейшего решения. Подобный результат отчасти закономерен, так как долгое невмешательство по-настоящему компетентных менеджеров, политические события 90-х годов, смена ценностных ориентиров и как следствие отсутствие каких бы то ни было видимых и вдохновляющих результатов работы не могли привести к лучшему итогу. Преобладание учреждений, финансируемых государством, и низкий уровень заработной платы создали стереотип скучной и неблагодарной работы в этой сфере, что, несомненно, отталкивает и пугает перспективой безысходности молодых специалистов, которые могли бы реализовать себя здесь. В то же время основные ресурсы социокультурной сферы – трудовые, т. е. высококвалифицированные кадры.

Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Проведя анализ

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

различных источников, посвященных изучению этого вопроса, мы выделили следующие определения мотивации [1–3]:

- побуждение себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации;
- побуждение людей к труду, который предусматривает использование мотивов поведения человека для достижения личных целей или целей организации. Поведение человека определяется мотивами;
- побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость;
- система внутренних и внешних мотивов, заставляющих человека поступать определенным образом;
- способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия. Особенностью управления персоналом в современных экономических условиях является возрастающая роль личности работника. Основные проблемы, которые могут возникнуть в любой организации, где присутствует низкая мотивация сотрудников:

- текучесть кадров;
- низкая дисциплина;
- отсутствие условий для самореализации сотрудников и их карьерного роста;
- безынициативность сотрудников;
- неблагоприятная морально-психологическая атмосфера и конфликтность;
- незаинтересованность сотрудников в результатах деятельности компании при слабой связи результата труда с их вознаграждением;
- противоречия между руководством и средним звеном.

Государственные, частные, корпоративные предприятия на практике почувствовали, что развитие и успех рыночных отношений невозможны без поиска новых современных форм мотивации и стимулирования труда.

Как и любое сложное явление, мотивацию принято подразделять на две группы: материальные и нематериальные.

К первой группе относятся денежные стимулы в виде заработной платы, премий, надбавок, участия в капитале и прибылях, а также различные формы неденежных стимулов (например, предоставление льготных путевок на отдых и лечение, условия бытового обслуживания на предприятии, организация рабочих мест, санитарно-гигиенические условия и пр.). Значение материальных стимулов возрастает при низком уровне обеспеченности работников предприятий и, наоборот, снижается при существенном превышении его средних значений (по стране, региону, отрасли и пр.). Чаще всего материальные стимулы связываются с результатами труда отдельного работника, группы или организации в целом. Последний подход – стимулирование работников за достижение целей организации в целом – получил довольно широкое распространение в мировой практике в виде выплат годовых премий персоналу.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Наряду с материальными стимулами активно разрабатываются нематериальные, учитывающие следующие виды потребностей:

- социальные, отражающие потребности в самоутверждении, определенном социальном статусе и власти; они удовлетворяются путем расширения возможностей принятия участия в управлении, в развитии навыков и умений, в продвижении по служебной лестнице;
- моральные, отражающие потребность в признании и реализуемые с помощью одобрения, благодарности и других форм позитивной оценки;
- творческие, включающие стимулы, позволяющие не только использовать, но и наращивать потенциал людей. Это создание соответствующей творческой обстановки, открытость в отношениях и информационном обеспечении, применение групповых форм работы, участие в конференциях и семинарах и т. п.;
- социально-психологические, отражающие потребность в общении и представленные всеми элементами культуры организационных отношений как внутри организации, так и за ее пределами.

Кроме того, мотивация различается по разным основаниям (см. табл. 1).

Специфика персонала организаций социально-культурной сферы отличается от специфики персонала производственных учреждений, что позволяет говорить о необходимости выделения таких методов мотивации «творческих» работников, которые удовлетворяли бы их мотивам и ценностям. Управление персоналом в организациях социально-культурной сферы должно воздействовать на мотивацию людей так, чтобы у работника появилось желание к работе, желание проявить себя с лучшей стороны, творить и экспериментировать. В своей работе руководитель должен создать целостность, он должен осознавать, какой результат работы будет конечным. При этом его подчиненные должны видеть важность работы (иметь материальные стимулы), должны иметь возможность участвовать в принятии решений, и, конечно, должна быть связь между менеджером и работником. Оценка эффективности труда работника зависит только от менеджера. Следовательно, он должен быть объективен и справедлив. Спроектированная на основе этих принципов работа обеспечивает внутреннее удовлетворение каждого участника рабочего и творческого процесса.

Наряду с теориями мотивации А. Маслоу, Д. Мак-Клеланда и Ф. Герцберга, базирующимися на потребностях, были разработаны иные подходы, которые получили название процессуальных теорий мотивации. Общим в них является то, что поведение людей в организации определяется не только их потребностями, но и восприятием и ожиданиями, связанными с конкретной ситуацией и возможными последствиями выбранного типа поведения.

Таблица 1

Классификация мотивации согласно различным основаниям

Признак классификации	Вид мотивации	Характеристика вида мотивации
По источнику мотивов	Экстенсивная (внешняя)	Группа мотивов, основанных на внешних стимулах, обстоятельствах, условиях (работать, чтобы получить зарплату)

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

	Интенсивная (внутренняя)	Группа мотивов, исходящих из внутренних потребностей, интересов человека (работать, потому что работа нравится)
По результатам действий	Положительная	Стремление человека сделать что-либо в надежде позитивного подкрепления (переработать, чтобы получить отгулы)
	Отрицательная	Установка выполнить действие во избежание отрицательных последствий (приходить на работу вовремя, чтобы не платить штраф)
По устойчивости	Устойчивая	Действует длительное время, не нуждается в дополнительном подкреплении (заядлый турист вновь и вновь покоряет тропы, не боясь трудностей)
	Неустойчивая	Нуждается в дополнительном подкреплении (желание учиться может у одного быть сильным и осознанным, у другого – слабым, колеблющимся)

Теория ожиданий, например, рассматривает мотивацию как функцию ожидания вознаграждения за приложенные усилия. Работники творческого цеха, вкладывая собственные усилия в создание продукта культуры и/или искусства, желают признания их труда и таланта. Мотивы, которые побуждают «творческого» работника к определенному поведению, зависят от величины ожидания того, что это поведение приведет к результату, а также от того, как этот результат оценивается самим «творческого» работником. В этой теории используются три переменные: привлекательность, соотношение между результатами и вознаграждением и соотношение между усилиями и результатами.

Теория справедливости исходит из того, что работники сопоставляют свои усилия с вознаграждением и сравнивают полученный результат с оценкой других работников той же или других категорий. Если при этом обнаруживается несоответствие, возникает напряжение, которое является фактором мотивации.

Огромное значение для трудящихся творческого цеха имеет похвала перед лицом коллег, или, иначе говоря, призыв к общественному признанию заслуг «творческого» работника, все более популярный среди отечественных менеджеров организаций социально-культурной сферы. Это связано с тем, что такой вид поощрения несет в себе несколько факторов, которые могут быть использованы в управлении:

- фактор статуса – если «творческого» работника публично похвалили, это значит, что такой работник как бы становится ближе к руководителю, получает моральное право на некую лидирующую позицию;
- фактор команды – тот, кого поощрили публично, начинает себя чувствовать членом «команды», у него появляется чувство ответственности за общий результат;
- фактор выделения – похвалив кого-либо, руководитель разрушает неформальные связи такого работника, особенно если «творческий» работник был выделен на фоне негативного отношения к остальным членам группы;
- фактор целеполагания – публичная похвала фактически является отражением целей руководителя, показывает работникам «линию партии и правительства».

Остальные методы морального мотивирования и стимулирования труда, которые неплохо себя зарекомендовали ранее, к сожалению, не рассматриваются отечественными

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

предпринимателями и менеджерами в силу непонимания необходимости их применения и неуверенности в их эффективности.

Таким образом, применяя методы мотивации «творческих» работников организаций социально-культурной сферы, прежде всего необходимо определить их материальный уровень, который позволит выяснить, какую группу мотивов необходимо применять в первую очередь. При достаточном материальном уровне необходимо использовать нематериальные методы мотивации в виде публичной похвалы, которая может выражаться в благодарностях, грамотах, почетных грамотах, почетных званиях и наградах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Brentano, L. Опыт теории потребностей : пер. с нем. / Л. Brentano. – Казань : Казанское государственное изд-во, 1921. – 75 с.
2. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2002. – 512 с.
3. Леонтьев, Д. А. Жизненный мир человека и проблема потребностей / Д. А. Леонтьев // Психологический журнал. – 1992 – № 2. – С. 107–117.

УДК 574:005

*Е. В. Щербакова, Т. В. Рогачёва,
г. Луганск*

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Проблема формирования экологической культуры в современном обществе стала как никогда актуальной в связи с ухудшением климатических условий, усилением техногенного влияния на окружающую среду, снижением качества продуктов питания и т. д. Экологический кризис является наибольшей опасностью, нависшей над человечеством, которая способна повлиять на любого из живущих на планете, независимо от статуса и благосостояния. Стремительное развитие научно-технического прогресса, деятельность человека в природе привели к загрязнению окружающей среды, истощению природных ресурсов. Нарушение экологических связей в экосистемах стали глобальными проблемами. Поэтому бережное отношение к природе, рациональное использование природных ресурсов, охрана окружающей природной среды являются необходимостью для выживания всего человечества и каждого человека в отдельности. От того, насколько мы осознаем наше «экологическое» поведение и экологическую культуру, в дальнейшем зависит существование всей человеческой цивилизации. В этом вопросе роль экологической культуры в образовании и воспитании является чрезвычайно важной и актуальной.

Существуют множество понятий экологической культуры в научной и практической среде. Однако в данной работе мы приведем лишь часть этих определений в целях понимания предметной области, а именно:

- 1) экологическая культура как специфическое средство единения общества с биосферой отражает истинно человеческое отношение к природе, на уровне современного сознания и современной культуры делает неразрывной жизнь и развитие общества и природы [3];

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2) экологическая культура предполагает такой способ жизнеобеспечения, при котором общество формирует потребности и способы их реализации, не создающие угрозы жизни на Земле;

3) экологическая культура – состояние, неотъемлемая часть общечеловеческой культуры, которая характеризуется глубоким осознанием насущной важности гармоничного взаиморазвития общества и природы. В основе ее – этическое отношение к живой и неживой природе.

Основу экологической культуры составляют экологическое сознание и экологическое поведение. Экологическое сознание представляет собой совокупность мировоззренческих представлений, экологических позиций, отношения к окружающей среде, развития подобных стратегий в работе и прочей деятельности, оказывающей воздействие на природные объекты; это уровень понимания отдельными индивидуумами и всем обществом прямой связи человека с природой, необходимости соблюдения законов биосферы, сохранения естественной среды обитания организмов в объеме, достаточном для обеспечения устойчивости окружающей среды [2]. В свою очередь, экологическое поведение – это совокупность непосредственных поступков людей, имеющих какое-либо отношение к использованию ресурсов и влияющих на природное окружение.

Умение достичь максимально возможного единства всех социальных и природных аспектов жизнедеятельности общества, понимание того, что охрана окружающей среды – это средство сохранения человека как вида, а само формирование экологической культуры невозможно без личного участия каждого отдельно взятого человека, крайне важны. В связи с этим необходимо формировать экологическую культуру у людей через различные информационные источники и образовательные программы.

Что касается образовательных программ, то особое значение развитию экологического образования и культуры придается во всем мире на современном этапе, когда стало очевидным, насколько низка экологическая культура большинства населения планеты. Расширяются такие понятия, как «экологическая философия жизни», «экологические приоритеты», «экологический императив», «экологическая парадигма» (система ценностей, подходов, принципов) [1].

Экологическое образование – это целенаправленно организованный и систематически осуществляемый в образовательных заведениях или самостоятельно процесс, средство и результат получения и усвоения экологических знаний, умений и навыков; система обучения, направленная на усвоение теории и практики всеобщей экологии как одной из фундаментальных основ природопользования.

С целью обеспечения экологической безопасности в стране должна быть создана эффективная система экологического образования и воспитания, которая путем профессионального образования и массового воспитания будет внедрять в сознание общества, его культуру природоохранные принципы. Это можно реализовать в школах, вузах, учреждениях последипломного образования. В образовательных учреждениях независимо от их профиля и организационно-правовых форм необходимо преподавать основы экологических знаний. В соответствии с профилем образовательных учреждений, осуществляющих профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации специалистов, обеспечивается преподавание учебных дисциплин по охране окружающей среды, экологической безопасности и рациональному природопользованию.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В свою очередь, с целью формирования экологической культуры в обществе, воспитания бережного отношения к природе, рационального использования природных ресурсов экологическое просвещение посредством распространения знаний (информирование) об экологической безопасности, информации о состоянии окружающей среды, использовании природных ресурсов, законодательстве в области охраны окружающей среды осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, общественные объединения, СМИ, а также учреждения культуры, музеи, библиотеки, природоохранные учреждения, организации спорта и туризма.

Руководители организаций и специалисты, ответственные за принятие решений при выполнении хозяйственной и иной деятельности, которая оказывает или может оказать негативное воздействие на окружающую среду, должны иметь подготовку в области охраны окружающей среды и экологической безопасности.

Экологическое воспитание и экологическое образование формируют экологическое сознание (мышление) – такую ступень человеческого познания, на которой понимание объективной действительности, прямых и косвенных последствий для окружающей среды собственных действий и образа жизни заставляет человека изменять их таким образом, чтобы последствия деформаций окружающей среды были минимальными. Призвать общество к сохранению благоприятной окружающей среды, сокращению загрязнений при формировании экологической культуры стало возможно с появлением экомаркетинга.

Экологический маркетинг выполняет функции инструментария обеспечения целей экологического менеджмента, т. е. подчинен экологическому менеджменту и призван изучать, анализировать, оценивать, обосновать факторы, условия деятельности предприятия и его взаимоотношения с потребителями продукции и услуг. В то же время экологический менеджмент, используя рекомендации экологического маркетинга, воздействует на участников воспроизводственного процесса и через их деятельность – на сам процесс.

Аспекты экологически ориентированного маркетинга в мировом сообществе связаны с быстрым развитием технологий и процессов, снижающих воздействие на окружающую среду, а также с ускоренным формированием рынка экологических услуг, который, естественно, требует соответствующего развития маркетинговых средств управления.

Формировать экологическую культуру, используя маркетинговый подход, можно при помощи следующих методов и инструментов:

1) для обучения населения грамотному обращению с отходами необходимо создание научно-популярных фильмов, издание и распространение листовок, буклетов и других информационных материалов об экологических и экономических аспектах обращения с отходами, формирующих у населения интерес к данной проблеме;

2) создание интернет-сайта, ориентированного на самые широкие слои населения и содержащего данные о ситуации на рынке вторичных материальных ресурсов, адреса заготовительных пунктов, информацию о проводимых акциях (например, прием вышедших из употребления бытовых гальванических элементов питания в обмен на скидку при покупке новых и др.);

3) использование существенного влияния рекламы в пропаганде необходимости вторичного использования отходов: на телевидении, в общественном транспорте и на улицах города, в периодических печатных изданиях (особенно ориентированных на молодежную аудиторию).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Кроме того, при помощи маркетинговых инструментов с целью повышения уровня экологической культуры необходимо:

- развивать в обществе эмоционально-положительное отношение к природе и ее представителям, формировать навыки бережного отношения к окружающей природной среде;
- формировать культуру потребления, включая необходимость вторичного использования бытовых отходов и обращения с ними, экономного использования воды, источников энергии, продуктов питания, а также культуру повседневного поведения;
- проводить целенаправленную просветительскую деятельность по формированию у населения грамотного и ответственного подхода к обращению с отходами;
- развивать системы непрерывного экологического образования и просвещения;
- осуществлять в целом государственное регулирование по развитию экологической культуры.

Осознание населением своей возможности влиять на состояние окружающей среды, участвовать в реальном ресурсосбережении позволит сделать раздельный сбор бытовых отходов наиболее полным и эффективным.

Для сбережения природных ресурсов и красот окружающего мира сегодня является актуальной переработка вторсырья. Вторичное сырье, или вторсырье, – это такой вид отходов, который может использоваться в качестве ресурса для дальнейшей переработки в производстве новых изделий.

Таким образом, формирование экологической культуры возможно при помощи слаженной работы всех субъектов экологических отношений – образовательных учреждений, учреждений культуры, органов власти и т. д. По нашему мнению, самые эффективные методы и инструменты осуществления этого процесса, которые позволят охватить наиболее обширную территорию, не учитывая возраст, социальный статус и благосостояние, лежат в сфере маркетинга. Это даст возможность формировать осознание людьми их влияния на окружающую среду и последствия такого влияния, что будет способствовать повышению уровня экологической культуры населения региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Білявський, Г. О. Основи екології : підручник / Г. О. Білявський, Р. С. Фурдуй, І. Ю. Костіков. – 2-ге вид. – К. : Либідь, 2005. – 408 с.
2. Вишняков, Я. Д. Общая теория рисков : учебное пособие для студентов вузов / Я. Д. Вишняков, Н. Н. Радаев. – 2-е изд., испр. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 368 с.
3. Лушников, И. Д. Проектная и учебно-исследовательская деятельность в образовательных организациях дополнительного образования : методические рекомендации / И. Д. Лушников, Е. Ю. Ногтева. – Вологда : Вологодский институт развития образования, 2013. – 48 с.

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ
В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ**

УДК 378.147

*Л. А. Дейнека, А. М. Лисичко,
г. Луганск*

**ПУТИ АДАПТАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К РЕАЛИЯМ
РЫНКА ТРУДА В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ**

Социально-культурная сфера в современном мире является не только духовной формирующей общества, но и составной частью материального производства и в частности позиционирует себя как малый и средний бизнес, которые оказывают услуги или производят товар социально-культурного назначения. Например, организация массовых или корпоративных мероприятий, произведения художественно-изобразительного или музыкального искусства, такие как картины, скульптуры, песни, а на государственном уровне – внедрение социально-культурных программ.

Признание экономической важности социально-культурной сферы в последние годы повысило интерес менеджмента к данной деятельности и усилило их взаимосвязи. Грамотный менеджмент способен вывести креативные индустрии на качественно новый уровень. В течение нескольких лет в Луганске было реализовано множество социально-культурных проектов. Специалисты за это время успели оценить важность проектного подхода к управлению в данной сфере, так как он может выявить и реализовать ее ресурсный потенциал.

В Луганской Народной Республике рынок социально-культурных благ и услуг для населения начинает новый этап своего развития. Обеспечение социально-культурной сферы (СКС) качественно подготовленными кадрами путем активизации научно-исследовательской работы актуализирует проблему инновационных подходов в организации образовательных процессов. Поэтому для формирования компетентности специалистов система высшего образования должна сближаться с реальными потребностями рынка труда.

Для адаптации студенческой молодежи в условиях реального рынка труда в социокультурной сфере, повышения качества образования и повышения конкурентоспособности выпускника ЛГАКИ в будущей профессиональной деятельности необходимо создание благоприятной интеллектуальной и предпринимательской среды, которая позволит обеспечить решение проблем, существующих в настоящее время, и создать в Луганске цивилизованный рынок социально-культурных благ и услуг для населения.

Научно-исследовательская работа студентов (НИРС) – это одна из форм прохождения практики вне учебного процесса, которая является средством формирования высококвалифицированного специалиста.

Для достижения большей эффективности НИРС должна носить прикладной характер, поэтому в качестве одной из форм ее реализации и организации учебного процесса используются активные методы обучения, являющиеся инструментом повышения мотивации в исследовательской среде.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Активные методы обучения (АМО) – это методы, характеризующиеся высокой степенью включенности обучающихся в учебный процесс, активизирующие их познавательную и творческую деятельность при решении поставленных задач.

В настоящее время существующие различные подходы к классификации АМО, которые отражают их различные свойства и наиболее важные классификационные признаки [3]. Их можно распределить по группам, таким как:

- проблемная и игровая технология;
- технология коллективной и групповой деятельности;
- имитационные методы активного обучения;
- анализ конкретных ситуаций;
- метод проектов;
- обучение в сотрудничестве;
- креативное обучение;
- инновационная образовательная проектная деятельность;
- лекция-пресс-конференция, лекция-беседа, лекция-визуализация, лекция-диспут.

Следует отметить, что особого внимания в процессе обучения в вузе заслуживает метод проектов, так как в его основе лежит развитие познавательных навыков студентов, умений самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве, развитие критического мышления и творческих способностей [2]. Данный метод подходит для реализации процессов обучения, предусматривающих прикладной и исследовательский характер.

Однако проектная ориентация мало распространена, что связано, в первую очередь, со стихийностью проектной деятельности в данной сфере, а также с малым объемом научной и учебно-методической базы для подготовки менеджеров социально-культурной деятельности, владеющих знаниями и навыками проектного управления.

Из-за недостаточной развитости проектного подхода в общей системе региональной экономики одной из основных проблем в профессиональной подготовке менеджеров социально-культурной деятельности является недостаточно качественная база для прохождения практики.

Для апробации знаний на практике путем реализации и введения в учебный процесс метода проектов при организации НИРС предлагается создание студенческого бизнес-инкубатора, который также можно считать одним из инструментов современного мира экономики для формирования научно-исследовательского сектора высшего учебного заведения, являющим собой совершенно новый, инновационный подход к формированию выпускаемого специалиста.

Следует помнить, что студенческие бизнес-инкубаторы – это лишь подготовка к созданию инновационно-предпринимательских организаций подобного рода, но и они должны отличаться от других организационных научных структур тем, что в них должны создаваться условия для зарождения инициативы и креативных идей молодежи, любая творческая идея должна находить поддержку на этапе своего зарождения.

Данная тема была рассмотрена в работах таких отечественных и зарубежных ученых и практиков, как Т. Авдеева, Г. Алимургаев, В. Бузника, М. Вебер, Л. Велихов, А. Власова, Н. Вобленко, С. Вобленко, С. Воронин, Т. Говоренкова, В. Горбунова, А. Гуревич, В. Иванов,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В. Каганова, А. Кулагина, В. Лапин, В. Лексин, С. Мельников, Т. Морозова, Р. Попов, Г. Рубин, В. Самойленко, Ю. Филиппов, А. Широков и др.

Однако рассматриваемая проблема не нашла пока достаточно полного отражения в научной литературе и нуждается в дальнейшем комплексном исследовании, поэтому теоретическую и методологическую основу исследования составляют инновационные методы в обучении студентов.

Первое учреждение, ставшее прародителем бизнес-инкубатора в его современном понимании, было организовано в 1959 году в Америке под названием «Индустриальный центр Батавия», идейным вдохновителем его стал Джозеф Манкусо. Центр был создан в период экономической депрессии в Штатах, основной целью его создания было появление новых рабочих мест, чему он успешно способствовал. В Америке было основано еще несколько подобных заведений, а потом идея облетела весь мир, найдя свое воплощение практически во всех странах, а уже в 1992 году была создана и функционирует по сей день, Национальная ассоциация инкубаторов бизнеса, которая объединила все бизнес-инкубаторы мира.

В Россию и Украину идея бизнес-инкубатора пришла в 1990-х гг., когда зарождался новый бизнес-сектор; ему было дано определение и характеристика, но он все так же находится на стадии зарождения и развития по сравнению со странами Запада.

Бизнес-инкубатор существует в первую очередь как учреждение, деятельность которого направлена на поддержку и развитие малого и среднего бизнеса: отбор перспективных и инновационных проектов, от момента старта до выведения и закрепления продукта на рынке, формирование наиболее благоприятных условий для быстрого старта и развития, для получения первой и стабильной прибыли и пр. Для этого бизнес-инкубатор оказывает всевозможную информационную, технологическую, юридическую, экономическую помощь. Кроме того, он предоставляет начинающим предпринимателям очень недорогую производственную офисную площадь, оборудованные рабочие места и различную офисную технику.

Конкретные цели функционирования инкубаторов могут различаться в зависимости от того, кто из учредителей имеет решающее влияние на принятие стратегических решений. Их можно классифицировать следующим образом:

- государственные (общественные) инкубаторы;
- академические и университетские инкубаторы;
- смешанные инкубаторы;
- частные, коммерческие инкубаторы.

Академические и университетские инкубаторы являются отличным местом для реализации инициативной молодежи, а также сближения высшего образования с потребностями рынка труда. Инкубатор становится местом реализации инновационных идей ученых, преподавателей, аспирантов и студентов вузов, инженеров и новаторов. Сотрудники научных организаций получают возможность дополнительного заработка за счет оказания помощи предпринимателям в виде обучения, консультаций и т. д. [1].

Творческий вуз должен формировать молодежную составляющую науки, т. е. активизировать деятельность бизнес-инкубатора, состоящего из инициативной и креативной молодежи, желающей довести свою научную идею (равно как и дипломную работу, магистерскую диссертацию и др.) до коммерческого внедрения. Прежде всего, это

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

означает, что любые гранты, любую работу в рамках НИРС и НИРМ научный коллектив должен рассматривать как возможность создать коммерческий продукт и начать зарабатывать на рынке, используя свой интеллектуальный потенциал. Если таким образом рассматривать и работу над дипломной работой, магистерской диссертацией, то вероятность появления успешных коммерческих проектов в вузе резко возрастет.

Меняется учебный процесс, вовлечение студентов в подобные образовательные условия позволяет повысить их профессиональную компетентность как главного компонента профессиональной деятельности: развить способности к решению разнообразных производственных и коммерческих задач, к предвидению и прогнозированию, к принятию решений. Кроме того, эти условия направлены на развитие творческого и раскрытие инновационного потенциала личности. Возрастает также престижность вуза и его привлекательность в бизнес-среде.

Организация студенческого бизнес-инкубатора как способа реализации НИРС является не только универсальным инструментом комплексного формирования практических навыков выпускаемых специалистов, но и инновационным методом повышения региональной экономики и социально-культурной сферы в целом, а также развития предпринимательства в студенческой среде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационный менеджмент: учебное пособие / К. В. Балдин, А. В. Барышева, Е. Л. Макриденко, И. И. Передеряев; под ред. д. э. н., проф. А. В. Барышевой. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 384 с.
2. Симоненко, Н. Н. Управление образовательными услугами с применением инновационных методов обучения / Н. Н. Симоненко // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2012. – № 2. – С. 201–206.
3. Черкасов, М. Н. Инновационные методы обучения студентов / М. Н. Черкасов // Инновации в науке: сборник статей по материалам XIV Международной научно-практической конференции. Ч. II. – Новосибирск: СибАК, 2012. – С. 124–129.

УДК 379.81

*Л. А. Дейнека, Д. К. Хухлей,
г. Луганск*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ КИНОФЕСТИВАЛЯ

Молодежь занимает важное место в общественных отношениях, производстве материальных и духовных благ. Досуг традиционно является одной из важнейших сфер ее жизнедеятельности. Молодежь как группа, наиболее динамично реагирующая на все то, что не принято считать традиционным, обнаруживает наибольшую активность в освоении новых возможностей и форм проведения свободного времени. В сфере досуга молодежь более открыта для влияния и воздействия социальных институтов, что позволяет с максимальной эффективностью воздействовать на ее нравственный облик и мировоззрение. Актуальность изучения досуга молодежи как средства развития ее творческой активности обусловлена тем, что организация досуга для современной молодежи является одной из первостепенных проблем, так как в этой области реализуются многие потребности молодых людей.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Реализация творческого потенциала молодежи в досуговой среде осуществляется в большей степени в рамках тех условий, которые созданы государством. В настоящее время остро встал вопрос о том, какой же должна быть современная культура для полноценного развития и формирования творческой активности молодежи. Говоря о молодежной культуре, следует в первую очередь отметить то, что в ЛНР таковая имеет стихийное начало, потому государство не берет на себя ответственности за досуг молодых людей и содержательно-смысловую его нагрузку. Реформирование прежних структур управления досугом актуализирует необходимость разработки новой системы регулирования молодежного досуга, адекватной современной социокультурной ситуации.

Одной из самых популярных форм проведения досуга в молодежной среде являются различные фестивали. Проведение фестивалей оказывает значительное влияние на культурно-досуговое времяпрепровождение молодых людей. Фестиваль является одной из крупнейших форм реализации творчества и способен охватить большое количество участников и зрителей с целью утверждения определенных идеалов.

Задача практически любого фестиваля состоит в вовлечении в творчество как можно большего числа участников: привлечение молодежи, отбор талантливых молодых исполнителей и участников, развитие культурных связей между народами [1].

Молодежный кинофестиваль может стать отличной площадкой для обмена опытом, для популяризации молодежного искусства, для привлечения внимания к его проблемам, а также к тому, что волнует и занимает молодежь всего мира сегодня [4]. Кроме того, кинофестиваль может выявить социальные проблемы молодежи, которые требуют решения.

К числу авторов, чьи труды посвящены молодежной тематике, относятся В. С. Агеев, А. В. Апарина, И. В. Бестужев-Лада, Л. С. Выготский, Г. М. Галуцкий, Ю. Н. Давыдов, А. Г. Здравомыслов, С. Н. Иконникова, И. М. Ильинский, Л. Н. Коган, И. С. Кон, Г. В. Куприянова, В. Т. Лисовский, В. М. Межуев, Л. М. Мосолова, В. В. Нехаев, В. В. Павловский, В. А. Родионов, С. А. Сергеев, В. А. Сухомлинский, В. А. Ядов. Изучением организации фестивалей занимались В. Бабков, Д. Клаич, О. М. Жукова, М. С. Любченков, Н. Б. Кириллова.

Несмотря на достаточно высокий уровень научного интереса к проблеме развития творческого потенциала молодежи в условиях социально-культурной деятельности, изучена она еще недостаточно. Многоаспектность проблемы развития творческого потенциала молодежи предполагает ее дальнейшее исследование в различных аспектах.

Многие ученые рассуждают о будущей деградации общества, что заставляет людей обратить внимание на угрожающие тенденции нашей жизни [5]. С одной стороны, эта картина показывает беспомощного и бесперспективного человека будущего, с другой – благодаря достижениям в психологии, медицине, искусстве и других областях свидетельствует о мощном потенциале, который требует реализации. Вовлечение молодежи в культурно-досуговую деятельность является одним из приоритетных направлений в сфере культуры.

Единого мнения в вопросе определения и содержания понятия «творческий потенциал» на данный момент не существует. Тем не менее многие ученые сходятся в одном: способностью к творческой деятельности обладает каждый человек, однако для раскрытия потенциала необходимы особые подходы и средства.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Для успешного развития творческого потенциала личности необходимы такие качества, которые открывают в ней создателя. Основными при этом являются: творческая активность, оригинальность, способность и стремление к внесению новизны, комбинированию идей, мобилизации сил и прошлого опыта, наличие развитого воображения и эмоциональной отзывчивости, творческая инициатива. Процесс развития творческого потенциала молодежи управляем, поэтому развитие личностных качеств должно стать важной составляющей организации работы с молодежью.

Организация социально-культурной деятельности, способствующая актуализации творческого потенциала молодежи, все чаще осознается исследователями как острая необходимость сегодняшнего дня. В настоящее время существует большое количество форм проведения досуга молодежи. Для решения поставленной проблемы выделена такая форма, как молодежный кинофестиваль. Киноискусство, обладая обширными возможностями и особенностями, является эффективным средством раскрытия творческого потенциала. Сейчас даже мобильное видео стало одним из направлений кинотворчества, что дает молодым людям прекрасную возможность для самовыражения.

Экранная культура является способом организации и контроля зрителя и структурирует практически все области человеческой деятельности. По сути, кино является одним из видов манипуляции, поэтому важны содержание и культурные мифы, которые оно в себя включает.

Кино – фактор, влияющий на преобразования общественной жизни. Зритель усваивает нормы и ценности, которые предоставляет ему кинематограф. Социальная функция влияет на способность к познанию и оценке, помогает человеку интегрировать в систему общественных отношений. Благодаря этому в дальнейшем закрепляются и развиваются указанные общественные ценности.

П. Пави назвал фестивальное движение формой «самосохранения и самосознания кино». Анализ тематики проведенных кинофестивалей показал, что каждый третий фильм в мире затрагивает проблемы молодежи, среди них – семья, учеба и самореализация. Опыт кинофестивалей показывает, что многие режиссеры уделяют пристальное внимание подрастающему поколению.

Кроме того, фестиваль позволяет привлечь к искусству внимание широкой зрительской аудитории, СМИ, государства и даже бизнеса и объединяет лучших в своем деле.

Организация фестивалей в г. Луганске – дело относительно новое. Как масштабное событие она требует тщательной подготовки, которая охватывает такие этапы, как: открытие, закрытие, проведение различных мероприятий (мастер-классы, пресс-конференция и т. д.), обеспечение места проведения, формирование программы, проведение самого фестиваля и т. п.

Большинство фестивалей, проводимых международными культурными институтами и организациями, так или иначе связано с экспериментальными и новыми формами художественной деятельности. Эти фестивальские проекты можно отнести к категории некоммерческих, так как в их программных установках преобладает ориентация на профессиональное художественное сознание мастера или искушенного ценителя новых эстетических концепций.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Художественная концепция фестиваля может быть реализована в выборе репертуара. Тематическая направленность фестиваля позволяет дополнять каждый из фестивалей различными выставочными мероприятиями, семинарами, конференциями, творческими лабораториями, круглыми столами, мастер-классами и т. п., что способствует расширению и укреплению культурных связей между странами, регионами, городами. В этот процесс вовлечены не только люди творческих профессий, но и национальные, местные политики и представители широкой общественности.

Важно не упустить ни одной детали – любое недоразумение может привести к серьезному конфликту, особенно если это международный фестиваль. Поэтому организатор должен обеспечить:

- четкий план подготовки и проведения фестиваля;
- грамотное распределение обязанностей между сотрудниками и назначение ответственных за каждый этап подготовки;
- наличие необходимой технической базы;
- жесткий контроль за исполнением распоряжений и реализацией пунктов плана.

С точки зрения режиссуры праздника открытие фестиваля является его прологом [2]. Одной из наиболее трудных задач в подготовке и проведении церемонии открытия является необходимость создания комфортной ситуации общения, так как это первая очная встреча всех участников дискуссии. Если это удастся, то именно на этапе открытия наиболее полно (с использованием документального и художественного материала) перед всеми вовлеченными в дискуссию сторонами раскрывается суть, смысл и содержание всего фестиваля. Конкурсные дни призваны дать всем участникам культурной дискуссии возможность высказаться в доступной для них форме по поставленному вопросу.

Заккрытие – итог, финал праздника, главное событие, в котором теперь уже и сам режиссер, и инициативная группа должны, учитывая все высказывания, дать в художественной форме свой ответ.

У молодежного фестиваля есть свои особенности. Прежде всего, его целью является организация содержательного свободного времени и раскрытие творческого потенциала участников. Задачами такого мероприятия являются воспитание определенных ценностей, развитие социальных качеств, эстетического вкуса, творческих задатков, привлечение внимания к решению острых проблем художественного и духовного воспитания молодежи [3].

Развитие фестивального движения свидетельствует о демократизации общества и развития инновационных процессов в культурной сфере. Именно такая форма досуга является оптимальной для развития творческих и социальных качеств молодежи.

Ценности, затрагиваемые в экранной культуре, могут стать позитивным ресурсом модернизации общества, затронуть острые проблемы и воспитывать эстетичный и художественный вкус.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабков, В. Фестивальный менеджмент / В. Бабков. – М. : ART-менеджер, 2007. – 426 с.
2. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий / О. Я. Гойхман. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 119 с.
3. Клаич, Д. Будущее фестивальной формулы / Д. Клаич // Экология культуры. – 2002. – № 3. – С. 74–84.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4. Пензин, С. Н. Кино – воспитатель молодежи / С. Н. Пензин. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 1975. – 128 с.
5. Перова, О. В. Досуг современной молодежи / О. В. Петрова. – СПб. : Лана, 2004. – 329 с.

УДК 379.85

*Н. А. Затеева,
г. Улан-Удэ,
Н. П. Матузкова,
г. Усолье-Сибирское*

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ КАК ФОРМА ПРИОБЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К ИСТОРИИ СИБИРСКОГО ГОРОДА

Формирование социальной структуры происходило в Сибири в иных, чем в Центральной России, условиях, в связи с этим во многих отношениях сибирский социум дореволюционного времени был достаточно демократичен. Это имело большое значение для социально-культурных процессов, так как распространение тех или иных форм деятельности поддерживалось широкой общественностью, в культурной жизни края принимали участие представители самых разных социальных групп и сословий. Значительную роль в развитии социальной и культурной инфраструктуры сибирских городов сыграло купечество, обладавшее определенными финансовыми и материальными ресурсами. Влияние купечества на развитие культуры Восточной Сибири определялось тем, что это сословие выполняло в регионе часть тех функций, которые в центральных регионах осуществляло потомственное дворянство. Купеческие дома в сибирских городах становились местами собраний культурных и образованных людей. Здесь музицировали, танцевали, декламировали и т. д. Гостям нередко демонстрировали домашние коллекции редких и удивительных вещей. Например, в Иркутске у М. В. Пихтина и С. С. Дудоровского можно было увидеть картины, гравюры, скульптуры мастеров из разных стран, у П. И. Пежемского – старинные вещи, рукописи по истории Сибири, в Верхнеудинске у А. М. Курбатова – коллекцию минералов Забайкалья. М. А. Зензинов занимался собиранием декабристских реликвий, Г. П. Сафьянов – предметов охоты и домашнего быта сойотов и т. д. Купцы принимали участие в строительстве и содержании образовательных учреждений, способствовали развитию салонной жизни, открывали библиотеки, школы, содержали оркестры, проводили балы и маскарады, лотереи-аллегри, организовывали благотворительные вечера и концерты [1, с. 32]. По оценкам Е. В. Комлевой, из 236 семейств, входивших в купеческую элиту Сибири, представители 176 (75 %) делали взносы различной величины на нужды народного просвещения, развитие печатного дела, организацию музеев, библиотек, театров, проведение научно-исследовательских экспедиций и пр. [2, с. 102]. Во многих купеческих семьях меценатство и благотворительность стали фамильной традицией. Благодаря Базановым, Сибиряковым, Пономарёвым, Басниным, Трапезниковым, Белоголовым, Лушниковым и другим купеческим династиям социальная и культурная инфраструктура сибирских городов существенно преобразилась. Активную общественную деятельность удавалось осуществлять купцам, занимавшим должности в различных органах управления и поощрявшим

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

строительство школ, больниц и других социальных объектов. Представители сибирского купечества не только оказывали помощь в организации социально значимых мероприятий и строительстве просветительных учреждений, но и лично принимали участие в социально-культурной жизни региона: занимались публицистикой, исследованиями, экспонированием и т. д. Купцы М. М. Зензинов, А. А. Савиных, И. А. Носков, М. Г. Орлов, Н. М. Чукмалдин, Н. А. Белоголовый, А. И. Кытманов, П. Трунев, Г. Ерёмин и др. активно обсуждали на страницах местных и центральных изданий историю и перспективы развития Сибири. Благодаря книжным собраниям и коллекциям представителей купечества пополнялись музеи и библиотеки сибирских городов: М. А. Крутовский передал Красноярской мужской гимназии коллекцию минералов, Г. В. Юдину принадлежала крупнейшая частная библиотека Сибири, А. И. Кытманов был организатором и руководителем Енисейского краеведческого музея, Г. П. Сафьянов – членом музейного комитета Минусинского краеведческого музея, И. П. Кузнецов проводил археологические раскопки и т. д. Многие купцы имели членство в Императорском Русском Географическом обществе и Московском обществе сельского хозяйства, проводили исследования и участвовали в научных экспедициях по Сибири, Дальнему Востоку, Монголии [1, с. 36].

В каждом сибирском городе были представители купечества, способствовавшие культурному развитию края. В г. Усолье-Сибирское Иркутской области одним из таких меценатов являлся Приск Фёдорович Пономарёв, организатор «Усольско-Иркутского кожевенного товарищества». Благодаря личному финансовому вкладу П. Ф. Пономарёва в 1898 г. была построена и содержалась школа, затем – народная библиотека с. Усолье. Частная библиотека семьи Пономарёвых была открыта для всех, содержала не только духовную и техническую литературу, но и работы Маркса, Энгельса, Плеханова. С установлением в Сибири советской власти семья Пономарёвых была репрессирована, имущество конфисковано. После смерти Приска Фёдоровича в 1942 г. от нужды и лишений не только дом и могила мецената была преданы забвению, но и само его имя было забыто горожанами, мемориальная доска уничтожена. В начале 2000-х одной из улиц пригородного поселка рядом с г. Усолье-Сибирское было присвоено имя местного купца и мецената, но практически никто из жителей не знает о том, чье имя носит эта улица.

Социально-культурный проект, разработанный Н. П. Матузковой, стал инструментом для обращения к забытым страницам г. Усолье-Сибирское, приобщения населения к деятельности по сохранению культурного и исторического наследия родного города.

Первоначально проект «История города в лицах» реализовался на базе МБОУ «СОШ № 5» г. Усолье-Сибирское и охватывал учащихся старших классов данного учебного заведения. В рамках проекта инициативной группе под руководством Н. П. Матузковой удалось решить следующие задачи:

- осуществить поиск информации о меценатской деятельности П. Ф. Пономарёва в муниципальном архиве города Усолье-Сибирское и Усольском историко-краеведческом музее;
- собрать и обобщить всю имеющуюся информацию о меценате П. Ф. Пономарёве;
- снять сюжет о меценате П. Ф. Пономарёве;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- принять участие в региональном конкурсе «Классный корреспондент», организованном Байкальским государственным университетом;
- выйти с предложением в общественную палату города о восстановлении усадьбы и могилы П. Ф. Пономарёва;
- выступить с предложением о восстановлении могилы П. Ф. Пономарёва перед сотрудниками и руководством пожарной части № 56, организованной П. Ф. Пономарёвым;
- восстановить могилу мецената П. Ф. Пономарёва;
- провести классные часы «Забытое имя в истории города – П. Ф. Пономарёв».

Одним из первых значимых результатов реализации социально-культурного проекта стало признание сюжета о П. Ф. Пономарёве, снятого школьниками, на региональном конкурсе СМИ «Классный корреспондент», где он занял первое место.

Следующим достижением стало облагораживание места захоронения мецената, которое было обнаружено в результате поисковой деятельности и встречи с потомками семьи композитора Чебаевского. Помощь в уходе за могилой, установлении ограды и креста оказали семьи пожарных 56-й пожарной части, построенной более ста лет назад Приском Фёдоровичем. Могила Приска Фёдоровича Пономарёва была восстановлена 12 мая 2017 года; эта дата стала памятной, было принято решение ежегодно в этот день нести вахту памяти на могиле мецената.

Объем собранной информации и подготовленный медиа-продукт позволил провести в МБОУ «СОШ № 5» г. Усолье-Сибирском классные часы на тему «Забытое имя в истории города – П. Ф. Пономарёв», что расширило аудиторию проекта.

Проектной группе удалось найти родственников мецената: семью внука Приска Фёдоровича – Бориса Борисовича Пономарёва, доктора технических наук, профессора ИРНИТУ, благодаря чему семья Пономарёвых смогла посетить Усолье-Сибирское и отдать дань памяти Приску Фёдоровичу.

Интерес к личности Приска Фёдоровича и реализации проекта со стороны общественности и органов власти позволил выйти на новый уровень, поставить новые задачи и охватить новые социальные группы. Н. П. Матузковой, в настоящее время – заведующей отделом экскурсионно-массовой работы МБУК «Усольский историко-краеведческий музей», были разработаны лекции и музейные занятия «Усольский меценат П. Ф. Пономарёв» для жителей и гостей города, с ноября 2017 г. по ноябрь 2018 г. было проведено более 40 музейных занятий для учащихся старших классов города и слушателей Высшей народной школы.

Следующим этапом стала разработка туристского маршрута «Сибирский сувенир», который был представлен на региональном этапе Всероссийской туристской премии «Маршрут года» в г. Улан-Удэ в сентябре 2018 г. Проект «Сибирский сувенир» вышел в финал и получил высокую оценку жюри в номинации «Лучший этнографический маршрут».

Проект предполагает путешествие, совмещенное с изготовлением сувениров из глины, дерева, ткани, других материалов. Главной локацией маршрута должен стать Дом ремесел им. П. Ф. Пономарева с соляной варницей и другими уникальными объектами.

Участникам программы предлагается в течение 6 часов 30 минут совершить поездку по следующему маршруту:

10:00 – выезд из г. Иркутска (экскурсия в пути об истории Иркутской области)

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

10:40 – остановка в г. Ангарске (обзорная экскурсия по Свято-Троицкому кафедральному собору)

11:10 – остановка в пос. Тельма (обзорная экскурсия в храме Иконы Казанской Божьей Матери)

11:30 – прибытие в г. Усолъе-Сибирское (памятник основателям города братьям Михалёвым)

11:50 – остановка «Соляной источник»

12:10 – остановка «Сибирская здравница санаторий „Усолъе”»

13:00 – обед в столовой санатория «Усолъе»

13:30 – остановка «Дом ремесел им. П. Ф. Пономарёва»

16:00 – чаепитие в Доме ремесел

16:30 – отъезд в г. Иркутск

Стоимость тура – 1200 руб., включающая: трансфер автобусом г. Иркутск – г. Усолъе-Сибирское – г. Иркутск, питание (обед, чаепитие), экскурсии. Стоимость мастер-классов оплачивается отдельно по желанию участников.

Создание Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва как центрального объекта программы будет способствовать взаимовыгодному сотрудничеству между МБУК «Усолъский историко-краеведческий музей», Дворцом культуры, санаторием «Усолъе», Домом детского творчества, ДХШ, ДМШ, общеобразовательными учреждениями, мастерами-ремесленниками, местным населением и туристскими организациями города. Проект имеет экономическую ценность и социальную значимость. Дом ремесел им. П. Ф. Пономарёва в городе Усолъе-Сибирском призван стать центром воспитания патриотизма (гордость за наши национальные культурные богатства), центром социализации детей (Дом ремесел им. П. Ф. Пономарёва будет создаваться и работать в тесном сотрудничестве молодого поколения со взрослыми, направлен на получение новых навыков). Это позволит поднять на новый, практический уровень просветительскую и пропагандистскую работу всех заинтересованных организаций по сохранению народных традиций. Благодаря работе мастерских будут пропагандироваться такие профессии, как гончар, резчик по дереву, ткач и т. д. В городе есть мастера, которые готовы обучать детей и взрослое население различным видам ремесел.

В качестве базы для размещения Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва может послужить дом купца по улице Красноармейской в г. Усолъе-Сибирском, который в настоящее время представляет собой заброшенное строение. МБУК «Усолъский историко-краеведческий музей» ходатайствуют о восстановлении данного здания для использования его в целях создания Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва. Бывшая усадьба Пономарёвых имеет площадь 72 кв. м, что позволило бы разместить мастерские. По обе стороны от усадьбы находятся два каменных здания. Один из домов планируется оформить в стиле русской избы, где будут выставляться как старинные предметы русского быта, так и ремесленные поделки мастеров, сотрудничающих с нами, и участников проекта. Таким образом, этот дом может выступать, во-первых, в качестве выставочного зала, а во-вторых, как место проведения народных посиделок с исполнением народных песен, проведением обрядов и игр и т. д. Педагоги и народные умельцы будут устраивать мастер-классы, поэтому каждый присутствующий окажется не зрителем, а непосредственным участником посиделок. Народные посиделки будут проводиться по оригинальным сценариям. На территории

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

усадыбы на широком дворе планируется размещение экспозиции предметов сельскохозяйственного назначения: телег, фрагментов тына, качелей и т. д. Уникальным историческим экспонатом станет солеварня, где участники проекта смогут сами старинным способом добыть себе соляной подарок. Здесь же можно проводить народные игры и забавы: лапту, чижик, пекарь и т. п.

Создание Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва актуально для города Усолье-Сибирское, что позволит сформировать неповторимый образ города, создать свою уникальную систему воспитательной работы, основанной на сохранении народных традиций.

Планируется, что Дом ремесел будет функционировать не только как локация маршрута «Сибирский сувенир», но и как постоянно действующая мастерская, в которой будут проводиться занятия по следующим направлениям: гончарное дело, резьба и роспись по дереву, ткачество, керамика, вышивка, изготовление сувениров. Вести занятия будут педагоги дополнительного образования и мастера-ремесленники, разработавшие образовательные программы. Занятия с детьми будут проходить в дневное время после занятий в школе в группах по 12 человек. Занятия могут посещать все желающие. По вечерам на базе мастерской могут заниматься взрослые.

Таким образом, создание Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва станет центром возрождения, сохранения и распространения традиционных ремесел, творческой лабораторией, где будут не только возрождаться утраченные технологии, но и создаваться новые отечественные виды и жанры прикладного художественного творчества, новые приемы мастерства, позволяющие раскрыть индивидуальность каждого мастера-художника. Особое внимание будет обращено на людей с ограниченными возможностями здоровья, которым будут предоставлены условия для творческой самореализации. Перспективной целью является развитие туризма на территории города Усо́лья-Сибирского и Усольского района, расширение его возможностей и повышение его привлекательности. Администрация города поддерживает данный проект, его реализация отражается городскими средствами массовой информации.

Подводя итоги реализации проекта, направленного на возрождение памяти мецената Приска Фёдоровича Пономарёва среди усольчан, можем отметить, что конкретными результатами стали: создание медиа-продукта (сюжет – призер регионального конкурса «Классный корреспондент»); облагораживание места захоронения купца П. Ф. Пономарёва; установление связи с семьей Приска Фёдоровича; проведение классных часов и музейных уроков «Усольский меценат П. Ф. Пономарёв» для разных возрастных групп, разработка туристского маршрута «Сибирский сувенир» и плана деятельности Дома ремесел им. П. Ф. Пономарёва. В ходе поисковой, просветительской и информационной деятельности значительно возросло число жителей г. Усо́лья-Сибирского и Иркутской области, не только узнавших о меценате Пономарёве, но и принявших активное участие в увековечении его памяти. Таким образом, социально-культурный проект доказал свою социальную значимость, эффективность и получил развитие в новой форме с экономической выгодой для города и региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Затева, Н. А. Социально-культурная деятельность в Восточной Сибири: история становления, современное состояние и перспективы развития / Н. А. Затева, С. П. Татарова. – Улан-Удэ : ИПК ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2010. – 169 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Комлева, Е. В. Сибирское купечество как источник формирования региональной интеллигенции (конец XVIII – начало XX века) / Е. В. Комлева // История Сибири, 1583–2006. Проблемы и перспективы : сборник материалов региональной молодежной научной конференции. – Новосибирск : ИД «Сова», 2006. – С. 96–103.

УДК 37.02

*Е. В. Казакова, В. С. Поляков,
г. Луганск*

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ УЧАЩИХСЯ ШКОЛ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ

Процесс перехода от индустриального общества к информационному, а также социально-экономические изменения, происходящие в стране, требуют существенных изменений во многих сферах деятельности государства. В первую очередь это касается реформы образования.

Школа – прежде всего образовательное учреждение, но именно на нее возложено бремя ответственности за здоровье и жизнь учеников. Сегодня школа вынуждена выполнять не свойственные ей функции охранного предприятия, привлекая дополнительных сотрудников. Но даже самому опытному, квалифицированному и профессиональному охраннику не под силу уследить за несколькими сотнями детей, одновременно находящихся под его защитой.

Проблема обеспечения безопасности школьников – одна из самых острых проблем, стоящих перед современной школой, для решения которой требуются дополнительные кадровые и финансовые ресурсы.

Если рассматривать понятие «безопасность» в самом широком смысле этого слова, то оно включает организацию защиты населения, в том числе участников образовательного процесса, не только от чрезвычайных ситуаций, таких как пожары, природные, экологические и техногенные катастрофы, террористические угрозы, экстремизм и насилие над личностью, но и от транспортного и бытового травматизма, недостаточно защищенных условий труда и учебы, незаконного вторжения в личное и информационное пространство. Это также умение правильно оценивать внешние факторы и оперативно и адекватно реагировать на них. Только при одновременном учете всех этих факторов можно говорить о создании действенной системы коллективной безопасности.

С учетом всего перечисленного можно выделить два основных направления работы:

1. Обеспечение индивидуальной безопасности личности, которая включает профилактику попадания в травматичные в физическом или психологическом плане ситуации, формирование навыков безопасности поведения в различных ситуациях.

2. Организация коллективной безопасности, предполагающая создание защищенного пространства, не являющегося источником опасности, и условий для спокойной и максимально комфортной жизнедеятельности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Согласно статье 39 «Охрана здоровья обучающихся» Закона ЛНР «Об образовании», организация, осуществляющая образовательную деятельность, должна обеспечить безопасность обучающихся во время пребывания в организации [2, с. 60].

Безопасность образовательного учреждения – система мер, принятых администрацией учреждения и государством, для защиты детей и имущества от внутренних и внешних угроз с учетом фактического состояния, технического состояния школы, условий организации учебно-воспитательного процесса, криминальной и техногенной обстановки, природной территории, предупреждения, пресечения и ликвидации последствий террористических акций.

Сегодня все более актуальным становится вопрос конкуренции на уровне не только товаров, брендов, но и имиджа учебных заведений. Положительный имидж учебного заведения влияет и на отношение учащихся, и на поведение ее сотрудников. Использование инноваций сегодня является доминирующим фактором развития общеобразовательной школы. Это обусловлено тем, что способность к восприятию инноваций и выбор инновационного развития позволяет выживать и развиваться школе в условиях нарастающей динамики социальных изменений [1, с. 18].

Несколько лет назад технический прогресс, который, как известно, не стоит на месте, ворвался и в учебные заведения. На входе в учебные заведения стали устанавливать электронные проходные, родителям – предлагать в режиме онлайн контролировать чуть ли не каждый шаг ребенка, классные журналы и библиотечный фонд – оцифровывать, а буфеты переводить на безналичный расчет. Никто не сопротивлялся такой «всеобщей информатизации». Однако цифрового штурма, вопреки ожиданиям, не произошло.

Посетители учебного заведения, попадая на его территорию, сразу проводят его оценку. Первое впечатление складывается, начиная с проходной, – это его лицо. И если на контрольно-пропускном пункте люди толпятся в очереди, а документы проверяет нерасторопный сотрудник, то и имидж учебного заведения будет соответствующим. В связи с вышеизложенным и с нарастающими кризисными явлениями в сфере обеспечения безопасности учащихся школ, предлагаем вблизи парадного входа (в вестибюле) школы устанавливать электронную проходную-турникет с системой контроля доступа.

По сути, система представляет собой универсальный автоматизированный пост охраны. Встроенная функция принятия решения позволяет управлять проходом посетителей автоматически, по заранее заданным сценариям и регламенту. Кроме функции контроля посещаемости детей и сотрудников школы, система обеспечивает защиту от проникновения посторонних лиц на территорию учебного заведения.

Ученикам, сотрудникам и преподавателям учебного заведения выдаются электронные пластиковые карточки-пропуска, с возможностью идентификации личности. Информация о сотрудниках и учащихся школы и выданных им картах доступа заносится в память системы. После настройки системы и занесения в нее необходимой информации система может функционировать без включенного компьютера.

Чтобы пройти, нужно поднести свою карточку-пропуск к специальной панели на турникете. Информация считывается с карточки автоматически. Если карта доступа зарегистрирована в системе, турникет станет доступным для прохода одного человека. В противном случае турникет останется закрытым.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Заинтересованными сторонами универсального автоматизированного поста охраны являются руководство школы, школьники и их родители. Необходимой функцией для руководства учебного заведения является то, что электронный регистратор позволяет автоматически контролировать посещаемость, выявлять опоздавших или не вышедших на работу/учебу, осуществлять учет рабочего времени. Для учеников главным является то, что электронный регистратор не пропускает посторонних лиц в учебное заведение. Это гарантирует безопасность и отсутствие отвлечения школьников от учебного процесса. Для родителей главным является то, что их дети находятся под защитой и в безопасности, а также возможность отслеживания посещения занятий учениками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Даниленко, Л. В. Менеджмент имиджа образовательного учреждения [Электронный ресурс] / Л. В. Даниленко. – Режим доступа: http://www.marketologi.ru/lib/danilenko/mana_image.html
2. Закон Луганской Народной Республики «Об образовании» от 30.09.2016 № 128 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/zakon-lnr-ob-obrazovanii.html>

УДК 338

*И. С. Круглова,
г. Счастье*

БЕНЧМАРКИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Усиление динамичности внешней и внутренней среды компаний в условиях нестабильной рыночной экономики требует инновационных подходов к совершенствованию бизнеса, ориентированных на постоянное повышение его конкурентоспособности. Одним из наиболее перспективных направлений постоянного развития бизнеса является использование философии и методологии бенчмаркинга. Современный менеджмент рассматривает бенчмаркинг как систематическую деятельность, направленную на поиск, оценку, адаптацию и использование лучших практик ведения бизнеса независимо от отрасли, в которой действует компания. За рубежом данный метод является востребованным направлением улучшения бизнеса. В российской практике фирмы пока не уделяют бенчмаркингу должного внимания, ассоциируя его подходы и методы с бизнес-разведкой или промышленным шпионажем. Представление о бенчмаркинге скорее связано с известной практикой передачи или распространения передового опыта. Однако между ними существуют принципиальные различия, порождаемые разными механизмами изучения и передачи лучших практик.

Бенчмаркинг – путь сознательного и регулярного выявления и изучения лучших образцов ведения бизнеса, позволяющий творчески трансформировать получаемые идеи и знания для собственного роста и совершенствования. В современных условиях понятие «бенчмаркинг» стало более многогранным и содержательным. В нем находит отражение множество аспектов деятельности компании, которая намерена улучшить свой бизнес, опираясь на творческое использование удачного опыта других фирм. В связи с этим достаточно сложно дать единое определение бенчмаркинга. Анализ разнообразных и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

несовпадающих определений бенчмаркинга, которые представлены в литературе, позволяет утверждать, что мы имеем дело с развивающимся во времени процессом.

На начальных этапах развития бенчмаркинга преобладали элементы сопоставительного анализа по тем параметрам, которые представляли интерес для руководства и специалистов. Далее бенчмаркинг обретает характерные особенности бизнес-разведки, промышленного шпионажа, направленного на «добычу» любыми способами конфиденциальной технической и коммерческой информации конкурентов. Со временем он постепенно превращается в регулярную и разнообразную деятельность, направленную на совершенствование различных аспектов бизнеса на основе выявления и анализа лучших практик не только конкурентов, но и компаний других отраслей. В современных условиях бенчмаркинг представляет собой систематический способ определения, понимания и совершенствования продуктов, услуг, дизайна, оборудования, процессов и практики на основе сравнения с лучшими по качеству аналогами конкурентов или лидирующих фирм в других отраслях, на основе адаптации их опыта для повышения эффективности организации.

Бенчмаркинг – метод открытого изучения чужого опыта, который не составляет коммерческой тайны, что подразумевает использование только легальных каналов общедоступной информации. Основная причина возрастающей популярности рассматриваемого инструмента управления состоит в том, что он помогает сравнительно быстро и с относительно небольшими затратами совершенствовать ключевые бизнес-процессы. С его помощью можно выявить, как работают компании-лидеры, и добиться при творческом отношении аналогичных высоких результатов. Очень часто в литературе смешиваются понятия «конкурентный анализ» и «бенчмаркинг», который рассматривается как составная часть конкурентного анализа. Подобная позиция, отражая определенный этап в развитии бенчмаркинга, по нашему мнению, излишне упрощает и сужает задачи последнего на современном этапе. Центральная задача бенчмаркинга – повышение конкурентоспособности компании за счет постоянного улучшения качества не только в процессе предоставления услуги или продукта конечному потребителю, но и по всем аспектам и функциям ее внутренней деятельности. Особое значение для бенчмаркинга имеют ключевые бизнес-процессы, действующие в организации, совершенствование которых способно реально повысить ее конкурентные преимущества. Актуальной задачей бенчмаркинга становится выявление лучших процессов и технологий внутри многонациональных компаний или транснациональных корпораций. Внешняя среда, в которой приходится действовать компании, в разных странах имеет существенно отличные характеристики и условия. Одинаковые бизнес-процессы осуществляются персоналом разных стран с заметной национальной спецификой, определяемой разной культурой, подготовкой, менталитетом, традициями и другими факторами. Внутри многонациональных компаний, таким образом, возможны более успешные практики, изучение, анализ и распространение которых в рамках самой компании позволяет существенно укреплять ее конкурентные преимущества [1].

Необходимо раскрыть бенчмаркинг не как набор отдельных операций и работ, направленных на решение конкретных задач выбора объекта, сбора данных, сравнительного их анализа, разработки рекомендаций, а как набор бизнес-процессов, ориентированных на конечные результаты. Подчеркнем при этом, что в литературе процессная модель бенчмаркинга в явном виде до сих пор никем не рассматривалась. По своей сути бизнес-

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

процесс есть устойчивая совокупность технологически взаимосвязанных операций (цепочка работ), выполнение которых ориентировано на интересы, запросы соответствующих клиентов и которые являются ценными для них. Во главу угла в процессном подходе ставится не результативность операции самой по себе, а ее вклад в создаваемую данным бизнес-процессом ценность для клиента. Каждый работник, участвующий в конкретном бизнес-процессе, должен понимать свое место и роль в созидании этой ценности. Одна из предложенных в литературе классификаций бизнес-процессов включает 5 групп: основные бизнес-процессы; обеспечивающие бизнес-процессы; сопутствующие бизнес-процессы; бизнес-процессы развития; бизнес-процессы управления [3].

Преобладающей формой бенчмаркинга становится проектная организация работ. По сути, отдельный бенчмаркинг-проект может рассматриваться как первичный бизнес-процесс, в ходе которого группа сотрудников создает внутреннее нововведение, необходимое для развития компании и повышения ее конкурентоспособности. Следовательно, организация деятельности по использованию процессов бенчмаркинга для развития бизнеса включает в себя инициирование и отбор проектов бенчмаркинга, их реализацию, внедрение и интеграцию полученных нововведений в практическую деятельность фирмы. Реализация проектов бенчмаркинга представляет собой ключевой процесс рассматриваемой бизнес-функции. В ее состав должны входить также следующие бизнес-процессы: руководство процессами бенчмаркинга компании; мониторинг конкурентных преимуществ; отбор идей и проектов бенчмаркинга; бенчлёрнинг, или обучение сотрудников новым практикам. Ключевую роль в развертывании бенчмаркинга в конкретной компании играет управленческий механизм, начиная с отношения руководства компании к проблемам развития и совершенствования на основе изучения и использования лучших практик других фирм. Важным компонентом руководства бенчмаркингом в компании является регламентация соответствующих процессов изучения и применения образцовых практик.

Ведущую роль в реализации проекта бенчмаркинга играет менеджер проекта, который непосредственно отвечает за его результаты, выполняя содержательные операции (формирование идей и предложений, анализ, переговоры), принимая управленческие решения, распределяя задания, контролируя процесс, обеспечивая тем самым эффективное решение проектных задач. От квалификации менеджеров проектов, их творческих качеств, мотивированности, организаторских способностей зависит успех всей работы по улучшению деятельности компании. Менеджеры проекта, как показывает опыт Six Sigma, должны полностью освободиться на 2 года от других обязанностей, подчиняться непосредственно руководителю службы бенчмаркинга, получать наиболее полную подготовку для проектной работы и отбираться из наиболее способных сотрудников компании, учитывая, что они должны реализовать 3–5 эффективных проектов в год. Подготовительная часть обоснования проекта, в соответствии с принятой нами моделью бенчмаркинга, включает 6 пунктов: определение объекта и цели бенчмаркинга; характеристика объекта бенчмаркинга с учетом национальной специфики; разработка плана определения показателей; разработка плана сбора данных; обсуждение планов с экспертами филиала; обеспечение поддержки высшего руководства. Любой проект начинается с выбора объекта, четко сформулированных целей и основных направлений проектных исследований. Объектом проекта является сравнительный анализ процессов продвижения на рынке.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Состав рабочей группы проекта бенчмаркинга должен быть сравнительно небольшим – от 8 до 12 человек. Численность участников определяется с учетом 4 измерений бренда и соответствующих направлений исследований. Желательно закрепить за каждым направлением не менее двух человек. В состав группы должны входить сотрудники разных подразделений. Социальным направлением можно заинтересовать специалистов по связям с общественностью и маркетингу. Ментальным направлением анализа бренда целесообразно заниматься специалистам по человеческим ресурсам. Наконец, духовным направлением, как наиболее трудным, могут заинтересоваться специалисты по развитию или обучению сотрудников. В работе проекта по мере необходимости могут участвовать внешние консультанты или эксперты, привлекаемые для обсуждения отдельных аспектов исследования. Специалисты, желающие участвовать в реализации проекта, должны пройти краткосрочное обучение теоретическим и практическим аспектам бенчмаркинга и брендинга, иметь творческие способности, быть инициативными и уметь работать в группе. Реализация проекта может быть рассчитана на 4 месяца с момента его запуска при оптимальном распределении времени между этапами.

В специальной литературе обращают внимание на две типичные ошибки неопытных бенчмаркинговых команд: недостаточное внимание планированию и пониманию проекта (5–10 % времени), а также слишком большое внимание и избыточное время на сбор данных (до 50–60 % времени). Рекомендации опытных руководителей проектов бенчмаркинга сводятся к тому, чтобы время распределялось равномерно по стадиям проекта (15–20 %), за исключением первой стадии планирования и понимания, на которой не стоит экономить (до 30 %). Завершается проект подготовкой рекомендаций, готовых для внедрения, и заключительным отчетом, в котором отражается вся информация компании. Это необходимо для постепенного формирования базы данных по бенчмаркингу в компании [2].

Современный бизнес независимо от сферы своих интересов становится все более динамичной, постоянно развивающейся ради сохранения собственных конкурентных преимуществ деятельностью, четко ориентированной на запросы разнообразных потребителей товаров и услуг. Основой конкурентоспособности компании являются ее стержневые компетенции – особые качества и способности коллектива добиваться лучших результатов в сравнении с основными конкурентами. Стержневые компетенции как ценные стратегические активы компании нуждаются в постоянном внимании со стороны руководства и сотрудников и требуют конкретных усилий для их укрепления и развития. Фактически происходит формирование внутри компаний нового вида деятельности, отличного от основной и обеспечивающей деятельности, который направлен на развитие и совершенствование отдельных компонентов бизнеса: бизнес-процессов, форм организации и управления, технологических операций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева, О. Д. Технология бизнеса: маркетинг : учебное пособие / О. Д. Андреева. – М. : ИНФА-М-НОРМА, 2013. – 219 с.
2. Андерсен, Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен. – М. : РИА «Стандарты и качество, 2012. – 272 с.
3. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2009. – 416 с.

**АНАЛИЗ РЫНКА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ДЕТСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Сегодня в Луганской Народной Республике существуют 64 государственные организации дополнительного образования детей, а также индивидуальные предприниматели, имеющие лицензии на ведение программ по дополнительному образованию [1].

Проведенный анализ свидетельствует, что наблюдается сложная динамика количества муниципальных организаций дополнительного образования для детей, вызванная политическими преобразованиями последних лет: в 2011 году таких организаций было 86, в 2013 – 78, в 2015 – 42, в 2016 – 55, в 2017 – 64. Данные представлены на рис. 1.

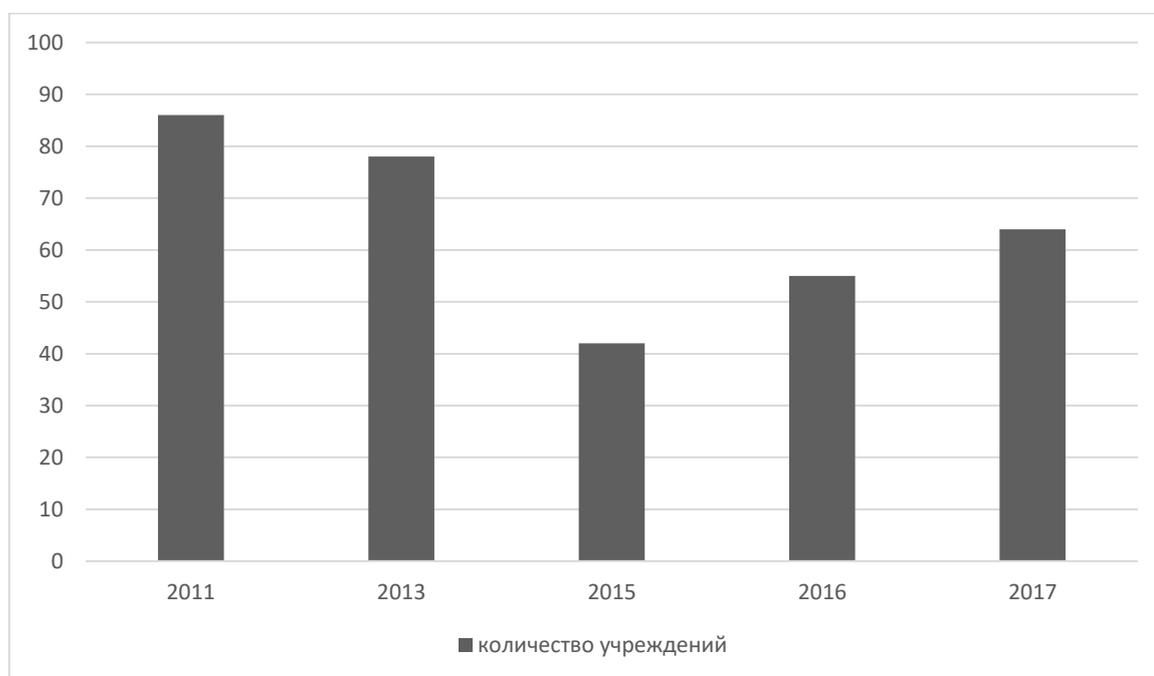


Рис. 1. Динамика количества государственных учреждений дополнительного образования в ЛНР

Открытие негосударственных учреждений дополнительного образования или иных организаций, реализующих дополнительные общеобразовательные программы, происходит недостаточно активно. Реализация различных образовательных проектов в Луганской Народной Республике показывает, что признание ценности дополнительного образования детей будет возможным, если использовать реальные механизмы государственно-общественного управления образованием. Государство должно обеспечивать достижение современного качества дополнительного образования как на региональном, муниципальном уровнях, так и на уровне конкретной организации [2].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В Луганске существует ряд центров дополнительного образования ребенка различных направлений. На рис. 2 представлен анализ популярности направлений творческой деятельности среди обучающихся.

Диаграмма демонстрирует, что наиболее популярные направления – художественная и театральная студии, а вот вокал и физкультурно-оздоровительное направление немного уступают им. Наименее популярными направлениями являются культурологическое и туристско-краеведческое.

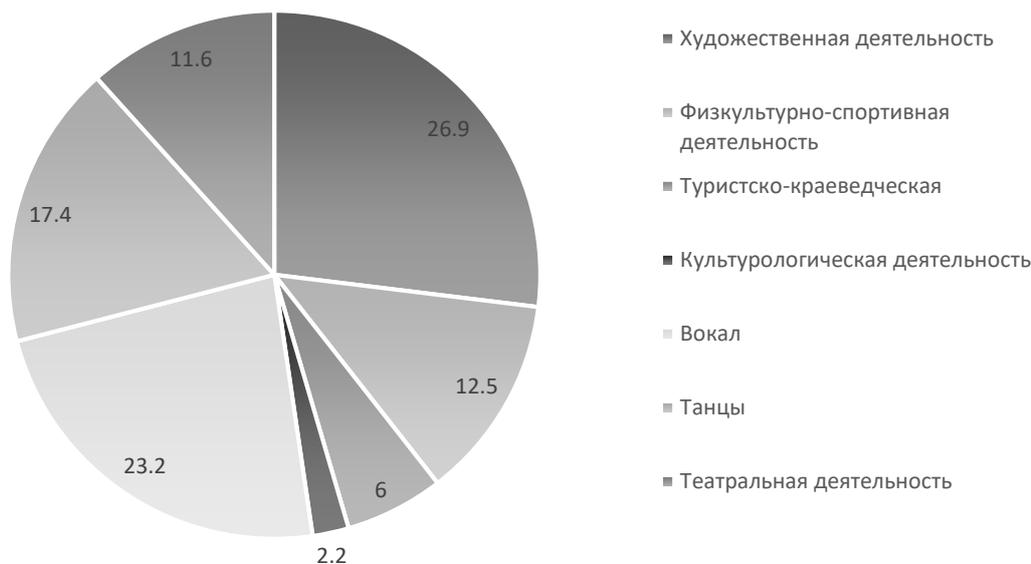


Рис. 2. Популярность направлений детского развития в Луганске

Помочь ребенку раскрыть свои способности и таланты – одна из важнейших задач любящих родителей. Именно в детском возрасте энергия плещет через край, проявляются первые наклонности, закладываются жизненные увлечения. Разумеется, взрослые стремятся поддержать малыша в его начинаниях и, возможно, дать базу для любимого впоследствии дела [3].

В Луганской Народной Республике области не все родители стремятся отдать ребенка в секцию или кружок до 7 лет. Большинство детей записывают в возрасте от 7 до 11 лет. Тем не менее большой процент родителей отдают своих детей в кружки и секции именно в возрасте от 3 до 7 лет, ведь они понимают, что именно это время является отправной точкой для «настоящей» учебы, то есть ребенку становится проще повторять и делать по образцу. На рис. 3 показано процентное соотношение обучающихся в кружках по возрастному диапазону (информация предоставлена Центром изучения общественного мнения).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

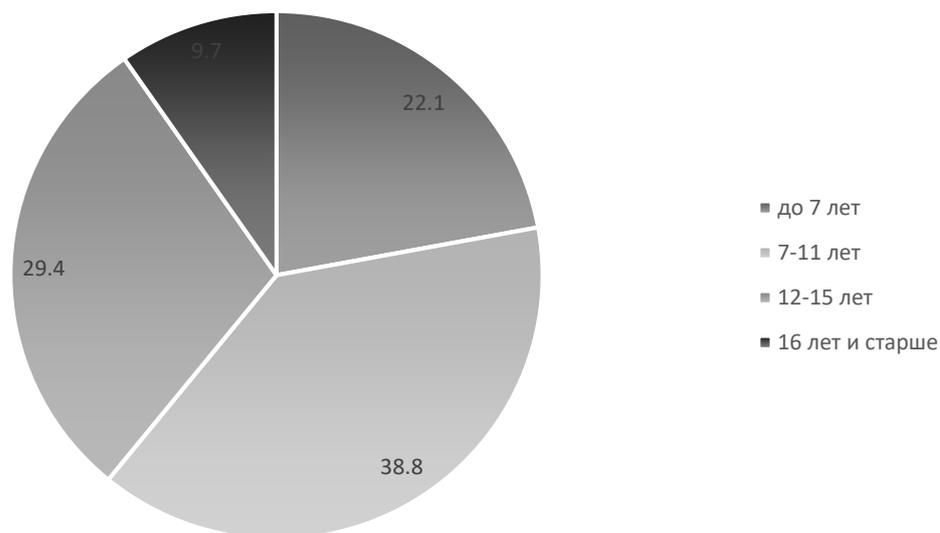


Рис. 3. Распределение обучающихся в кружках по возрасту

Стоит заметить, что в возрасте 16 лет и старше процент посещающих секции и кружки по отношению к возрасту 7–11 лет уменьшается почти в 4,5 раза. Также в Луганске был проанализирован и состав детского контингента, посещающего дополнительные секции и кружки. Из диаграммы становится понятно, что больший процент составляют дети из полных и неполных семей. В меньшей степени кружки посещают дети из многодетных семей, малообеспеченных семей и дети, находящиеся под опекой. Данные представлены на рис. 4.

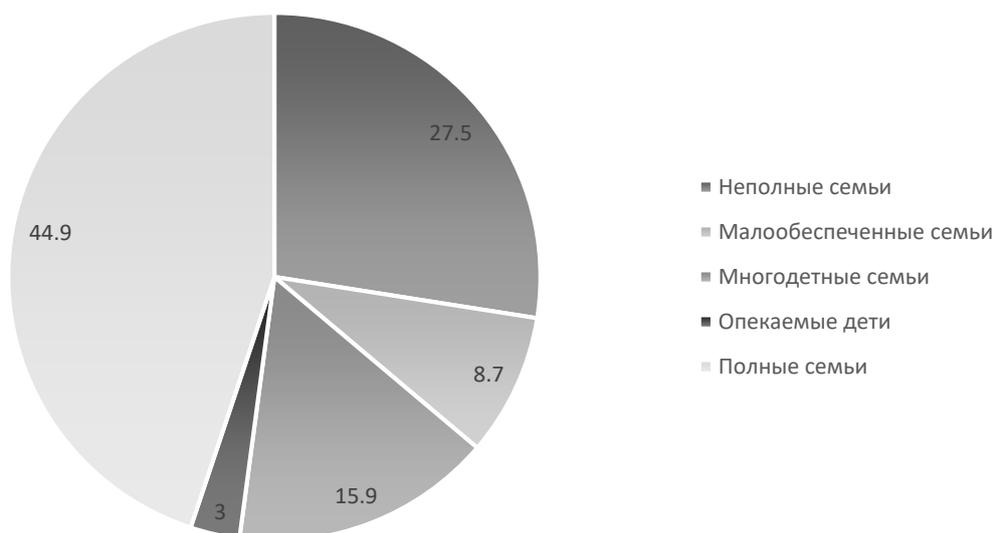


Рис. 4. Распределение состава детского контингента в секциях по Луганской Народной Республике

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Дополнительное образование – это не основное образование, и здесь достичь высоких результатов сложнее. На рис. 5 отражены показатели успеваемости детей в секциях и кружках по Луганской Народной Республике.

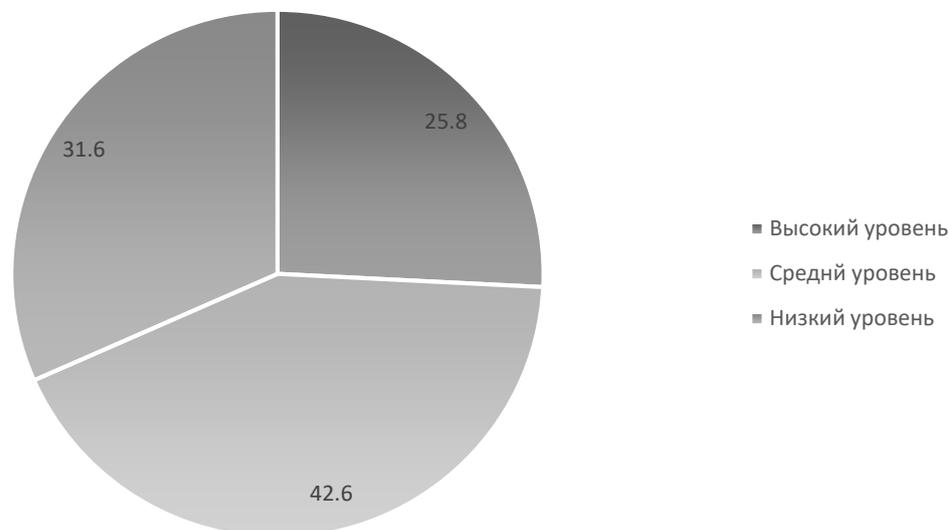


Рис. 5. Успеваемость детей в системе дополнительного образования

Таким образом, в Луганской Народной Республике и г. Луганске функционируют как государственные, так и частные организации дополнительного образования детей. Их услуги пользуются большим спросом у детей дошкольного и школьного возраста.

Быстрый ритм жизни, обилие работы и активный досуг родителей сказались на популярности дополнительного детского образования. Дополнительное образование детей с каждым годом становится все популярнее как в мире, так и в Луганской Народной Республике. Мировая практика показывает, что дети, которые посещают развивающие кружки и секции, лучше успевают в школе, быстрее усваивают информацию и лучше приспосабливаются к жизни. По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что Луганская Народная Республика не является исключением из мировой практики, ведь дополнительное образование детей пользуется большой популярностью среди детей и молодежи. Повышенный спрос на услуги дополнительного образования, а также позитивная демографическая динамика [4] приводят к необходимости открытия новых центров дополнительного образования, особенно для детей дошкольного возраста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Учреждения дополнительного внешкольного образования // Министерство образования и науки Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr.su/uchrejdeniya-dopolnitelnogo-vneshkolnogo-obrazovaniya.html>.
2. Ахинов, Г. А. Экономика общественного сектора : учебник / Г. А. Ахинов, И. Н. Мысляева. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 331 с.
3. Творческая деятельность для развития ребенка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://klin-semya.jimdo.com/полезные-ненужности/творческая-деятельность-и-ее-ценность-для-развития-ребенка/>

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4. Велигура, А. В. Разработка информационной модели региона / А. В. Велигура, М. В. Ивановская // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2017. – №1 (3). Ч. 2. – С. 146–149.

УДК 791.43.049.1.067

*И. О. Луговая,
г. Луганск*

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Актуальность исследования проектной деятельности в сфере культуры связана с повышением роли культуры в социально-экономических преобразованиях, переосмыслением культурной политики, ее приоритетов и средств их достижения. Будучи способом организации, выявления и увеличения ресурсного потенциала сферы культуры, средством взаимодействия с органами власти, общественностью и партнерами, проектная деятельность является специфической формой регулирования социокультурных процессов. Управление проектами сегодня активно дополняет прежде развитую форму управления организациями и дает возможность субъектам культурной политики реализовать в процессе сотрудничества разнообразные творческие идеи. Существование многообразных форм деятельности государственных и муниципальных организаций наряду с независимыми проектами способно создать в стране цивилизованный рынок культурных благ и услуг.

Несмотря на значительный интерес специалистов различных отраслей знания – культурологов, экономистов, социологов и др. – к проектной деятельности в социокультурной практике, фундаментальные работы отсутствуют, а специальных исследований, всесторонне анализирующих проектную деятельность в сфере культуры, в настоящее время явно недостаточно.

До сих пор проблемными областями остаются специфика проекта как организационно-управленческой формы культурной деятельности, особенности технологий социокультурного проектирования, возможность применения зарубежного опыта, оценка эффективности проектной деятельности.

Объектом исследования выступает социально-культурная сфера муниципальных образований, предметом исследования – технология проектирования социально-культурной сферы в муниципальных образованиях.

Цель исследования состоит в разработке мер совершенствования технологии социокультурного проектирования в деятельности муниципальных образований.

Для достижения поставленной цели предусмотрено решение следующих задач:

- проанализировать понятие, сущность и виды проектирования;
- выявить способы совершенствования технологии проектирования социокультурной сферы в муниципальных образованиях.

Проект как особая форма организации культурной деятельности, позволяющая привлекать альтернативные ресурсы, производить децентрализованные культурные действия, поддерживать партнерство государственных структур и неправительственных организаций, выступает эффективной современной моделью управления в сфере культуры. С помощью

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

проектноориентированного подхода можно добиться необходимого сочетания традиционных и инновационных начал в отечественной культуре, роста культурного многообразия.

Одной из основополагающих характеристик «человека культурного» является его способность к проективной деятельности, т. е. продуктивному воображению, творческому и свободному преобразованию реальности на основе «модели потребного будущего». Эта способность задается самой сущностью культуры, которая является совокупностью «проектных», т. е. идеальных, духовных способов и результатов освоения и преобразования мира – природы, общества, самого человека. Социальное проектирование – наиболее сложный и «продвинутой» вид социального управления. Можно сказать, что сегодня он наиболее востребован, поскольку социальные системы страны нуждаются в различного рода изменениях, целенаправленных и просчитанных улучшениях.

Методология исследования базируется на принципах диалектической объективности, единства и различия, содержания и формы, позитивного и нормативного подходов, а также индуктивного и дедуктивного методов исследования.

По методу проектирования можно выделить философско-теоретическое проектирование – конструирование моделей мира и человека на основе рационального мышления; духовно-ценностное проектирование – создание в рамках религиозно-этических систем идеала, воплощающего представление конкретной культуры о человеческом совершенстве; художественное проектирование «второй реальности» с помощью образа, знака, символа и др.

В зависимости от объекта проектирование может быть социальным (создание моделей общественных явлений, социальных институтов, новых форм социального устройства и общественной жизни, разработка систем управления, законов и т. д.); педагогическим (создание моделей и образов идеального человека в рамках этических и педагогических систем); инженерным (проектирование «второй природы» из материала «первой»). В основе любой профессии социально-культурной сферы лежит способность подготовить и провести культурную акцию (или систему мероприятий и акций), предварительно обосновав ее идею (замысел), определив цели и задачи, предполагаемые средства их решения.

Обобщенные особенности социально-культурного проектирования являются первым шагом к совершенствованию образовательных программ в области проектного менеджмента социально-культурной сферы.

УДК 378.14+37.09:78

*Л. Н. Меремьянина,
г. Стаханов*

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ МУЗЫКИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

В настоящее время перед обществом возникают новые глобальные задачи, решение которых требует принятия неотложных мер. Одной из таких задач современности является необходимость реформирования и дальнейшего развития системы образования, поскольку

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

существующая система образования не отвечает современным требованиям в полной мере. Назревающий кризис образования носит всеобщий мировой характер, что нашло отражение во всех мировых образовательных системах.

В сложившихся условиях наше общество осуществляет поиск прогрессивных путей и новых направлений для модернизации современного образования. Сейчас предъявляются серьезные требования к уровню профессиональной подготовки будущих специалистов. В педагогическом образовании значительную актуальность приобретает проблема подготовки будущих учителей музыки. Необходимость использования инновационных педагогических технологий, являющихся наиболее эффективными в обучении, основана на современных требованиях повышения профессиональной компетентности будущих специалистов.

Общепедагогические аспекты проблемы деятельности педагогов выявлены в педагогических и психологических исследованиях Н. Кузьминой, В. Слостенина, О. Щербакова. Взаимодействие общепедагогических и специальных знаний, необходимость формирования профессиональных умений и навыков в период обучения рассмотрено в трудах Л. Исаевой, Т. Королёвой, Ю. Николаи, З. Румянцевой.

Вопросы профессиональной подготовки будущих учителей музыки разрабатывались в исследованиях Н. Беловой, Г. Найденышевой, Г. Цыпина. В работах ученых определено единство требований к содержанию подготовки и профессиональной деятельности будущего учителя музыки. Значение исполнительской деятельности учителя музыки, ее влияние на школьников обозначено в научных работах Л. Арчажниковой, Е. Бальчитис, И. Поляковой.

Проблемы интерпретации музыкальных произведений рассмотрены в работах М. Гуревич, Е. Назайкинского, А. Сохора. Теоретико-методологическим основам исполнительского мастерства уделено внимание в научных исследованиях М. Гутникова, М. Давыдова, И. Поляковой. Проблемам профессионального обучения музыканта-исполнителя посвящены работы выдающихся музыкантов-педагогов Г. Гинзбурга, Г. Когана, Г. Нейгауза.

Однако, несмотря на значительный интерес исследователей, профессиональная подготовка будущих учителей музыки на основе инновационных педагогических технологий в настоящее время не получила достаточного освещения в научной литературе.

Цель статьи – рассмотреть некоторые аспекты возможностей инновационных педагогических технологий в повышении уровня профессиональной подготовки будущих учителей музыки.

В публикациях Л. Гусейновой, Л. Спирина, Л. Слостенина «профессиональная готовность» трактуется как сложное психологическое образование, базирующееся на самосознании как необходимом условии активной ее регуляции. Готовность обеспечивает эффективное выполнение этой профессиональной деятельности. В исследованиях ученых подчеркивается, что основой готовности к профессиональной деятельности являются: мотивация, постановка целей, задач и условия их выполнения. Благодаря готовности осуществляется профессиональная деятельность, результаты которой сопоставляются с намеченной целью.

Ученые Л. Фридман, И. Кулагин утверждают, что готовность характеризуется позитивным отношением к творческой деятельности и предполагает накопление профессионального опыта. Они отмечают, что готовность обусловлена способностями и общими психологическими условиями успешного осуществления профессиональной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

деятельности: а) положительным интересом к деятельности; б) самостоятельностью, целеустремленностью; в) наличием сосредоточенности, доброго психологического самочувствия; г) определенным фондом знаний, умений, навыков в соответствующей области; д) соответствующими психологическими качествами, необходимыми для выполнения деятельности [5, с. 144].

В исследовании Б. Библера, К. Брушлинского, П. Энгельмаера готовность к профессиональной деятельности рассматривается как сложный процесс, требующий от студентов умения разобраться в учебных ситуациях, принять решение, подойти ответственно к выполнению заданий, дать оценку своей подготовке.

Процесс практического воплощения творческих возможностей будущих учителей музыки проявляется в специфическом виде – творческой деятельности, которая направлена на решение творческих задач, освоение различных способов и действий в соответствии с познавательной потребностью. Д. Эльконин считает, что творческая деятельность представляет собой овладение обобщенными способами действий в сфере научных понятий. Эту деятельность побуждают адекватные мотивы личного роста и самосовершенствования [1, с. 245].

Во многих психологических исследованиях Б. Ананьева, Л. Выготского, М. Когана, И. Кона, А. Лурии, О. Маслоу, Л. Рубинштейна творческая деятельность определяется как форма проявления профессионально важных индивидуальных качеств личности. Ученые рассматривают творческую деятельность с позиций мотивации действий личности, наличия интересов, потребностей, ценностных ориентаций в отношении содержательной стороны ее исполнения. В научных исследованиях Л. Арчажниковой, И. Мостовой, Г. Цыпина характеристика модели творческой деятельности представлена в разных подходах. Ученые определяют, что в процессе творческой деятельности культурные приобретения, профессиональный опыт, художественно-эстетический опыт усваиваются как реконструирование собственного прошлого опыта, как поиск смысла информации. В результате творческой деятельности осуществляется реализация цели самосовершенствования, осуществляется саморазвитие, раскрываются музыкальные способности, формируются профессиональные качества будущих учителей музыки.

В исследованиях Е. Командышко творческая деятельность рассматривается с позиций арт-менеджмента. Ученая отмечает, что в профессиональной подготовке специалистов в настоящее время приобретают актуальность инновационные педагогические технологии, которые в условиях рыночной экономики претерпевают значительное переосмысление. Исследуя технологию арт-менеджмента, Е. Командышко рассматривает основные общие и основные специфические функции в художественно-проектной, организационной и творческой деятельности. К основным общим функциям она относит: планирование, организацию, мотивацию, контроль. К основным специфическим относит: обогащение опыта творческой деятельности благодаря «погружению» в художественно-проектную деятельность. Особая роль в этом процессе, считает ученый, принадлежит потребности в самореализации в профессиональной деятельности, направленность на достижение новых целей, скоординированных на достижение будущего результата творческой деятельности [2, с. 74].

Арт-менеджмент как инновационное направление научных исследований применяется в педагогике, психологии, эстетике, культурологии, экономике. Проблемы развития

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

профессионально значимых качеств будущих учителей музыки при использовании технологии арт-менеджмента находят свое разрешение при включении механизмов диалога ценностей в наиболее широкое его понимание. Е. Командышко подчеркивает, что специфика арт-менеджмента позволяет включать механизмы обучения студентов, основанные на принципе диалога культур. При культурном взаимодействии осуществляется достижение ценностно-значимого продукта деятельности. Благодаря этому проблемы организации, управления решаются в условиях технологических особенностей менеджмента и связаны с формированием, трансформацией и взаимодействием ценностей в современной образовательной среде [3, с. 39].

Теоретико-методологические основы проектной деятельности исследовали С. Крымский, Г. Щедровицкий. Методические основы проектирования рассматривали И. Колесникова, В. Радионов, Г. Лебедева. Проектную художественно-творческую деятельность в контексте профессиональной подготовки изучали В. Кулешова, Т. Подобедова. Проектную творческую деятельность в контексте профессиональной подготовки будущих учителей музыки изучали Н. Бардиго, Г. Кузицина. Научные публикации исследователей отражают основной характер творческой деятельности и специфику технологии арт-менеджмента в педагогическом процессе: а) выбор цели, планирование; б) организация инновационной творческой деятельности; в) планирование и процесс управления творческой деятельностью; г) художественное проектирование; д) вариативность и нацеленность на выполнение программы мероприятия.

В результате анализа научной литературы можно определить арт-менеджмент как профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижение на рынок культурных результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации (продюсерского центра, фирмы) [4, с. 25].

Исследователи Д. Соколов, А. Титов, А. Шабанова считают, что технология арт-менеджмента направлена на регулирование условий развития культуры и искусства и имеет влияние на экономическую, политическую, социальную и духовную составляющие жизни общества. В связи с этим арт-менеджмент рассматривается учеными как проектная творческая деятельность, которая раскрывает простор для выявления огромных художественных возможностей, отражает индивидуальный педагогический опыт, исполнительское мастерство, художественно-эстетическую компетентность, творческое вдохновение.

Подводя итоги, отметим, что существенную роль в формировании готовности к проектной творческой деятельности будут играть технологии арт-менеджмента, такие как: проектные, интеграционные, игровые, театральные, технологии диалога. Исходя из этого, отметим, что повышение уровня профессиональной подготовки будущих учителей музыки возможно в результате реализации следующих педагогических условий: формирования мотивационной сферы; организации готовности к выполнению проектной творческой деятельности; развития инновационно-ценностного отношения к явлениям музыкальной культуры; овладения средствами художественно-педагогического общения с учениками на занятиях, формирования навыков художественно-педагогической интерпретации; реализации полученных профессиональных навыков во время практической деятельности путем использования инновационных методов и способов музыкально-педагогической

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

деятельности. Выполнение педагогических условий возможно при использовании межпредметных связей между музыкально-профессиональными и психолого-педагогическими дисциплинами; введении в содержание специальных дисциплин художественно-творческих заданий и учебно-поисковых ситуаций; проведении творческих занятий на основе освоения методических идей выдающихся мастеров музыкальной педагогики; моделировании практических ситуаций; проектировании разных форм коммуникативного поведения; составлении перспективных художественно-творческих планов для творческой деятельности в школе (подготовка сценариев, разработка музыкально-режиссерского проектирования, музыкальных мероприятий, внедрение концертно-образовательных программ); привлечении студентов к проектной творческой деятельности во время проведения воспитательных мероприятий.

Инновационная творческая деятельность открывает широкие возможности перед будущими учителями музыки. Она способствует не только внедрению новых педагогических технологий, но и созданию своих, благодаря чему у будущих учителей музыки формируется возможность проявить свою позицию в определении приоритетов и направлений самореализации. От активности будущих учителей в использовании инновационных педагогических технологий будет зависеть их успешное будущее становление личности как учителя.

Проведенное исследование не исчерпывает всех аспектов изучаемой темы и требует дальнейшего рассмотрения таких направлений, как разработка аспектов профессиональных качеств, опыта инструментально-исполнительской деятельности будущих учителей музыки на основе инновационных педагогических технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зимняя, И. А. Педагогическая психология : учебник для вузов / И. А. Зимняя. – 2-е изд., доп., исп. и перераб. – М. : Издательская корпорация «Логос», 2000. – 384 с.
2. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент: новый опыт интеграционных технологий / Е. Ф. Командышко // Материалы Всероссийской конференции (Юсовские чтения). – К., 2006. – С. 72–75.
3. Командышко, Е. Ф. Основы арт-менеджмента : учебное пособие для гуманитарных факультетов вузов / Е. Ф. Командышко. – М. : ИХО РАО, 2007. – 56 с.
4. Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.
5. Фридман, Л. М. Психологический справочник учителя / Л. М. Фридман, И. Ю. Кулагина. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Совершенство, 1998. – 432 с.

УДК 314.15:37.034

*Е. И. Полякова,
г. Луганск*

ПРОБЛЕМЫ ПОДРОСТКОВОЙ БЕРЕМЕННОСТИ И ЕЕ ИСКУССТВЕННОГО ПРЕРЫВАНИЯ: ПУТИ РЕШЕНИЯ

С конца 80-х годов XX ст. активно идет депопуляции населения (превышение смертности над рождаемостью). По сей день эта демографическая проблема остается нерешенной.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Становится понятным, что при такой сложной демографической ситуации, которая в перспективе грозит еще большим сокращением населения и старением нации, возрастает ценность каждого ребенка как будущего гражданина и как члена семьи, который будет способствовать продолжению конкретного рода.

Медико-демографическая ситуация в нашей стране обозначена снижением рождаемости и зависит от неудовлетворительных показателей репродуктивного здоровья молодежи, вступающей в фертильный возраст. Именно в этот период жизни завершается физическое и половое развитие подростков, возникают различные заболевания половой системы, формируется половой потенциал.

На этом фоне все более обостряется проблема подростковой беременности и ее искусственного прерывания, что приводит к росту гинекологических заболеваний, бесплодию и различным психическим травмам, которые могут проявляться как в ближайшем, так и в более отдаленном будущем. Сейчас в Украине почти 20 % бесплодных семей, причем это бесплодие наступает в равной степени как по причине первичной (генетической), так и вторичной (приобретенной вследствие различных инфекционных заболеваний, абортов) причинам бесплодия как женщин, так и мужчин.

Сохранение здоровья населения в Украине выходит за рамки чисто медицинской проблематики и становится общегосударственной проблемой, которая требует решения на национальном уровне. Современная ситуация состояния здоровья требует новых эффективных путей решения проблем его сохранения и улучшения. Стратегия охраны репродуктивного здоровья в значительной мере зависит от формирования приоритета здорового образа жизни.

Репродуктивное здоровье подростков заслуживает особого внимания в связи с тем, что здоровье будущей матери, состояние ее репродуктивного здоровья формируется в детском и, что особенно важно, в подростковом возрасте. Существующие статистические показатели обрисовывают крайне негативную картину подростковой беременности и последствий ее прерывания.

В последнее время проблема подростковой беременности стоит в нашей стране крайне остро. Нежелательная беременность молодых женщин становится не просто личной проблемой, а принимает государственный характер. По статистическим данным учреждений по делам семьи, молодежи и спорта, ежегодно в родильных домах остаются сиротами сотни новорожденных, а по количеству детей, находящихся в интернатах, Украина и Россия занимают первые места в Европе. Молодые женщины, не имея поддержки со стороны близких и стабильного финансового положения, решаются на прерывание беременности, что крайне негативно влияет как на их физическое, так и на психическое здоровье; если же они и рожают, то чаще всего отказываются от малышей все из-за тех же проблем: отсутствия жилья, денег или поддержки родственников. Оказавшись в сложной ситуации, они не знают, куда обращаться и у кого просить помощи.

В 80–90-х годах отмечен рост половой активности подростков во всем мире. Несмотря на то, что случаи нежелательной беременности среди юных девушек встречались и ранее, в последнее время ситуация качественно изменилась:

- возросло количество половых связей в более раннем возрасте;
- беременность среди подростков наблюдается чаще всего в группе 14–17-летних девушек, которые в 75 % случаев остаются незамужними до рождения ребенка;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– молодежь вступает в брак в более позднем возрасте, хотя половое созревание и половая активность начинаются раньше.

Во всем мире ежегодно производится 50 млн аборт, 10 % среди них приходится на пациенток в возрасте 15–19 лет.

По данным общественных организаций, ежегодно от нежелательного ребенка избавляются более 200 тыс. украинок. В группе риска – подростки. По статистике, каждая десятая девочка начинает сексуальные отношения до 14 лет, а до 16 лет 80 % наших подростков имеют определенный опыт интимной жизни. Часто подобное отношение заканчивается наступлением ранней беременности, что само по себе негативно влияет на юный организм. Медики говорят, что последние несколько лет количество аборт среди несовершеннолетних не уменьшается. Так, каждое десятое прерывание беременности состоялось, когда девушкам еще не было 19 лет.

Конечно, мы не имеем права осуждать молодую девушку, решившуюся на прерывание беременности в случае изнасилования или из-за угрозы для жизни – здесь решать только ей. Однако уменьшение возрастной границы вступления девочек во «взрослую жизнь», ранние аборт среди подростков – это прежде всего социальные проблемы общества, требующие немедленного решения.

Свой вклад в предотвращение подростковых беременностей и их прерываний, снижение уровня раннего социального сиротства должны вносить центры социальных служб для семьи, детей и молодежи, которые в последнее время уже сделали первый шаг в этом направлении – включили в свою деятельность работу по предотвращению отказов от новорожденных детей путем социальной поддержки и предоставления социальных услуг женщинам, которые оказались в сложных жизненных обстоятельствах.

Однако данные меры – это уже, так сказать, пути преодоления последствий незапланированных подростковых беременностей. А действовать нужно, направив усилия в первую очередь на предотвращение проблемы подростковой беременности и подростковых аборт.

Луганский городской центр социальных служб для семьи, детей и молодежи является специализированным учреждением, которое осуществляет социальную работу, направленную на оказание социальной поддержки беременным женщинам и женщинам с новорожденными детьми. Однако сегодня можно констатировать недостаточный уровень обеспечения Центром единого и комплексного подхода всех субъектов взаимодействия к объединению усилий в интересах отдельной семьи с целью комплексного решения ее проблемы.

Эффективным способом снижения количества аборт среди девушек-подростков мы считаем дальнейшее улучшение целенаправленной работы центров планирования семьи и кабинетов детской и подростковой гинекологии и создание в психологических центрах специальных программ по профилактике подростковой беременности, выявлению несовершеннолетних беременных женщин и создание условий для предупреждения прерывания беременности ими, то есть создание социального проекта взаимодействия несовершеннолетних женщин с социально-психологическим центром.

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

В настоящий период происходят серьезные изменения в сфере финансовых технологий, затрагивающие всю экономическую сферу, что связано с повышением уровня автоматизации. Развитие трейд-технологий, новых аналитических инструментов и финансовых сервисов способствует переходу на новый уровень качества обслуживания клиентов. Практически любая финансовая операция может осуществляться при помощи онлайн-технологий, что облегчает процесс управления малым и крупным бизнесом территорий.

При этом возрастает важность проблем защиты персональных данных, идентификации личности в информационном пространстве при совершении операций. Объем венчурных инвестиций в финансовые технологии увеличился в 10 раз (до \$20 млрд в год) за последние 5 лет, что подтверждает беспрецедентный рост интереса к технологическим инновациям в данной сфере [2]. Активно развиваются компании за пределами традиционной индустрии финансовых услуг. Для сохранения доли рынка несколько крупных банковских организаций при помощи финансовых технологий уже инициировали проекты по созданию специализированных платформ в области блокчейна, т. е. блок транзакций — специальной структуры для записи группы транзакций в системе биткойн и аналогичных ей. Транзакция считается завершенной и достоверной («подтвержденной»), когда проверены ее формат и подписи и когда сама транзакция объединена в группу с несколькими другими и записана в специальную структуру — блок [1].

В связи с проблемой безопасности, как было отмечено ранее, увеличивается спрос на технологии их шифрования. Однако, требуя более качественных и безопасных финансовых услуг, пользователи не готовы оплачивать высокие транзакционные издержки. Снизить их, а также повысить надежность любых видов транзакций может технология распределенного реестра (distributed ledger technology — DLT). В перспективе она способна полностью трансформировать финансовый сектор и значительно снизить роль посредников.

Распределенный реестр — база данных, в рамках которой зашифрованные копии информации о транзакциях хранятся и формируются одновременно на основе взаимосвязи на компьютерах участников сети. Технология распределенного реестра позволяет улучшить защиту данных от возможного изменения или удаления [3]. Сейчас сферы применения распределенного реестра расширяются. На его основе создаются смарт-контракты — программные продукты, позволяющие осуществлять сделки или реализовать соглашения автоматически при выполнении соответствующих условий. С ростом инвестиций в нематериальные активы все большую важность приобретает инфраструктурное обеспечение сделок с подобными активами, которое возможно с использованием технологий распределенного реестра.

Таким образом, современные финансовые технологии помогут избежать следующих проблем с проблемами в системе управления предприятием:

- без систематической и полной информации об имеющихся финансовых ресурсах и обязательствах предприятие может потерять до 20 % своих активов;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- «искаженная» калькуляция затрат может привести к неверным решениям по ценообразованию;
- расходование средств не скоординировано с поступлением средств;
- могут возникать инфляционные потери и незаработанные проценты;
- могут появляться затраты, которых можно было бы избежать, и пр. [4].

Ограниченные инвестиции: при отсутствии четкой и эффективной финансовой функции предприятию трудно привлечь надежного иностранного/национального стратегического инвестора. Финансовые технологии позволят организовать работу с инвестором. Это возможно, только если в рамках финансовой деятельности осуществляется действенный контроль за расходованием средств, проекты тщательно оцениваются на стадии их подготовки, процессы организованы эффективно.

Нерегулярные налоговые платежи: без должной постановки документооборота бухгалтеры вынуждены начислять налоги и составлять финансовую отчетность на основе искаженных калькуляций прибыли и затрат. В результате использования финансовых технологий возможно минимизировать затраты.

Управление ростом: без четкого определения роли и результатов работы финансовой деятельности развивающиеся компании переживают периоды тяжелого финансового кризиса. Оперативные и аналитически налаженные технологические финансовые функции помогут определить внутренние и внешние риски, связанные с деятельностью предприятия.

Современные финансовые технологии необходимы для хорошо поставленной финансовой деятельности и для успешной работы в условиях жесткой деловой конкуренции; они позволят компаниям добиться ощутимых материальных результатов, что в мировом пространстве уже зарекомендовало себя как эффективный метод управления в бизнес-пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
2. Беломытцева, О. С. О понятии криптовалюты биткоин в рамках мнений финансовых регуляторов и контексте частных и электронных денег / О. С. Беломытцева // Проблемы учета и финансов. – 2014. – № 2. – С. 26–29.
3. Обзор отрасли финансовых технологий // ЕУ: Assurance|Tax|Transactions|Advisory, 2016. – С. 1–158.
4. Шуклов, Л. В. Финансовый менеджмент в условиях кризиса. Опыт компаний малого и среднего бизнеса / Л. В. Шуклов. – М. : Машиностроение, 2016. – 810 с.

УДК 379.8

*М. Н. Чернышова,
г. Луганск*

РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ДОСУГА

Анализ истории человеческого общества показывает, что одним из важнейших условий существования и дальнейшего развития культуры является возможность обмена духовными ценностями между людьми. В каждом новом поколении человек становится человеком только в результате усвоения им культурного богатства человечества. Личность

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

формируется в общении с другими людьми и в постижении культурных ценностей. Эти процессы происходят благодаря передаче и приему информации, ее интерпретации и усвоения, т. е. на основе коммуникации.

Межкультурная коммуникация, взаимодействие культур – сложный и очень противоречивый процесс, часто с конфронтацией, конфликтами. Сущность проблемы межкультурной коммуникации заключается во взаимодействии людей одной культуры с представителями других культур, которые нередко значительно отличаются друг от друга. При этом культурный обмен и прямые контакты между социальными группами и отдельными индивидами разных стран и культур охватывают все сферы общественной жизни.

Основополагающей концепцией любого развитого государства является сохранение и развитие культурного наследия предыдущих веков; учитывая опыт, можно научиться лучше понимать обычаи и традиции разных народов. Однако современные глобализационные процессы в экономике и политике, обширные миграционные процессы позволяют сегодня говорить и о глобализации культуры, т. е. интеграции отдельных этнических культур в единую мировую культуру.

Осуществление межкультурного диалога возможно на разных уровнях: политическом, социальном, научном, культурном и т. д. И все же именно на культурном уровне это общение окажется наиболее глубоким. Таким образом, межкультурные коммуникации, осуществляемые с использованием ресурсов материальных и духовных объектов культурного наследия, являются самоценными и направленными на достижения единства этнических групп.

В научной литературе в качестве синонима термина «межкультурное взаимодействие» употребляются термины «межкультурная коммуникация» или «межкультурное общение». Более того, эти термины исследуются в науке более интенсивно, нежели термин «межкультурное взаимодействие».

В формировании и поддержании способности участников диалога к коммуникации важную роль играют такие социальные институты, как учреждения культуры и образования, законодательные органы власти, различные неправительственные организации, заинтересованные в налаживании межкультурной коммуникации в регионе.

Одним из наиболее эффективных и общедоступных направлений осуществления межкультурного взаимодействия и межкультурной коммуникации является художественное образование подрастающего поколения во всех его формах: внеклассное, внешкольное, дополнительное.

Неотъемлемую часть мировой художественной культуры составляет академическая музыка. Она вбирает в себя опыт многих исторических эпох и национальных школ, сохраняя универсальные основы своего языка и наднациональную значимость. Исполняемая в концертных залах, представленная в синтетических видах искусства (театр, кино, мультипликация), выполняющая прикладную функцию на телевидении и радио, академическая музыка входит в повседневную жизнь каждого человека, способствуя интеллектуальному и духовному развитию личности.

Так, серьезное внимание процессу формирования мотивации детей и подростков к приобщению к культурным ценностям и традициям разных народов уделено в Концепции развития дополнительного образования детей (утверждена распоряжением Правительства

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Российской Федерации от 04.09.2014 № 1726-р). В формулировке ключевой социокультурной роли Концепции указано: «Именно в XXI веке приоритетом образования должно стать превращение жизненного пространства в мотивирующее пространство, определяющее самоактуализацию и самореализацию личности, где воспитание человека начинается с формирования мотивации к познанию, творчеству, труду, спорту, приобщению к ценностям и традициям многонациональной культуры российского народа» [1].

Реализация государственной политики в сфере межкультурного взаимодействия осуществляется кадрами специалистов. В подготовке таких кадров необходимо решать вопросы овладения не только техникой того или иного вида искусства для обучения детей и подростков (например, игре на музыкальном инструменте), но и технологиями формирования установок на уважительное и заинтересованное восприятие своей, родной, а также «иной», неродной культуры.

Однако нередко в практике обучения студентов по направлениям творческих специальностей (музыкантов, хореографов, художников и т. д.), а отсюда, как следствие, в практике художественного образования детей и подростков можно наблюдать приоритет в нацеленности педагогов на овладение обучающимися технической стороной (например, в музыкально-исполнительской деятельности – овладение приемами, навыками, исполнительской техникой и т. д.) в ущерб формированию культурной идентичности, навыков восприятия произведений искусства в форме диалога с его образами.

А между тем, как отмечает Е. Ю. Глазырина, «музыкальное искусство может не только вводить учащихся в мировое музыкально-художественное пространство человеческой культуры, но и являться для них своеобразной «диалогической моделью мира». Это происходит в том случае, если каждая встреча, каждое общение школьника с музыкой воспринимается им как постоянный диалог. Такой диалог имеет различные векторы направленности и систему координат. Диалог с музыкой может осуществляться как диалог: с образом или героем музыкального произведения, автором музыки; с духовным миром другого человека-собеседника; представителями другого народа, обладающими иным складом менталитета; разными поколениями человеческого рода; музыкальной культурой другой страны и, наконец, как внутренний и непрекращающийся диалог с самим собой.

Причем сам он в каждой фазе этого диалога предстает как самоценный и уникальный по своим личностным качествам партнер. Освоение школьниками культурно-художественного пространства невозможно вне установления диалогического отношения с ним» [3, с. 39–40].

Музыка – это язык межкультурного взаимодействия, общий для разных континентов, стран, этносов, наций, в силу: универсальной природы – интонационности, образности, эмоционального воздействия. Однако в настоящее время слабо развиваются общественные потребности в музыкальном академическом исполнительстве. Значительная часть населения не приобщена к классическому музыкальному наследию, а интерес широкой публики к нему несравненно ниже, чем в Европе. Надо стремиться к тому, чтобы в одном культурном явлении, которое представляет собой концертно-филармоническая деятельность, соединить функции воспитания, просвещения и пропаганды, и в результате появится мощный инструмент формирования здорового общества, сохранения и развития культуры.

Актуальным решением сохранения и развития традиций отечественного академического музыкального исполнительского искусства будет создание в Луганской

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Народной Республике таких организационно-творческих, экономических и правовых условий для реализации музыкантов, которые бы отвечали мировым условиям и стандартам в этой области. Особенно важным на современном этапе становится формирование эффективной системы распространения (проката) художественного продукта в области академической музыки. Это обусловило необходимость разработки Концепции развития концертной деятельности в области академической музыки в Российской Федерации, отвечающей современным социально-экономическим реалиям [2].

Важным направлением филармонической работы в последние годы становится создание виртуальных концертных залов для показа концертов академической музыки. Использование возможностей Интернета является для многих единственной возможностью приобщения к высоким образцам академического музыкального искусства, частично компенсирующей существенное сокращение доли академической музыки на телевидении и радио. Посредством создания виртуальных концертных залов филармонии имеют возможность не только обеспечивать показ концертов академической музыки, но и осуществлять просветительские, воспитательные и образовательные функции.

Наряду с содействием приобщению населения к профессиональному академическому музыкальному искусству необходимо принятие мер по развитию любительских коллективных форм творческой деятельности как среди детей и молодежи, так и среди прочих возрастных категорий граждан. В связи с этим следует стимулировать создание и поддержку деятельности любительских творческих коллективов (хоров, вокальных и инструментальных ансамблей, камерных, духовых, народных и симфонических оркестров), а также проведение смотров и конкурсов этих коллективов.

В деятельности концертных организаций серьезное место должно быть отведено проектам, ориентированным на выполнение просветительской миссии в области академической музыки с использованием таких форм, как открытые репетиции, встречи до и после концерта, лекции-презентации, круглые столы, клубы любителей музыки. Особое внимание при этом должно быть уделено проектам, направленным на поиск современных методов приобщения к музыкальному искусству.

На пути решения этих вопросов могут стать такие проблемы, как отсутствие действенных программ по развитию и утверждению межкультурного диалога, нехватка квалифицированных специалистов, имеющих опыт межкультурных взаимодействий, трудности в привлечении новых аудиторий, участников диалога, необходимость в предоставлении площадок для осуществления межкультурной коммуникаций.

В Луганской Народной Республике для решения этих проблем приняты программы по сохранению и популяризации культурного наследия и эстетическому воспитанию населения.

С 2016 года в рамках сотрудничества в культурной сфере была разработана и принята Программа поддержки международной гастрольной деятельности на территории Луганской Народной Республики. В этой Программе принимают участие профессиональные музыканты и коллективы, многие из которых имеют мировую славу. Она направлена на духовное развитие населения, в особенности подрастающего поколения.

Так, в рамках реализации Программы на площадках учреждений культуры Луганска, Красного Луча, Антрацита с триумфом прошло выступление Российского государственного академического камерного «Вивальди-оркестра» под руководством талантливого художественного руководителя Светланы Безродной. В результате представилась

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

возможность не только увидеть своими глазами легенду музыки, насладиться талантом и мастерством, но и услышать уникальный голос музыкального инструмента, которым восхищается весь мир, который является мировым наследием, – голос скрипки Страдивари.

Данной Программой было представлено не только мастерство профессионалов в музыкальной области, наряду с выдающимися музыкантами регион посетили и «ЗВЕЗДЫ МИРОВОГО БАЛЕТА».

В 2017 году была принята Программа интеграционных мероприятий между Луганской Народной Республикой и Российской Федерацией. Эта Программа также затрагивает сферу культуры, однако имеет свои особенности. Она больше направлена на обеспечение массового досуга. Коллективы, принимающие в ней участие, в большей степени эстрадные исполнители, представители шоу-бизнеса Российской Федерации.

Несмотря на то, что эти Программы совершенно разные по целям и задачам, каждая из них направлена на обмен культурным наследием. Любой проект, особенно если в нем принимают участие признанные мировые мастера, несет положительный результат не только для взрослого населения, помогая создавать хорошее настроение, но и особенно в воспитании подрастающего поколения, формируя правильное восприятие, правильное понимание жизни и своей идентичности в мировом культурном пространстве.

Такой подход, находящийся в русле стратегии гуманитарного мышления, задает в художественном образовании подрастающего поколения верные ориентиры для установления идентичности с культурой родного этноса и культурой других народов как осознанном принятии культурных норм и ценностей, активной, позитивно-заинтересованной включенности в пространство межкультурного взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 04.09.2014, № 1726-р об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2015. – 9 ноября. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/09/08/obrazovanie-sitedok.html>
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.11.2015, № 2395-р об утверждении Концепции развития концертной деятельности в области академической музыки в Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2017. – 30 января. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/PqMWe6kG2F5IbThTv77jKPk11RneAw3e.pdf>
3. Глазырина, Е. Ю. Музыка в четвертом измерении. Вопросы методологии, теории и методики музыкального обучения и воспитания школьников / Е. Ю. Глазырина. – М. : Искусство в школе, 2001. – 372 с.

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

УДК 06.08(045)

*Н. В. Алексеева,
г. Луганск*

**ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
СЛУЖЕБНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА
НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ**

В условиях роста конкуренции, увеличения роли человеческого фактора успешность управления организацией напрямую зависит от эффективности процессов формирования, использования и развития ее руководящих кадров. Управленческая карьера затрагивает ряд важных социально-экономических вопросов: удовлетворенность работой и производительность труда руководителей; преемственность управленческого профессионального опыта и культуры организации; бесперебойность и рациональность замещения ключевых должностей и др. Это подтверждается опытом преуспевающих зарубежных корпораций, давно осознавших важность того, кто и как продвигается в структуре иерархии организации и распоряжается ее ресурсами, и уделяющих большое внимание формированию систем управления служебно-профессиональным продвижением персонала.

Возрастает интерес к проблемам самоуправления карьерой со стороны каждого специалиста, что связано с демократизацией общества. Свобода выбора путей движения в социальной структуре порождает конкуренцию и ставит перед каждым человеком проблему повышения его конкурентоспособности на рынке труда.

В то же время в теории управления организацией проблема формирования управляющего воздействия на процесс развития деловой карьеры специалиста разработана не в полной мере. Это, в свою очередь, на практике отражается в существовании множества проблем в области развития и продвижения управленческих кадров. Согласно результатам различных исследований, проведенных в российских организациях, в большинстве организаций управление развитием и продвижением персонала не имеет научного обоснования, бессистемно. Специалисты нередко слабо представляют перспективы своего дальнейшего продвижения (вплоть до незнания следующей должностной ступени), а также своих преемников на случай оставления текущей должности. В подборе кандидатов на управленческие должности доминирует субъективизм (единоличное решение руководителя), среди факторов развития деловой карьеры господствует протекционизм, ориентированный не на профессиональные качества, а на родственные и другие связи претендентов на руководящие посты. Отсутствие целенаправленного воздействия на процесс формирования и развития управленческой карьеры приводит к непрофессионализму в управлении, к снижению эффективности использования ресурсов организаций.

Проблемам управления карьерой в рамках управления персоналом организации посвящены труды известных российских и зарубежных исследователей: А. Р. Алавердова,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Т. Ю. Базарова, Д. А. Безделова, А. П. Волгина, В. А. Дятлова, А. П. Егоршина, И. В. Зорина, П. В. Журавлева, Дж. М. Иванцевича, А. Я. Кибанова, Е. В. Маслова, Ю. Г. Одегова, В. Т. Пихало, В. В. Травина, С. В. Шекшни, В. И. Шкатуллы и др.

Большое внимание уделяется изучению и формированию структуры карьерного пространства и путей развития карьеры. Данный подход используется в работах В. И. Верховина, Т. И. Заславской, Л. А. Кудринской, В. Л. Романова, А. И. Турчинова и др.

Указанные подходы к пониманию служебно-профессионального продвижения персонала не противоречат друг другу. В то же время в полной мере не раскрытыми остаются вопросы, касающиеся влияния системы управления служебно-профессиональным продвижением персонала на деятельность организации.

Раскрывая проблему влияния системы управления служебно-профессиональным продвижением персонала на деятельность организации, необходимо дать определение ключевым понятиям, характеризующих сущность данной системы.

Карьера (от итал. «carera» – бег, жизненный путь, поприще) понимается как процесс движения и как результат этого движения [6, с. 63].

С позиций процессного подхода карьеру рассматривают в широком понимании как активное продвижение человека в освоении и совершенствовании способа жизнедеятельности, обеспечивающего его устойчивость в потоке социальной жизни, успешное продвижение в области общественной, служебной, научной или производственной деятельности. В узком смысле карьеру связывают с трудовой жизнью человека, с его профессиональной деятельностью [7, с. 10].

Деловая карьера – индивидуальная последовательность важнейших перемен труда, связанных с изменением положения работника по вертикальной шкале сложности труда или социальной лестнице рабочих мест, поступательное продвижение по служебной лестнице, изменение навыков, способностей, квалификационных возможностей и размеров вознаграждения, связанных с деятельностью работника [8, с. 64].

Наряду с двойственностью в понимании деловой карьеры имеет место двойственность карьеры как процесса. С одной стороны, она включает внутреннее развитие (качественные изменения субъекта карьеры), с другой – процесс его внешнего формального продвижения в среде: в системе иерархии, пространстве организационных позиций.

Содержанием развития в карьере является профессиональный рост, статусно-ролевое, личностное развитие субъекта карьеры.

Продвижение предполагает перемещение человека в пространстве организационных позиций, последовательную смену функций, статуса, социально-экономического положения [1, с. 42], успешное продвижение по ступеням профессиональной, социальной, должностной, имущественной или иной иерархии [10, с. 27]. Другими словами, речь идет о продвижении как внешних, «видимых» для стороннего наблюдателя формализованных изменениях. При этом каждое из направлений продвижения отражает одно из перечисленных выше направлений развития субъекта карьеры, являясь структурированным закреплением уровней развития в иерархии позиций, лестнице ступеней.

Двойственность карьерного процесса является одной из наиболее важных характеристик для понимания сущности карьеры. При этом развитие и продвижение в карьере взаимодействуют между собой, дополняя друг друга. Развитие (профессиональное, статусно-ролевое) является основой для продвижения, т. е. освоения новых позиций

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

(должностей, квалификации), а продвижение, в свою очередь, стимулирует дальнейшее развитие субъекта карьеры, расширяя пространство и положительно подкрепляя результаты его трудовой деятельности. Движение руководителя в системе управления необходимым образом сопровождается развитием личности, а развитие есть предпосылка движения [4, с. 32].

Таким образом, полноценная карьера рождается в диалектическом взаимодействии процесса и результата, развития и продвижения.

Служебно-профессиональное продвижение является составной частью перемещения кадров на предприятии, под которым понимается движение кадров относительно должности или повышения квалификации в пределах занимаемой должности [3, с. 209].

Кроме того, служебно-профессиональное продвижение рассматривают как комплекс мероприятий, направленный, во-первых, на планомерное заполнение вакантных мест не столько за счет приема работников со стороны, сколько посредством подготовки и внутрипроизводственного перемещения собственного персонала; во-вторых, на формирование относительно стабильного трудового коллектива, пути развития у него способности сохранять и накапливать человеческий капитал. Иначе говоря, под служебно-профессиональным продвижением понимается предлагаемая организацией последовательность различных ступеней в организационной иерархии, способствующих гибкой функциональной перестройке персонала и его адаптации к рыночным условиям.

Исходя из вышесказанного, можно сформулировать следующее определение сущности исследуемого феномена: *служебно-профессиональное продвижение – это серия поступательных перемещений по различным должностям, способствующая развитию как организации, так и личности.*

В свою очередь система служебно-профессионального продвижения – это совокупность средств и методов должностного продвижения персонала, применяемых в различных организациях [9, с. 64].

В России в системе служебно-профессионального продвижения персонала выделяют пять основных этапов подготовки линейных руководителей [Там же, с. 66]:

- первый этап – работа со студентами старших курсов базовых институтов или направленных на практику из других вузов;
- второй этап – работа с молодыми специалистами;
- третий этап – работа с молодыми специалистами нижнего звена управления;
- четвертый этап – работа с линейными руководителями среднего звена управления;
- пятый этап – работа с линейными руководителями высшего звена.

Следует отметить, что хорошо отлаженная система служебно-профессионального продвижения персонала в организации является важнейшей предпосылкой успешной карьеры.

Необходимость и целесообразность формирования системы служебно-профессионального продвижения персонала в организации обусловлены влиянием системы управления карьерой на результаты и характер деятельности организации. Формирование и совершенствование системы служебно-профессионального продвижения персонала – фактор

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

повышения эффективности функционирования и развития организации, условие устойчивой конкурентоспособности организации.

Повышение эффективности функционирования деятельности организации при продуктивном развитии карьеры в рамках системы служебно-профессионального продвижения достигается за счет повышения степени удовлетворенности работой в организации, производительности труда, снижения издержек, связанных с текучестью, а также за счет рационального использования профессионального потенциала управленческих кадров.

Удовлетворенность персонала управления работой в организации является одним из наиболее важных критериев эффективности деятельности современной организации наряду с прибыльностью, рентабельностью и другими финансовыми показателями. Создание благоприятных условий для развития карьеры способствует повышению степени удовлетворенности работой в организации на основе удовлетворения имеющихся в структуре мотивации человека психологических потребностей высшего порядка. Вкладывая дополнительные временные, финансовые, человеческие и другие ресурсы в управление развитием, отбором и продвижением своих руководящих работников, организация «усиливает привязанность к фирме», получает «мотивированных и лояльных сотрудников, связывающих свою профессиональную деятельность с данной организацией, что повышает производительность труда и снижает текучесть рабочей силы» [10, с. 118].

Повышение мотивации и стимулирование производительности труда является следствием повышения степени удовлетворенности работой в организации, трудовой мотивации. Карьера как фактор производительности выделяется многими исследователями [4, с. 112].

Снижение текучести управленческих кадров организации также происходит за счет повышения степени их удовлетворенности карьерой и способствует минимизации издержек, связанных с недополучением продукции в период адаптации нового специалиста к условиям работы в новой организации, затратами на найм и увольнение, безвозвратными инвестициями в обучение уволенных или уволившихся по собственному желанию руководящих работников. По данным одного исследования, «затраты на найм и увольнение на одном из московских предприятий составили около 50 млн рублей в год» [5, с. 78].

К перечисленным видам прямых затрат следует также прибавить и связанные с этим издержки альтернативных возможностей. Кроме того, с наличием в организации системы управления карьерой связано, как правило, соблюдение в рамках этой системы «принципа пирамиды» [5]. Согласно данному принципу, за счет внешних источников рабочей силы формируется только основание пирамиды организационной структуры, то есть должности, не требующие высокой квалификации и глубокого знания особенностей организации. В то же время за счет внутреннего рынка, на основе формирования системы планомерного развития и продвижения управленческого персонала в организационном пространстве заполняются вакансии должностей, находящихся в верхней части организационной пирамиды, руководящих должностей. Использование этого принципа является источником экономии затрат на найм и социализацию, что выделяется в качестве преимущества большинством исследователей.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Формирование системы управления карьерой способствует и более рациональному использованию их профессионального потенциала, так как позволяет оптимизировать процессы профессионального развития, отбора и продвижения руководителей в организации.

Устойчивость и конкурентоспособность организации в изменяющейся рыночной среде во многом зависит от степени обеспечения бесперебойности замещения кадров на ключевых, стратегически важных для деятельности организации должностях; качества профессиональной мобильности управленческого персонала.

Если для человека карьера – это развитие и продвижение в организационном пространстве, то с точки зрения организации это, прежде всего, вопрос заполненности, целостности этого пространства, что особенно важно для профессионально-должностной его составляющей, то есть организационной структуры. Бесперебойность замещения кадров на ключевых, стратегически важных для деятельности организации руководящих должностях, напрямую влияющая и на бесперебойность производства основного продукта (товара, услуги), имеет большое значение для повышения устойчивости предприятия и может быть обеспечена на основе сохранения целостности организационного пространства при наличии в системе управления персоналом такой формы управления карьерой, как работа с резервом на выдвижение. Незаполненность руководящих должностей даже в течение непродолжительного времени может привести к серьезным финансовым и материальным потерям. Необходимость формирования резерва для замещения таких должностей обусловлена не только целенаправленным продвижением по должностям и возрастающими потребностями организации, но и естественной текучестью кадров, связанной с выходом руководителя на пенсию, увольнением, несчастным случаем и т. д.

Внутриорганизационное движение руководящих работников, целенаправленный должностной и профессиональный рост обеспечивают формирование высокой профессиональной мобильности персонала управления. Действительно, профессиональная мобильность, то есть способность быстро перестраиваться и приспосабливаться к меняющимся условиям деятельности, к смене функций, мест приложения труда, наиболее эффективно развивается при создании условий для непрерывного движения по должностям, повышения квалификации в рамках старой или при освоении новой должности. Все это обеспечивает предприятию возможность быстрой перестройки производства, диверсификации деятельности, обновления продукции – одним словом, усиливает конкурентоспособность организации в условиях жесткой конкуренции, динамизма современного рынка.

Целенаправленное воздействие на процессы профессионально-должностного развития и продвижение руководящего персонала в рамках организационного пространства способствует повышению эффективности развития организации посредством приращения общего профессионального опыта организации, совершенствования и развития организационного пространства, а также более эффективному росту организации при ее слиянии с ресурсами других организаций.

Приращение общего профессионального опыта организации достигается путем рационализации профессионального развития, приращения индивидуального профессионального опыта каждого специалиста в рамках управления карьерой на основе обеспечения:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– возможности планировать профессиональное развитие руководящих работников с учетом их личных интересов и способностей;

– координации планов развития карьеры отдельных руководителей, что выступает в качестве важного источника определения потребностей организации в профессиональном обучении [7, с. 17], повышает эффективность общего и кадрового планирования в организации;

– целевого характера профессионального обучения (принцип «дополнительная подготовка – под конкретное должностное назначение, а не впрок» [6]), что способствует экономичности вложений в обучение.

Развитие профессионального опыта организации содействует повышению ее гибкости, адаптивности в современных условиях с растущей сложностью в содержании и разделении труда, что само по себе уже является ростом. Совершенствование системы служебно-профессионального продвижения персонала положительно влияет на результаты деятельности организации. Формирование в организации системы служебно-профессионального продвижения персонала способствует повышению степени удовлетворенности работой в целом, а также мотивации и стимулирования производительности труда, профессиональной мобильности, снижению издержек на найм, оценку, подбор и расстановку персонала, текучести управленческих кадров и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом развивающейся организации : учебное пособие / Т. Ю. Базаров. – М. : Наука, 2016. – 230 с.
2. Бокалов, Е. В. Место оценки персонала в системе кадрового менеджмента: статья / Е. В. Бокалов, Б. П. Проппат // Человек и труд. – 2012. – № 6. – С. 19–22.
3. Десслер, Г. Управление персоналом : учебное пособие / Г. Десслер ; пер. с англ. Ю. И. Иванова. – М. : Бином, 2012. – 432 с.
4. Деханова, Н. Г. Мотивация управленческой деятельности : дис. ... канд. экон. наук : 22.00.03 / Деханова Наталья Геннадьевна. – М., 2012. – 139 с.
5. Жернакова, М. Кадровый менеджмент сегодня / М. Жернакова // Известия Академии труда и занятости. – М., 2015. – № 1. – С. 77–79.
6. Забродин, Ю. Г. От учета человеческого фактора к управлению человеческими ресурсами: статья / Ю. Г. Забродин // Человек и труд. – 2016. – № 12. – С. 63–66.
7. Иванов, В. Ю. Формирование системы управления деловой карьерой менеджера в организации: организационно-методический аспект : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.07 / Иванов Вячеслав Юрьевич. – М. : ГУУ, 1999. – 159 с.
8. Иванцевич, Д. М. Человеческие ресурсы управления: основы управления персоналом : учебное пособие / Д. М. Иванцевич, А. А. Лобанов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2013. – 304 с.
9. Маслов, Е. В. Управление персоналом предприятия : учебное пособие / Е. В. Маслов ; под ред. П. В. Шеметова. – М. : Инфра-М, 2017. – 312 с.
10. Руднева, Л. К. Как повысить эффективность обучения управленческих кадров / Л. К. Руднева // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 2. – С. 117–119.

**ПРОБЛЕМАТИКА ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

В современных условиях нестабильности внешней среды организации вынуждены адаптироваться, совершенствовать и разрабатывать новые методы обеспечения экономической безопасности. Изменчивость условий функционирования, кризисные явления, возрастающие политические риски провоцируют появление новых угроз в деятельности хозяйствующих субъектов. Быстрое развитие всех сфер человеческой деятельности привело к существенной трансформации самой сущности экономической безопасности и дальнейшему углублению содержательного наполнения этого понятия.

Изучению теоретических, методических и практических аспектов менеджмента экономической безопасности организации уделяется значительное внимание в трудах отечественных и зарубежных ученых. В частности, исследованию подлежат как комплексные задачи разработки механизмов обеспечения и управления экономической безопасностью предприятий и организаций [6; 9; 12], так и отдельные аспекты управления экономической безопасностью: вопросы планирования экономической безопасности предприятия [2], управления экономической устойчивостью предприятия как составляющей экономической безопасности [3], обеспечения экономической безопасности предприятия на основе управления стратегическим взаимодействием с субъектами внешней среды [13], формирования банка данных для оценки экономической безопасности предприятия [4], прогнозирования уровня экономической безопасности в контексте антикризисного управления, своевременного выявления влияния негативных внешних факторов, диагностики банкротства и финансового оздоровления [7]. В то же время единого подхода к трактовке понятия «система обеспечения экономической безопасности предприятия» (далее – ЭБ) и определению ее основных элементов на сегодняшний день в экономической литературе нет. По мнению большинства исследователей, механизмы оценки и обеспечения ЭБ разработаны еще не в достаточной мере, что подтверждает актуальность дальнейших исследований.

Несмотря на отсутствие единого понимания составных элементов системы ЭБ, специалисты сходятся во мнении, что данная система должна быть комплексной и строиться на определенных методических положениях.

При ее построении необходимо учитывать следующие методические положения:

1) каждая организация – это система, включающая взаимосвязанные элементы. Именно на стыке связей системы могут образоваться пробелы, через которые реализуются различные виды угроз. Для обеспечения надлежащей степени защиты от них и необходимо организовать деятельность, которая бы носила системный характер;

2) система ЭБ не может быть одинаковой для всех предприятий и организаций. Ее индивидуальность зависит от отрасли, структуры хозяйственной деятельности, промышленного потенциала, места предприятия на рынке, квалификации персонала и прочих условий;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3) система ЭБ отдельной организации является относительно самостоятельной и обособленной по отношению к аналогичным системам безопасности других субъектов. В то же время она является элементом системы экономической безопасности региона (страны);

4) система ЭБ может быть только комплексной. Ее достижение тесно связано с уровнем обеспечения научно-технической, кадровой, экологической, информационной, финансовой безопасности и других элементов;

5) эффективная работа возможна лишь при наличии детально продуманной концепции.

На основе проведенных исследований приходим к убеждению, что ключевыми элементами системы экономической безопасности организации выступают: объекты, субъекты, принципы и механизм обеспечения ЭБ.

Под экономической безопасностью предприятия автором понимается состояние использования ресурсов (капитала, персонала, техники и технологий), дающее возможность противостоять внутренним и внешним угрозам и способствовать стабильному, эффективному функционированию предприятия и его устойчивому экономическому развитию.

Важнейший элемент системы экономической безопасности – механизм ее обеспечения. Различное построение механизма обеспечения ЭБ можно увидеть в работах Е. В. Амельницкой [1], Н. С. Вавдиюка, С. В. Каламбет [8], Ю. А. Локтионовой [11], Т. Г. Васильцева [5] и других ученых. Изучение существующих подходов к построению механизма обеспечения экономической безопасности организации позволило сформулировать авторское определение данного понятия. Механизм обеспечения ЭБ основывается на задачах и принципах безопасности и представляет собой системную совокупность методов (организационно-технологических, административных, правовых, экономических, социально-психологических, информационных), инструментов и конкретных мероприятий по реализации политики сохранения или наращивания потенциала экономической безопасности в зависимости от стадии экономического развития предприятия с учетом факторов внутренней среды и внешнего воздействия. Предложенный механизм обеспечения экономической безопасности предприятия, учитывающий внешние риски, представлен графически на рис. 1.

Исследование экономической безопасности субъекта хозяйствования подразумевает, в первую очередь, выявление угроз, которым подвергается предприятие. На функционирование всей системы обеспечения экономической безопасности предприятия влияют внутренние и внешние факторы. Внешние опасности зарождаются за пределами фирмы, и такие угрозы напрямую не связаны с деятельностью предприятия. Обычно это такие явления и процессы внешней среды, которые способны нанести предприятию вред. Внутренние факторы исходят из действий и решений самого субъекта и его персонала. Самыми распространенными среди них выступают: точность планирования, объективность принятых управленческих решений, соблюдение технологического процесса, техники ведения операционной деятельности, уровень организации труда, эффективность работы с кадрами, финансовая политика, трудовая дисциплина и другие.

Разделяя опасности экономической безопасности предприятия по принципу внешнего и внутреннего происхождения, подразумеваем, соответственно, низкую и высокую степень воздействия управленческих решений на уровень таких угроз и их последствий. Внешние

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

угрозы обычно связывают с изменчивостью стоимости денег, с проявлениями недобросовестной конкуренции, с изменчивостью нормативно-правовой базы, с политической нестабильностью. Принятие управленческих решений на конкретном предприятии не способно устранить внешние угрозы, а деятельность руководства по данному вопросу направлена на снижение негативных последствий от реализации не зависящих от предприятия угроз. Поскольку данные угрозы, как правило, непредсказуемы, руководство предприятия, ставя перед собой цель обеспечить экономическую безопасность, заинтересовано в более точном прогнозировании последствий негативного воздействия внешних угроз на деятельность субъекта хозяйствования. Внутренние угрозы обычно связывают с ухудшением финансового положения предприятия, с обеспечением его достаточным объемом ресурсов, с эффективностью использования его активов, со структурой капитала. На наш взгляд, сюда следует отнести и качество менеджмента, логистики, уровень подготовки персонала, организацию труда на предприятии, адекватное применение техники и технологий в производственном процессе. Анализ последних угроз усложняется невозможностью их качественной оценки. Поэтому он сводится к субъективной оценке таких факторов. Более пристальное внимание ученых при анализе внутренних угроз уделяется финансовым показателям ввиду возможности их количественной и качественной оценки. Тем не менее даже в этом вопросе в ученой среде возникают разногласия. В частности, относительно целесообразности использования в анализе помимо бухгалтерского баланса других форм отчетности субъекта хозяйствования. Есть мнение, что использование данных других отчетных форм способно исказить результаты [10].

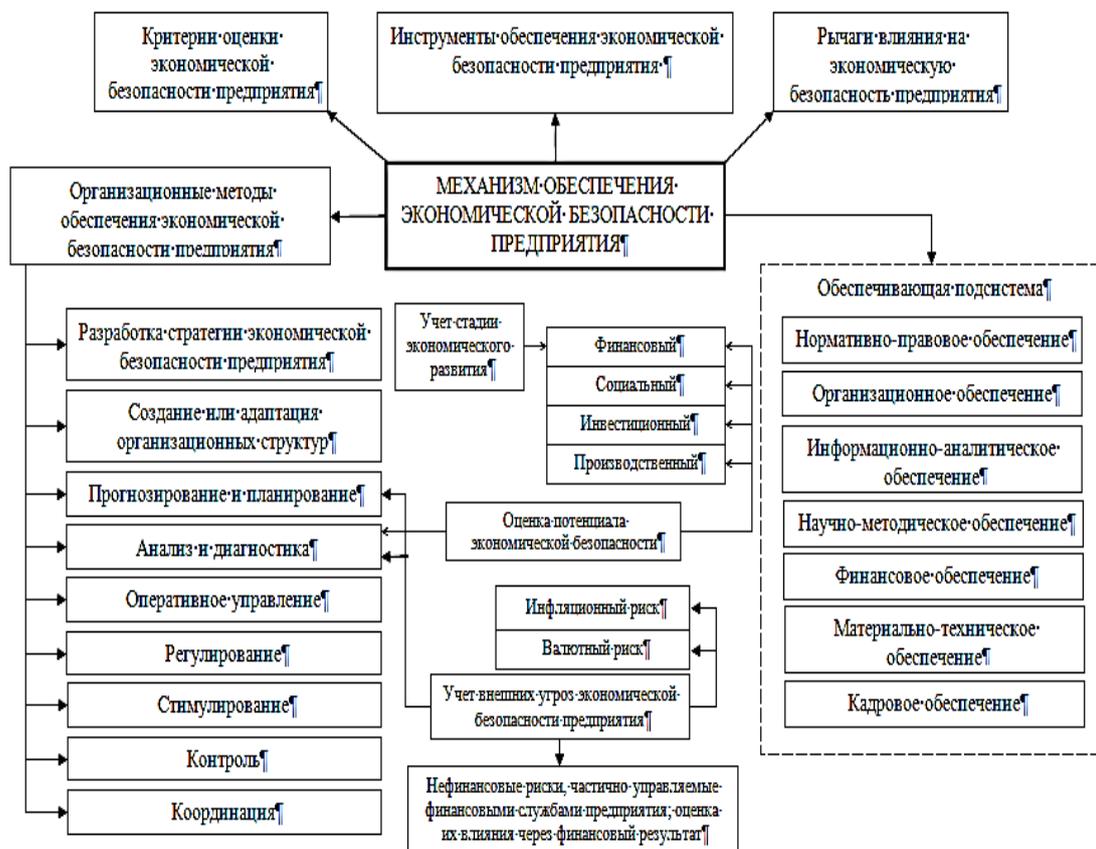


Рис. 1. Механизм обеспечения экономической безопасности предприятия с учетом внешних угроз¹

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Данное утверждение справедливо при условии использования достоверной финансовой отчетности, если аналитик уверен в правдивости отраженных в балансе данных и нет необходимости воспользоваться другими источниками информации. Кроме того, в отчете о финансовых результатах предприятия содержатся такие важные показатели, как выручка от реализации продукции (работ, услуг), прибыль (или убыток) от операционной деятельности, чистая прибыль, финансовые расходы (важный показатель в определении средневзвешенной стоимости капитала предприятия), без применения которых невозможен достоверный анализ экономической безопасности предприятия.

Следовательно, в процессе осуществления анализа экономической безопасности следует решить важную промежуточную задачу – определиться с объектом исследования, инструментами анализа и источниками исходной информации. Экономическая безопасность – категория непостоянная, изменчивая, поэтому в качестве объекта исследований целесообразно принять потоки ресурсов субъекта хозяйствования. Своевременное перенаправление ресурсов позволит предприятию приспособиться к непредсказуемым явлениям внешнего и внутреннего окружения.

Элементом научной новизны данного исследования выступает усовершенствование механизма обеспечения экономической безопасности предприятия в части учета внешних угроз (оценка систематических финансовых рисков; выявление нефинансовых рисков, частично управляемых финансовыми службами компании, и оценка их влияния через финансовый результат) и определения потенциала экономической безопасности с учетом стадии экономического развития организации. К направлениям дальнейших исследований в данной отрасли следует отнести разработку практического инструментария к оценке влияния внешних угроз на экономическую безопасность предприятия; методики оценки потенциала экономической безопасности и методики учета влияния валютного курса и индекса цен производителей на потенциал ЭБ.

Отсутствие системности и единства взглядов исследователей в вопросе методического обеспечения оценки уровня экономической безопасности предприятий повышает значимость разработок в данном направлении. Подход к оценке уровня экономической безопасности определяется, прежде всего, ее критерием:

1) с организационной точки зрения ЭБ подразумевает обеспечение целостности самого субъекта хозяйствования и его структурных подразделений, их полноценной работы, выполнения своих функций всеми экономическими службами предприятия (финансовый отдел, бухгалтерия, отдел снабжения, маркетинга), а также работы производственного отдела;

2) с правовой точки зрения предполагает ведение деятельности в соответствии с действующим законодательством, без нарушений и подразумевает аналогичное поведение со стороны контрагентов субъекта хозяйствования. В противном случае наблюдаются экономические потери от сотрудничества с неблагонадежными поставщиками и покупателями, штрафы и неустойки при невыполнении условий договора, претензии со стороны исполнительных органов и судебные иски со стороны контрагентов;

3) с информационной точки зрения подразумевает обеспечение неразглашения конфиденциальной информации, утечка которой может привести к экономическим потерям;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4) с экономической точки зрения отражает стабильные либо растущие значения главных финансово-экономических показателей деятельности предприятия (прибыль, рентабельность, показатели деловой и рыночной активности, собственный капитал).

Поэтому первоочередной задачей оценки выступает отбор критериев. Критерий оценки ЭБ должен представлять собой какой-либо признак или совокупность признаков, поддающихся количественной или качественной оценке, на основании которой можно оценить ее уровень в конкретных значениях. Иначе оценка будет носить не объективный, а субъективный характер. А доступность и практическое применение такой оценки обеспечивается выбором информационной базы – доступными для аналитика данными учета и отчетности, плановыми показателями. При соблюдении указанных требований анализ безопасности получит количественную оценку.

ЛИТЕРАТУРА И ПРИМЕЧАНИЯ

1. Амелиницька, О. В. Управління виробничо-господарською діяльністю локальних електричних мереж: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» [Донец. нац. ун-т] / Амелиницька Олена Володимирівна. – Донецьк, 2008. – 20 с.

2. Ареф'єва, О. В. Планування економічної безпеки підприємств: монографія / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко. – К.: Вид-во Європейського університету, 2004. – 170 с.

3. Бакунов, А. А. Концептуальные основы управления экономической устойчивостью торгового предприятия: монография / А. А. Бакунов, А. В. Сергеева. – Донецк: ДонНУЭТ, 2010. – 230 с.

4. Белоусова, І. А. Управлінський облік – інформаційна складова економічної безпеки підприємства: монографія / І. А. Белоусова. – К.: Дорадо-Друк, 2010. – 432 с.

5. Васильців, Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич, В. В. Каркавчук; за ред. Т. Г. Васильціва. – Л., 2012. – 386 с.

6. Гладченко, Т. М. Науково-методичні основи створення механізму державного управління і регулювання системи безпеки підприємницької діяльності: регіональний аспект: автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління: 25.00.02 / Гладченко Таїсія Миколаївна. – Донецьк, 2004. – 19 с.

7. Диагностика банкротства, санация и перспективная оценка средств предприятия в условиях влияния негативных внешних факторов / В. А. Мальшенко [и др.]; под общ. ред. В. В. Дорофиевко. – Донецк: ВИК, 2003. – 228 с.

8. Каламбет, С. В. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств залізничної галузі / С. В. Каламбет, В. А. Воропай // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – № 2. – С. 106–113.

9. Козаченко, А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения: монография / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев, А. М. Ляшенко. – К.: Либра, 2003. – 280 с.

10. Краснощек, А. А. Современные аспекты анализа и оценки экономической безопасности организаций / А. А. Краснощек, Д. А. Динец // Корпоративные финансы. – 2010. – № 4 (16). – С. 73–83.

11. Локтионова, Ю. А. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємства / Ю. А. Локтионова // Соціально-економічні явлення і процеси. – 2013. – № 3 (049). – С. 93–99.

12. Припотень, В. Ю. Розробка механізмів управління еколого-економічною безпекою промислового підприємства: монографія / В. Ю. Припотень. – Запоріжжя: Ноулідж, 2016. – 387 с.

13. Шемаева, Л. Г. Обеспечение экономической безопасности предприятия на основе управления стратегическим взаимодействием с субъектами внешней среды: монография / Л. Г. Шемаева. – Киев: НИПМБ, 2009. – 357 с.

¹ Усовершенствовано автором в части учета внешних угроз и оценки потенциала экономической безопасности.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МЕТОДОВ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ
В МАРКЕТИНГЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В условиях рыночной экономики становится все сложнее сделать бизнес конкурентоспособным. В эпоху насыщения рынков предприятиям необходимо прилагать значительные усилия для привлечения внимания потребителей. Предприятия конкурируют, преследуя ряд целей, среди которых можно выделить: завоевание внимания требовательных потребителей (сотрудников); увеличение доли рынка. Следует отметить, что для достижения поставленных целей нужен передовой опыт предприятий (специалистов), направленный на решение маркетинговых задач в сфере социально-культурной деятельности (далее – СКД). Необходимо решать вопросы, которые сделают предприятие уникальным и дадут ему конкурентное преимущество, другими словами, предоставят нестандартную креативную основу для принятия маркетингового решения. Существует представление о том, что творческий процесс принятия решений – это прирожденная способность, которая у человека или есть, или нет. Вместе с тем креативно решать маркетинговые, управленческие или другие задачи предприятия в социально-культурной сфере можно, используя ряд методов принятия креативных управленческих решений.

По утверждению Ф. Котлера, к решению современных маркетинговых задач необходимо подходить творчески, латерально. Самый простой и эффективный латеральный ход – замена одного измерения рынка другим, которое раньше не принималось во внимание [1].

Объективная необходимость поиска нестандартных решений имеет единственную цель – закрепить свои позиции на рынке и сделать работу предприятия эффективнее. Абсолютно очевидно, что креативность, инновационность, нестандартный взгляд на привычные вещи часто дают предприятиям СКД возможность усиливать имеющиеся конкурентные преимущества или те преимущества, которые необходимо дополнить. Только творчество, воплощенное в инновацию, позволяет предприятию перейти из одной стадии развития в другую, более высокую, обеспечивая его новое качественное состояние и, соответственно, его движение вперед.

Опыт успешных предприятий свидетельствует, что креативные решения и инновации не только дают конкурентные преимущества, но и полностью изменяют рынки.

В данном исследовании поставлена задача: необходимость осуществления выбора в использовании креативных методов принятия решений в управлении маркетингом на предприятии СКД.

Производство креатива в маркетинге должно работать по принципу конвейера. Современный маркетинг – это, прежде всего, инструмент решения задач, которые ставит потребитель. Поэтому маркетолог, у которого недостаточно развит творческий подход к решению профессиональных задач, имеет мало шансов на хорошие результаты.

Большинство методик генерирования идей в сфере менеджмента и маркетинга заимствовано из арсенала психологических школ, которые исследовали феномен изобретательства. Так же как существуют барьеры творческого мышления, существуют и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

известные приемы, которые помогают эффективно их преодолеть. Необходимо отметить, что оставлять творческое решение коммерческих задач без контроля сегодня недопустимо. Это значит, что на современном этапе искать гениальное творческое решение методом проб и ошибок напрасная трата времени и средств. В профессиональной маркетинговой среде большинство таких приемов считаются малоэффективными с практической точки зрения, поскольку использование любого из них не гарантирует позитивный результат. Поэтому каждое профессиональное решение базируется на собственных процедурах поиска вдохновения и генерирования интересных идей. Чаще всего персональные методики состоят из разных способов креативного мышления исходя из индивидуальных особенностей человека (мировоззрение, темперамент, характер, жизненные принципы и т.д.). С накоплением опыта такие методики перерастают в ритуалы, выполнение которых неизменно приводит к позитивным результатам.

В данном исследовании в табл. 1 предлагается выбор или комбинация методов принятия креативных маркетинговых решений.

Таблица 1

Выбор метода принятия креативного решения маркетинговых задач

<i>Метод принятия креативного решения</i>	<i>Типы маркетинговых задач</i>
Метод мозгового штурма и разновидности (брейнсторминг)	Для определения общего стратегического направления маркетинговой деятельности
Метод коллективного принятия решения в условиях ограниченных ресурсов «Корабельный совет»	Для решения оперативных задач, связанных с поиском информации
Метод фокальных объектов («метод каталога», «метод случайных объектов»)	Метод поиска новых идей путем присоединения к заданной товарной марке, свойствам или признакам случайных объектов. Для решения коммуникационных задач и проблем, связанных с сочетанием разных ценностных компонентов товарной марки путем свободных ассоциаций
Синектика – форма поиска новых идей с помощью построения аналогий	Для постановки стратегических маркетинговых целей и решения творческих задач, связанных с рекламной кампанией, упаковкой товаров, особенностями проведения презентационных мероприятий
Метод контрольных вопросов	Наводящие вопросы могут подвести к решению задач, связанных с проведением как качественных, так и количественных маркетинговых исследований
Морфологический анализ Ф. Цвикки	Для совершенствования выбранных товарных марок с использованием списков основных характеристик или частей товарных марок
Методика разрушения стереотипа (фр. <i>disruption</i>) Жана-Мари Дрю (1982 г.)	Для решения специальных задач брендинга

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таким образом, происходит формирование креативного подхода и отработка навыков эффективного использования инструментов маркетинга в СКД, разработка новых технологий и их реализация на практике, появление институциональной основы новых видов маркетинга в СКД. Использование креативных методов принятия управленческих решений в данном случае означает эффективное построение инновационного решения маркетинговых задач.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : пер. с англ. / Филипп Котлер, Триас де Бес Фернандо. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 208 с.

УДК 658.1

*Я. А. Брюховецкий,
г. Луганск*

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ

В современных нестабильных и слабо предсказуемых условиях внешней среды функционирования отечественных предприятий особую актуальность приобретает решение задач их непрерывного развития в будущем за счет оптимального использования внутреннего потенциала и обеспечения чувствительности к внешним требованиям. Как показывает зарубежная и отечественная теория и практика управления, достижение предприятием долгосрочных целей развития в условиях меняющейся внешней среды возможно путем использования стратегического подхода к управлению.

Исследования проблем стратегического менеджмента и оценки его эффективности нашли отражение в научных работах известных отечественных и зарубежных ученых, таких как И. Ансофф, В. М. Гейц, М. А. Лэндел, Г. Минцберг, В. Н. Гончаров, В. Г. Ткаченко, М. Н. Шевченко и др.

Согласно теории эволюции управленческих систем, возникновение и развитие стратегического менеджмента обусловлено объективными причинами, связанными с необходимостью поиска новых принципов и методов управления предприятием в условиях резко возрастающей нестабильности внешней среды бизнеса и все меньшей ее предсказуемости.

Стратегический менеджмент – это процесс определения взаимодействия организации с ее окружением, выражаемый через использование избранных целей и достижение желаемого результата путем распределения ресурсов организации в соответствии с эффективным планом действий.

Стратегический менеджмент является управлением организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

К основным составляющим стратегического менеджмента относятся:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- определение назначения и главных целей деятельности хозяйствующего субъекта;
- анализ внешней среды хозяйствующего субъекта;
- анализ его внутренней обстановки;
- выбор и разработка стратегии хозяйствующего субъекта;
- выбор степени интеграции и систем управления;
- управление комплексом «стратегия – структура – контроль»;
- определение нормативов поведения хозяйствующего субъекта в отдельных сферах его деятельности;
- обеспечение обратной связи результатов и стратегии хозяйствующего субъекта;
- совершенствование стратегии и управления.

Большинство зарубежных и российских исследователей отмечают, что существенной особенностью стратегического менеджмента является то, что он не сводится к набору рутинных процедур и схем, у него отсутствует описательная теория, указывающая, что и как делать при решении определенных задач в конкретных ситуациях. Поэтому рассмотрение стратегического менеджмента как творческого процесса, основанного на интуиции, имеет много общего с искусством и приобретает особое значение.

Стратегический менеджмент – это симбиоз интуиции и искусства, с которым руководство должно вести организацию к стратегическим целям; высокий профессионализм и творчество служащих, обеспечивающие взаимосвязь предприятия со средой, обновление продукции, а также реализацию текущих планов; включение всех работников в поиск наилучших путей достижения его целей.

К основным принципам стратегического менеджмента относятся:

1. Обоснованный выбор целей и стратегий развития организации.
2. Постоянный поиск новых форм и видов деятельности для повышения конкурентоспособности организации.
3. Обеспечение взаимодействия между организацией и внешней средой, между всеми элементами организации.
4. Индивидуализация стратегий с учетом особенностей конкретной организации.
5. Отделение задач стратегического управления от задач оперативного управления.

Анализ специальной литературы показал, что в наше время мнения авторов по поводу структуры процесса стратегического менеджмента является неоднозначным. Так, И. Ансофф выделяет здесь следующую группу ключевых решений:

- внутренняя оценка хозяйствующего субъекта;
- оценка внешних возможностей;
- формулирование целей и выбор задач;
- принятие решения о портфельной и конкурентной стратегии;
- создание альтернативных проектов, их отбор и реализация.

По мнению М. Мескона, процесс стратегического менеджмента состоит из восьми этапов [3]: разработка миссии; постановка целей организации; оценка и анализ внешней среды; управленческое исследование сильных и слабых сторон; анализ стратегических альтернатив; выбор стратегии; реализация стратегии; оценка стратегии.

А. Томпсон и А. Стрикленд рассматривают стратегический менеджмент с точки зрения решения пяти задач [4]: формирования стратегического видения и миссии организации; определение целей; разработки стратегии достижения целей; внедрения и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

реализации стратегии; оценки работы и изучения новых тенденций в осуществлении корректирующих действий.

Модель стратегического процесса В. Д. Марковой и С. А. Кузнецовой [2] состоит из четырех этапов: определения цели; оценки внешнего и внутреннего окружения; формирования стратегии (с учетом рассмотрения альтернативных вариантов); реализации стратегии на основе составления планов и бюджетов.

А. С. Виханский рассматривает процесс стратегического менеджмента как динамическую совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов: анализа среды; определения миссии и целей; выбора стратегии; выполнения стратегии; оценки и контроля выполнения [1].

Анализируя представленные подходы к структуре процесса стратегического менеджмента, можно констатировать, что в общем виде они соответствуют этапам процесса разработки и принятия управленческих решений, предполагающих анализ проблемы и формирование целей; формирование ограничений и критериев принятия решения; определение и оценку альтернатив, выбор решения; реализацию принятого решения, контроль над его выполнением и оценку.

Относительно процесса стратегического менеджмента можно выделить четыре основных этапа: стратегический анализ среды хозяйствующего субъекта; разработка миссии и целей; разработка, анализ и выбор стратегических альтернатив; реализация и оценка стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виханский, А. С. Стратегическое управление : учебник / А. С. Виханский. – М. : Гардарики, 1999. – 296 с.
2. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск : Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.
3. Мескон, М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело ЛТД, 1995. – 704 с.
4. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : пер. с 9-го англ. изд. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ИНФРА, 2000. – 412 с.

УДК 35.316

*Ю. И. Буркова, Э. А. Левчук,
г. Луганск*

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

Для успешного функционирования любой организации каждый руководитель должен правильно управлять ресурсами, в том числе и человеческими, чтобы все сотрудники были готовы и хотели выполнять свою работу. Он должен знать, что ждут его подчиненные от него, каких результатов ждать от них, как можно воздействовать на работников и т. п. Все это представляет собой эффективную систему мотивации.

В государственном управлении мотивация является более сложным и важным элементом из-за специфики деятельности государственных органов (высокий материальный

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

и человеческий риск, большая степень ответственности и т. п.). Развитие системы мотивации в государственном органе позволяет повысить эффективности труда государственных гражданских служащих и надлежащим образом организовать его, что способствует лучшему выполнению своих профессиональных обязанностей госслужащими и повышает лояльность к государственному органу, государству и интересам общества, снижению коррупции, а значит, эффективность деятельности государственных органов власти и государственного управления в целом повышается. Степень эффективности деятельности государственных органов, в свою очередь, является показателем престижа страны и уровня ее социально-экономического развития.

Что касается самого процесса совершенствования труда государственных гражданских служащих, то он включает в себя целый комплекс мер по совершенствованию государственной службы в Луганской Народной Республике (внедрение качественно новых способов стимулирования труда, способов подбора кадров, способов оценки персонала, создание условий для карьерного роста) и проводится в соответствии с реформой государственной службы. Все эти меры так или иначе связаны с модернизацией нынешней системы мотивации государственных служащих. Важное место в реализации этих мер занимает ориентация на зарубежный опыт.

Сегодня в соответствии с реформой государственной службы проводится большое количество мероприятий в направлении совершенствования государственной гражданской службы. Все глобальные изменения на государственной службе вытекают прежде всего из существующих проблем в сфере регулирования труда государственных служащих.

Во-первых, сегодня мотивы индивидов значительно усложнились, а мотивация труда госслужащих осталась на низком уровне, так как простых регламентов и должностных инструкций уже недостаточно. Во-вторых, уровень оплаты труда на государственной службе гораздо ниже по сравнению с коммерческим сектором. В-третьих, почти вся система поощрения построена на выслуге лет. В-четвертых, теоретическая база совершенствования мотиваций госслужащих очень бедна: отсутствуют комплексные исследования, плохо изучены все аспекты данной тематики через призму государственной службы. В-пятых, работа в государственных органах стала непрестижной, наблюдается отток высококвалифицированных кадров в возрасте 30–50 лет в коммерческий сектор, а молодые люди не хотят идти на государственную службу по причине низкой оплаты труда. В-шестых, государственная служба уже много раз претерпевала изменения, которые по большей части носили бессистемный характер, и сейчас возникла необходимость в серьезных, всеобъемлющих изменениях на долгие годы, которое будет решать все вышеперечисленные проблемы. Решить эти проблем позволит в том числе понимание особенностей мотивации труда государственных гражданских служащих, применение опыта коммерческого сектора и ориентирование на опыт зарубежных стран, которые преуспели в совершенствовании мотивации на государственной службе.

Когда индивид выполняет то или иное задание, его ждет вознаграждение. В организационном контексте термин «вознаграждение» имеет весьма широкий смысл. Вознаграждение – это все, что человек получает за выполнение работы и считает ценным. Вознаграждение бывает двух типов: внутреннее и внешнее. Внутреннее вознаграждение человек получает в процессе самой работы или по ее выполнении. Таковым может являться чувство самоуважения или удовлетворения от выполненной работы. Полезные контакты или

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

тривиальные дружеские отношения, возникающие в процессе выполнения задания, также могут относиться к этой категории. Внешнее вознаграждение сотрудник получает не от работы, а от организации. Например, это может быть оплата труда, карьерный рост, символы служебного статуса (служебный транспорт, благодарности, дополнительные льготы) и т. п.

К сожалению, в обществе до сих пор бытует мнение о том, что для того, чтобы побудить людей делать какую-либо работу, материального вознаграждения будет достаточно. На самом деле нередко материальное вознаграждение как стимулирующий фактор не всегда является определяющим в процессе стимулирования человека. Таким образом, можно составить простую модель мотивации. Она представляет собой цепочку «потребность – поведение – вознаграждение – обратная связь». У человека возникает желание удовлетворить свою потребность. Он ведет себя определенным образом, чтобы удовлетворить эту потребность (модель поведения), т. е. выполняет какую-то работу и достигает своей цели (удовлетворение потребности). По окончании работы он удовлетворяет свою потребность посредством внешнего или внутреннего вознаграждения. Обратная связь показывает менеджеру, является ли вознаграждение приемлемым для работников или его стоит изменить, применяя другие рычаги воздействия, а также позволяет оценить, является ли принятая работниками модель поведения соответствующей целям и потребностям самой организации. Очевидно, что знание теоретической базы мотивации позволяет менеджерам добиться от работников более производительного труда, с одной стороны, и удовлетворить их потребности – с другой [1, с. 143].

При этом связь между отдельными силами и действиями человека опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего разные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил. Более того, поведение человека, осуществляемые им действия в свою очередь также могут влиять на его реакцию на воздействия, в результате чего может меняться как степень влияния воздействия, так и направленность поведения, вызываемая этим воздействием.

«Путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Только зная то, что движет человеком, что побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком. Для этого необходимо знать, как возникают или вызываются те или иные мотивы, как и какими способами мотивы могут быть приведены в действие» [4].

Необходимо также знать историю. Все это поможет составить более полную картину о возможностях привлечения сотрудников к труду, удовлетворения личных и организационных потребностей.

Государственная служба имеет также ряд особенностей, которые затрудняют процесс мотивации госслужащих. Например, если от чиновника мало что зависит, у него не возникает соблазна использовать свои властные полномочия в личных целях (конфликт интересов), что, с одной стороны, сдерживает рост коррупции, а с другой стороны, сдерживает его интерес в работе, его карьерный и личностный рост, его самореализацию, что отрицательно сказывается на его мотивации [2, с. 53].

Таким образом, мотивация на государственной службе – явление гораздо более сложное, чем в коммерческой фирме.

Коррупция является отдельной проблемой на государственной службе. Самое опасное проявление коррупции – взяточничество. Это происходит по ряду причин. Во-первых, из-за

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

соблазна использовать свои властные полномочия. Во-вторых, из-за низкого уровня материального стимулирования труда на государственной службе. В-третьих, из-за низкого уровня профессиональной этики. В-четвертых, вследствие специфических социокультурных особенностей. Поэтому разработка эффективной системы мотивации может не только заинтересовать госслужащего в работе, повысить эффективность деятельности государственного аппарата, но и снизить уровень коррупции.

Существует некоторые ограничения, связанные с государственной службой. Во-первых, это ограничение на получение дохода из коммерческих источников. Государственным служащим запрещено заниматься какой-либо деятельностью, кроме работы в государственном органе, педагогической деятельности и иной творческой деятельности. Во-вторых, госслужащий не имеет права получать подарки от физических и юридических лиц. В-третьих, существует ограничение на использование служебных полномочий в личных целях. В-четвертых, госслужащий не может участвовать в забастовках. В-пятых, установлен запрет на совместную службу родственников. В-шестых, ограничением является наличие другого гражданства. Все это накладывает множество ограничений на процесс мотивации государственных служащих [3, с. 233].

Таким образом, сама система мотивации государственных гражданских служащих с четким определением этого понятия не описана. Однако можно изучить нормативно-правовую базу, различные социологические опросы и сделать вывод о том, что система мотивации состоит из следующих компонентов (оказывающих прямое воздействие на мотивацию госслужащих): государственные гарантии, оплата труда, возможности карьерного роста, аттестация, ротация, обучение и ответственность. Косвенное влияние на мотивацию сотрудников может оказывать конкурсный отбор. Все эти элементы системы мотивации исходят из социально-правового статуса и правового положения государственного гражданского служащего, которое состоит из прав, обязанностей, ограничений, запретов, ответственности, требований, гарантий и экономического обеспечения (в целом все, что связано с государственной службой). Социально-правовой статус госслужащего – это установленные государством меры должного и возможного поведения государственного служащего. Этот статус не только определяет место госслужащего в административном процессе, но и может удовлетворить его потребность в уважении, в признании и т. п., являясь, таким образом, сильным мотивирующим фактором.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атаманчук, Г. В. Сущность государственной службы: история, теория, закон, практика : монография / Г. В. Атаманчук. – М. : РАГС, 2013. – 243 с.
2. Бонвиничи, Р. Социальное партнерство и трудовые отношения в Европе. Приемлемы ли для России модели? / Р. Бонвиничи. – М. : Права человека, 2005. – 261 с.
3. Граждан, В. Д. Государственная гражданская служба : учебное пособие / В. Д. Граждан. – М. : Юркнига, 2005. – 480 с.
4. Захаров, Н. Системы мотивации персонала в Западной Европе и США [Электронный ресурс] / Н. Захаров. – Режим доступа: www.iteam.ru

**МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ
В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ**

Рыночные преобразования требуют адекватного реформирования государственной политики в сфере социальной защиты населения и ее соответствующего научного сопровождения. Бессистемность государственной деятельности в этой сфере стала одной из важных причин сдерживания комплексного социально-экономического развития и стабильности в государстве, усложнения условий для укрепления экономических позиций, медленного осуществления рыночных преобразований на местах, возникновения и обострения социальных, экономических, экологических и других проблем [1, с. 84]. К таким проблемам можно отнести: несовершенство отраслевой структуры большинства региональных хозяйственных комплексов, их низкую экономическую эффективность; значительные различия между регионами в уровнях социально-экономического развития и существенное отставание от существующих нормативов развития социальной и производственной инфраструктуры.

Пришло время осуществления значительных трансформаций в сфере проведения социальной политики на уровне регионов, главной целью которых выступает повышение ее эффективности. Необходимо отказаться от осуществления социальной политики по остаточному принципу, основанному на формировании соответствующих фондов денежных средств для поддержания наиболее уязвимых слоев населения [2, с. 55].

Ключевым моментом должно стать устранение причин ухудшения социально-экономического положения в государстве, поэтому следует отказаться от борьбы с последствиями.

Учитывая вышеизложенное, приемлемым выглядит такой механизм формирования и реализации государственной политики в сфере социальной защиты населения (рис. 1) [3, с. 78]:

- на региональном уровне создается субъект социальной политики, который берет на себя обязанность по ее формированию и реализации, а также связанную с этим ответственность;
- субъект определяет объект социальной политики: осуществляется группировка населения региона по определенным признакам с выработкой для каждой из групп механизмов взаимодействия (помощь, поддержка, сотрудничество и др.);
- избирается определяющий критерий оценки эффективности проведения социальной политики (главный социальный параметр);
- определяется система объективных факторов, которые оказывают влияние на социальную среду, для того чтобы, изменяя их состояние, повышать эффективность социальной политики;
- проводится отбор и объединение предлагаемых технологий воздействия в единую систему управления социальными процессами.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Развитие социальной системы имеет сложную синергетическую природу, которая по-разному проявляется на общегосударственном, региональном уровнях и на уровне индивидуальных человеческих взаимоотношений. Только системный подход к оценке социального развития по всем перечисленным сферам и приоритетным для каждого региона направлениям способен обеспечить его всесторонность, объективность и надежность.

Нормативно-правовое обеспечение реализации государственной политики в сфере социальной защиты населения подразумевает создание системы законодательства на уровне региона, способной обеспечить надлежащее регулирование государственной политики в сфере социальной защиты населения. На данный момент формирование полноценной региональной законодательной базы не предусмотрено действующим законодательством (хотя есть отдельные нормативные акты, регулирующие взаимоотношения местных и государственных органов власти в части их формирования, реализации отдельных направлений государственной политики в сфере социальной защиты населения).

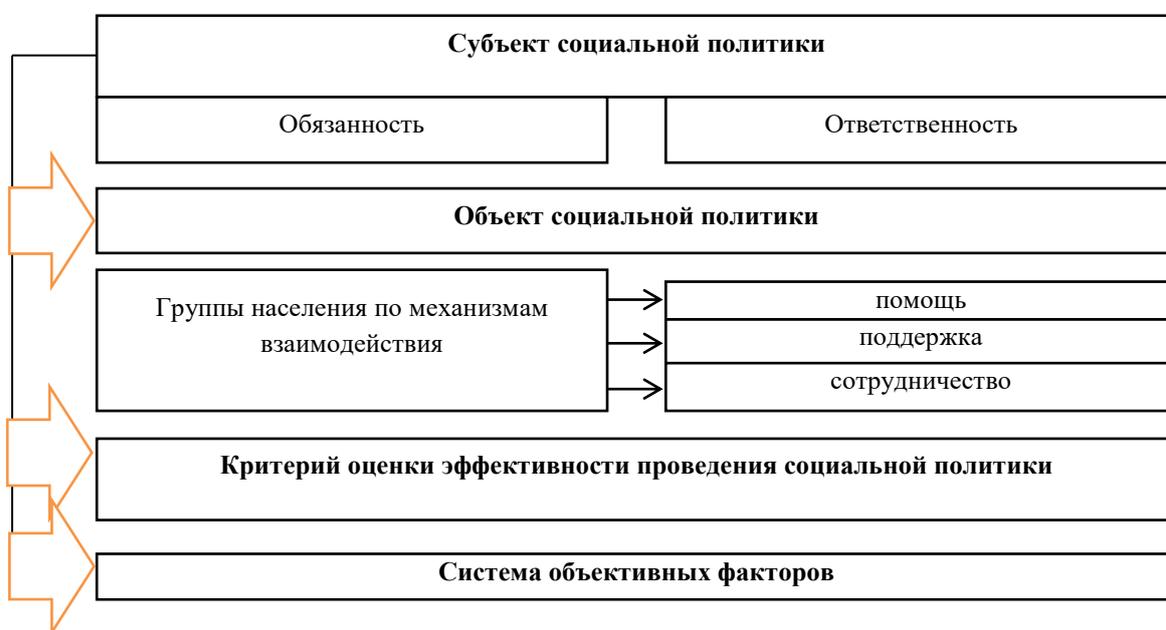


Рис. 1. Механизм формирования и реализации государственной политики в сфере социальной защиты населения

Объектом государственной политики в сфере социальной защиты населения являются отдельные индивиды, социальные общности и общество в целом, с одной стороны, и социальные отношения, складывающиеся между социальными общностями и отдельными индивидами в рамках той или иной социальной общности, – с другой. Кроме того, в качестве объекта государственной политики в сфере социальной защиты населения можно рассматривать социальную ситуацию в регионе в целом, те социальные проблемы и трудности, которые ему присущи в силу действия различных факторов.

Субъекты государственной политики в сфере социальной защиты населения – это лица и группы лиц, определенным образом объединенные в соответствующие социальные структуры: организации, учреждения, объединения, которые, обладая необходимыми ресурсами, влияют на выработку направлений государственной политики в сфере социальной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

защиты населения и ее реализацию в регионе. Среди наиболее значимых факторов государственной политики в сфере социальной защиты населения в регионе исследователями, как правило, выделяются: органы государственной власти и управления, общественные, благотворительные и иные негосударственные организации и объединения, бизнес и коммерческие структуры, профессиональные социальные работники, добровольцы и волонтеры, социальные группы и граждане путем участия в общественных инициативах и объединениях, группах самопомощи и т. п.

Наряду с этим существует и определенная группа пассивных субъектов социальной политики. Это прежде всего банковские и кредитные учреждения, страховые компании и т. д., которые по мере накопления активов начинают играть все более активную роль в реализации мер социальной политики. Соотношение этих сил в поле государственной политики в сфере социальной защиты населения не остается неизменным и определяется:

- значимостью социальной политики для регионального и государственного уровней власти;
- характером взаимодействия между центром и регионами;
- отношениями, которые складываются у государства с внешним миром;
- политической и экономической открытостью страны и ее регионов.

Следующий блок организационно-методических основ формирования государственной политики в сфере социальной защиты населения включает определение целей, задач и функций государственной политики в сфере социальной защиты населения.

Стратегической целью государственной политики в сфере социальной защиты населения является создание благоприятной жизненной среды, условий для достойного уровня и высокого качества жизни всех территориальных общностей людей и каждого человека. Однако кризисные условия развития общества в последние 4 года выдвигают на первый план цели тактического характера. Главная из них – социальная защита малообеспеченных и нетрудоспособных граждан и нормализация социальной ситуации на местах. Необходимо также создание условий для всестороннего развития молодежи, воспитание высокообразованных, интеллектуальных, творческих личностей, способных сформировать постиндустриальное правовое общество. При этом особое внимание следует обратить на общественные и межличностные отношения, которые должны строиться на основах нравственности, совести.

Задача оценки социальной политики обуславливает поиск индикаторов – доступных для изучения и измерения отдельных сторон изучаемого явления компонентов, которые отражали бы его сущностные характеристики. В нашем исследовании мы рассматриваем модель оценки социальной политики как результат управленческих регулирующих воздействий на систему социального развития региона. Ключевыми элементами социальной политики являются различные сферы системы социального развития, а также ее направления, то есть политика по отношению к человеку и различным слоям населения. Идеальный тип, теоретическая конструкция системы социального развития региона может быть представлена тремя основными сферами: гуманитарной; социальной; сферой обеспечения социальной безопасности.

Чтобы выполнить задачу измерения и оценки социальной политики, необходимо выявить совокупность факторов, влияющих на функционирование и развитие социальной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

системы – определить ряд простых объектов. Это облегчает формулировку конкретной цели социальной политики определения задач и конкретных результатов, которые, в свою очередь, обеспечивают возможность детальной оценки выполнения поставленных задач. Оценка социального развития должна включать измерения всей совокупности изменений, отображать их основные тенденции и обеспечивать возможные способы коррекции в желаемом направлении.

Для измерения и оценки государственной политики экспертным путем определены основные подсистемы социального развития региона [4, с. 12]:

1) основными в развитии гуманитарной сферы являются отрасли здравоохранения, образования, науки, а также гуманитарная политика по развитию институтов и инфраструктуры культуры; осуществление государственной политики в сфере религиозной жизни;

2) основу социальной сферы составляют: социальные отношения – между индивидами и социальными группами, социально-демографические, классовые, трудовые, семейно-брачные, территориально-поселенческие; система оплаты и охраны труда, социальный диалог и социальное партнерство;

3) основные подсистемы сферы обеспечения социальной безопасности: социальная защита, социальное страхование, социальная помощь, социальная работа.

Таким образом, объектом социальной политики являются социальные отношения, которые непосредственно или косвенно влияют на формирование социальной безопасности человека, удовлетворения им своих социальных потребностей и интересов, освоения и создания социальных ценностей.

По результатам проведенного исследования установлено, что процесс формирования государственной социальной политики на региональном уровне должен предусматривать: во-первых, проведение анализа (исследование регионального уровня социально-экономического развития, определение общественных проблем, на решение которых должна быть направлена политика, выявление имеющихся ресурсов, анализ преимуществ и недостатков экономики региона, а также внешних факторов, влияющих на развитие региона); во-вторых, постановку четких целей (прежде всего направленных на повышение уровня и качества жизни населения, сбалансирование регионального развития, формирование которого должно обеспечиваться в ходе политического процесса взаимодействия власти, общества и бизнеса); в-третьих, формулировку конкретных задач (то есть перевод целей в задачи), которые определяют конечный результат; в-четвертых, определение основных направлений политики, системы инструментов и методов, с помощью которых будут выполняться запланированные мероприятия (формирование контура механизма реализации такой политики).

Наиболее адаптированным к современным требованиям государственно-управленческой практики в ЛНР является рассмотрение содержания комплексного механизма реализации государственной политики в сфере социальной защиты населения как совокупности правил и процедур деятельности субъектов государственной политики на региональном уровне; нормативно-правовых средств; экономических методов, инструментов, рычагов для достижения поставленной цели. Такой механизм должен обеспечивать взаимодействие и целеустремленность функционирования субъектов и объектов государственной политики в сфере социальной защиты населения.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахметова, А. А. Региональная социальная политика Казахстана / А. А. Ахметова, А. Д. Аймагамбетова // Перспективы развития научных исследований в 21 веке : сборник материалов 4-й Международной научно-практической конференции. – Махачкала, 2014. – С. 83–84.
2. Бейдина, Т. Е. Социально-экономические последствия старения в социальной политике США, Китая, России / Т. Е. Бейдина, А. Р. Бейдина, Т. И. Сапожникова // Политика и общество. – 2017. – № 6. – С. 51–59.
3. Бондарев, В. Г. От социальной политики к конфликту, от конфликта к социальной политике / В. Г. Бондарев, Г. Г. Газимагомедов, А. И. Стребков // Конфликтология. – 2015. – Т. 2. – С. 76–89.
4. Фатеева, С. В. Социальная политика: исторические предпосылки и тенденции развития / С. В. Фатеева, И. О. Кирпичева // Национальная Ассоциация Ученых. – 2015. – № 4–2 (9). – С. 12–15.

УДК 338.27

*И. С. Гончаров, Е. Ю. Шалевская,
г. Луганск*

РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Успешная деятельность предприятий требует повышения научного уровня управления изменением структур, методов и принципов управления с учетом стратегической ориентации дальнейшего развития. В настоящее время практически все предприятия работают одновременно в разных сферах спроса, не замыкаясь на каком-нибудь одном товаре. Поэтому сегодня руководителям необходимо анализировать ситуацию и исследовать рыночное окружение предприятия с точки зрения внешних тенденций, возможностей и изменений, которые происходят в различных областях и сферах деятельности предприятия.

Исходя из этого, особое значение начинает приобретать управление, основанное на выделении стратегических зон хозяйствования (СЗХ), которое позволяет комплексно отражать текущее состояние предприятия в разнообразных сферах спроса, оценивать его положение относительно конкурентов.

Каждая из СЗХ ориентирована на свои рынки, своих клиентов, имеет своих конкурентов. Они могут передавать свои товары друг другу, могут конкурировать между собой, могут отдавать предпочтение внешнему поставщику, а не собственному [3].

Таким образом, в зависимости от типа организации СЗХ может быть:

- отдельным (новым) товаром (продуктом, услугой);
- отдельным (новым) рынком;
- отдельным (новым) ресурсом;
- отдельной (новой) технологией;
- определенной (новой) потребностью (новыми потребителями);
- определенным (новым) спросом,
- производственной линией (отделом, цехом, заводом);
- группой или отдельным предприятием, организацией.

Анализ специфических характеристик понятий стратегической зоны хозяйствования и делового портфеля предприятия, описанных выше, позволяет выдвинуть предложение считать стратегическую зону хозяйствования элементом делового портфеля предприятия.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Данное предположение служит основанием к выводу, что деловой портфель предприятия – это совокупность набора стратегических зон хозяйствования предприятия. Поэтому мы будем пользоваться термином «портфель стратегических зон хозяйствования предприятия».

Суть анализа портфеля СЗХ предприятия заключается в том, что не все сферы деятельности одинаково привлекательны. При этом рекомендуется оценивать относительную привлекательность рынков и конкурентоспособность предприятия на каждом из этих рынков независимо, что позволяет сравнивать каждый продукт компании, каждую СЗХ между собой и с конкурентами.

Процесс портфельного анализа целесообразно было бы выполнять в соответствии со следующей схемой:

- первый этап: формирование портфеля СЗХ предприятия – все виды деятельности предприятия разбиваются на СЗХ, создавая при этом портфель СЗХ предприятия;
- второй этап: анализ портфеля СЗХ предприятия – определяется относительная конкурентоспособность каждой СЗХ из делового портфеля и перспективы развития соответствующих рынков;
- третий этап: создание бизнес-стратегий СЗХ предприятия – разрабатывается стратегия для каждой из портфеля СЗХ предприятия – бизнес-стратегия;
- четвертый этап: выработка портфельной стратегии;
- пятый этап: реструктуризация портфеля СЗХ предприятия.

Представляется возможным выделить три основных объекта сегментации СЗХ, позволяющие выявить максимально однородные области, которые необходимо объединить в СЗХ:

- 1) потребитель (потребность);
- 2) продукт (товар, услуга);
- 3) предприятие (организация, фирма и т. д.).

Для анализа каждого из выделенных объектов сегментации и правильного определения СЗХ на предприятии можно использовать различные существующие методы. Разобьем их условно на три категории и назовем в соответствии с тремя объектами сегментации «Потребитель», «Продукт» и «Предприятие».

Далее определим классификационные факторы, которые в основном используются для указанных методов:

- для метода сегментации «Потребитель»: демографический, географический, социально-экономический, культурный, отношение к продукту (услуге);
- для метода сегментации «Продукт»: характер использования продукта, параметры продукта, технология, область применения продукта, ассортимент продукции;
- для метода сегментации «Предприятие»: отраслевой или хозяйственный профиль, характер применяемых форм сбыта, вид рекламы, основные конкуренты, направления научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, характер продвижения продукта (услуги) по каналам торговли.

Перечень возможных параметров, характеризующих каждый из классификационных признаков (факторов), не является окончательным и может дополняться и видоизменяться аналитиками предприятия в зависимости от специфики его хозяйственной деятельности, что позволит наиболее адекватно отразить отличительные особенности и преимущества,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

присущие каждому конкретному предприятию. Кроме того, каждый из предложенных методов и присущие им комбинации факторов взаимодополняют друг друга. Поэтому многие «простые» параметры могут определенным образом объединяться друг с другом, а все полученные результаты должны рассматриваться и оцениваться в комплексе.

Таким образом, используя основные понятия вышеприведенного анализа, можно дополнить, несколько конкретизируя, определение СЗХ: стратегическая зона хозяйствования – это особым образом выделенный стратегически важный сегмент окружения предприятия, представляющий собой соответствующий продукт, группу потребителей или предприятий, обладающих определенными общими признаками (факторами).

Стратегический анализ является не только исходным началом планирования, но и необходимой частью процесса портфельного управления. Целью такого анализа является проникновение в суть современного положения и перспектив организации, а также грозящих ей опасностей, то есть в процессе стратегического портфельного управления необходим как анализ-прогноз, так и анализ-диагноз [4].

Для проведения анализа каждой единицы портфеля СЗХ и определения направления их развития нами была рассмотрена матрица делового портфеля по модели Бостонской Консультативной Группы [5].

Данная модель представляет собой удобный прием для сравнения и сопоставления различных СЗХ и выбора позиции предприятия на рынке (в конкуренции). Кроме задач, связанных с выбором СЗХ и определением позиций в конкуренции, этот методический прием стратегического анализа позволяет решить задачи распределения ресурсов между СЗХ.

В матрице БКГ вертикальной переменной является темп роста отрасли в постоянных ценах. Первоначально методология БКГ произвольно делила темпы роста отрасли (рынка) на высокие и низкие, проводя границу на уровне удвоенного темпа роста валового национального продукта (ВНП) плюс темпы инфляции. Однако эта граница могла быть установлена на любом уровне (5, 10 % и т. д.), который менеджеры считали приемлемым. Таким образом, те СЗХ, которые действовали в зарождающихся и быстрорастущих отраслях, должны были попадать в квадранты с высокими темпами роста. В свою очередь СЗХ, действующие в зрелых отраслях и отраслях, находящихся в состоянии спада, попадали в квадранты с низкими темпами роста.

В настоящее время выбор на координатной оси точки, которая разделяет быстро- и медленно растущие виды бизнеса, является одним из центральных методических моментов использования модели БКГ. Если предприятие является однопродуктовым, такая точка может совпадать со среднеотраслевыми темпами роста. В диверсифицированных компаниях за такую точку может быть принят темп роста ВНП, если производство ориентировано на национальный рынок. Другой подход определяет эту точку относительно средневзвешенного темпа роста всех видов бизнеса предприятия. Такой точкой может быть выбран и целевой темп роста объема продаж предприятия, и соответственно все элементы хозяйственного портфеля распределяются на те, которые способствуют достижению намеченных целей, и те, которые им препятствуют.

Наиболее приемлемым и простым в расчете является метод, часто используемый специалистами-практиками (в частности, Ю. В. Кузнецов, А. К. Казанцев, В. И. Подлесных, Л. С. Серова и др. [2]). Они рассчитывают темпы роста рынка как изменение объемов реализации (объемов продаж) по каждой СЗХ и выражают их через индекс темпа роста

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

объемов реализации за последний рассматриваемый период или через среднегодовые темпы их изменения. Индекс темпа роста по каждой СЗХ определяется как отношение объема реализации за текущий год к объему реализации за предыдущий год и выражается в процентах или в коэффициентах роста. Среднегодовой темп изменения объемов реализации по каждой СЗХ определяется как отношение одного уровня временного ряда к другому, принятому в качестве базы сравнения, и выражается в процентах или коэффициентах роста.

Следующей переменной моделью БКГ является горизонтальный показатель – относительная доля рынка. Использование относительной доли рынка вместо реальной при составлении матрицы аналитически более оправдано, потому что в таком случае лучше отражена сравнительная рыночная сила и позиция компании в конкуренции. Доля рынка СЗХ или сильнейшего конкурента находятся как отношение объема реализации к емкости рынка данной продукции соответственно СЗХ или сильнейшим конкурентом. Относительная доля рынка находится как отношение доли рынка исследуемой СЗХ к доле рынка ведущего конкурента соответственно в данной СЗХ.

Что касается выбора на координатной оси точки, которая разделяет СЗХ с высокими и низкими относительными долями, то модель БКГ предлагает устанавливать границу между ними на уровне единицы (1,0), то есть объемы продаж исследуемого предприятия и его ведущего конкурента равны. Однако некоторые эксперты, в частности А. Томпсон, Ю. В. Кузнецов, А. К. Казанцев, считают, что критерий, равный единице, является очень жестким и определен с неоправданной точностью [2; 6]. Это связано с тем, что, поскольку вертикальная граница проходит на уровне единицы, единственная наиболее выгодная возможность для СЗХ – стать «Звездой» или «Дойной коровой», то есть стать в отрасли обладателем самой большой доли рынка. По их мнению, справедливее и нагляднее было бы переместить границу на отметки 0,75–0,80, для того чтобы в левые квадранты могли попасть и сильные организации, и находящиеся выше среднего уровня (хотя и не являющиеся лидерами), а в правые квадранты, таким образом, попадали бы организации, явно проигрывающие конкурентам и находящиеся на уровне ниже среднего.

Кроме показателей оценки будущей деятельности предприятия в соответствующих СЗХ, модель БКГ содержит правила принятия решений о намеченных позициях на рынке, деятельности предприятия в СЗХ и распределении денежных средств между СЗХ в перспективе. Сплошная линия показывает перераспределение средств от «Дойных коров».

Развивая этот метод стратегического анализа, предприятие может задействовать четырех основных стратегии [1]:

1. Создание ниши: стратегия требует немедленных поступлений для улучшения позиции в определенной рыночной нише. Она подходит для «Диких кошек», для увеличения их относительных долей рынка, если они собираются стать «Звездами».

2. Удержание ниши: стратегия служит для сохранения существующего положения СЗХ на рынке. Она очень важна для сильных «Дойных коров», чтобы они могли продолжать зарабатывать большие потоки наличности.

3. Урожай: стратегия предполагает увеличение краткосрочного потока наличности без ориентации на долгосрочность и стратегические вложения. Она использует снижение рыночной доли для максимизации выручки от продаж (наличных потоков). Эта стратегия подходит для слабых «Дойных коров», слабых «Диких кошек» и «Собак».

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4. Снятие: стратегия используется при продаже (отказе) старых СЗХ в связи с тем, что появились новые привлекательные возможности на других рынках. Она подходит для «Собак» и тех «Диких кошек», которые не имеют перспектив роста.

Модель БКГ достаточно проста и, несомненно, полезна для принятия решений о характере стратегии для каждой отдельной СЗХ из портфеля. Она выдвигает на первый план финансовое взаимодействие между выделенными СЗХ, показывает виды финансовых решений, которые должны приниматься, и объясняет, почему приоритеты распределения ресурсов различны для различных СЗХ. Все это является важным шагом к пониманию финансовых аспектов портфельной стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайсман, А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / А. Вайсман. – М. : АО «Интерэксперт», 2000. – 344 с.
2. Казанцев, А. К. Практический менеджмент: в деловых играх, задачах : учебное пособие / А. К. Казанцев, В. И. Подлесных, Л. С. Серова. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 365 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль : пер. с англ. / Ф. Котлер. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 1999. – 887 с.
4. Лебедев, О. Т. Основы менеджмента / О. Т. Лебедев. – СПб. : Издательский дом «МиМ», 2010. – 318 с.
5. Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга : пер. с англ. / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 320 с.
6. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005. – 387 с.

УДК 338.436.33

*А. В. Губин, Н. А. Волошинова,
г. Луганск*

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ

Необходимость использования методов государственного регулирования объективно обуславливается рядом причин. В частности, историческим процессом суверенизации социально-экономического развития, началом переходного периода со многими противоречивыми моментами в управлении; усилением методов правового регулирования хозяйственных отношений, предполагающих обязательные предписания (заказы), согласования (система хозяйственных договоров) и рекомендации.

Параметры регулирования рыночного хозяйства в значительной мере определяются комбинацией различных методов и институтов:

– государственных, в том числе индикативного и бюджетного планирования, налогового регулирования, регулирования цен и др.;

– негосударственных, в том числе общественных (определяемых функционированием различных ассоциаций, обществ потребителей), частных (соглашение о рынках сбыта, ценах и др.);

– институциональных (товарные биржи, биржи ценных бумаг, коммерческие банки, информационные центры, рекламные агентства и другие обслуживающие рыночное

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

хозяйство учреждения). Именно свободное развитие их комбинаций, т. е. гибкость взаимосвязей, переход одной формы в другую, позволяет создать действенный рыночный механизм.

Основным средством реализации экономической политики правительства является механизм государственного регулирования экономики. В переходный период необходимость государственного регулирования экономики связана с решением задач по выводу экономики из кризиса, стабилизации производства, оптимизации распределения доходов между различными группами населения, формирования эффективной структуры производства, рационализации расходов государства.

Необходимость государственного регулирования экономики связана также с наличием таких экономических функций, которые не могут быть заменены рыночными механизмами. В частности, это касается развития энергетики, транспорта и связи, охраны окружающей среды, организации образования, поддержки общеэкономической инфраструктуры (таможенный контроль, сбор и обработка статистической информации) и др. Кроме того, ряд функций государства определяется ограниченностью рыночного саморегулирования. Лишь государство способно оперативно влиять на соотношение спроса и предложения, контролировать объем денежной массы, поддерживать макроэкономические пропорции и конкуренцию. Государственное регулирование экономики представляет собой законодательно оформленную и логически упорядоченную систему активного воздействия на ход хозяйственного развития. Она (система) включает комплекс разнообразных и взаимосвязанных экономических регуляторов. Формы и методы воздействия государства в различные периоды и в различных сферах экономики могут варьировать от жестких мер регулирования до косвенного влияния.

Переход к макроуправлению экономикой вызывает необходимость отказа от утверждения и приведения множества директивных плановых показателей к повышению роли прогнозирования, усилению контроля за экономическими регуляторами.

Система экономических регуляторов является составной частью общего индикативного плана. Государственное регулирование экономики в переходный период базируется на следующих основных положениях:

- государственное воздействие выступает в виде комплекса утвержденных экономических регуляторов;
- каждый экономический регулятор должен сопровождать определенный орган исполнительной власти (министерство, государственный комитет);
- в переходный период государственное регулирование сочетает в себе элементы прямого государственного воздействия (выпуск важнейших видов продукции; квоты на вывоз продукции за пределы республики и др.).

Степень воздействия отдельных регуляторов может меняться в зависимости от выбранной главной цели экономической политики.

Государственное воздействие на управление экономикой республики оказывается через:

- бюджетно-налоговое регулирование;
- денежно-кредитное регулирование;
- ценовое регулирование;
- регулирование социальной сферы;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- регулирование доходов населения;
- регулирование внешнеэкономической сферы;
- регулирование в сфере приватизации;
- регулирование развития предпринимательства;
- антимонопольное регулирование;
- регулирование регионального развития.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что механизм регулирования складывающегося рыночного хозяйства представляет собой сложную систему экономических отношений и связей, которая охватывает все структурные подразделения республиканского хозяйственного комплекса.

Государственное воздействие на рыночные процессы обусловливается тем обстоятельством, что рынок представляет собой совокупность субъектов хозяйствования, каждый из которых имеет свои собственные интересы и свои внутренние побуждения, т. е. мотивы поведения. Именно оно (это обстоятельство) делает необходимым государственное регулирование.

Одним из механизмов государственного управления развитием регионов должно быть планирование. История знает немало примеров вхождения стран в рыночную экономику с помощью государственных программ, методов планового регулирования. Поэтому не случайно в научной литературе неоднократно подчеркивается необходимость планирования. В частности, то, что «...пора перестать жить от квартала к кварталу или от года к году, не имея даже трехлетних или пятилетних планов развития. Правительству же пора произвести разработку пятилетних и годовых индикативных планов развития и включить в эту работу все исполнительную власть и частный сектор» [1, с. 20–21].

Здесь важно понять, что речь идет не о возврате к жесткой, тоталитарной системе государственных планов, а о гибкой, динамичной системе регулирования экономического развития с помощью планирования. Причем планирование должно быть дифференцировано в зависимости от управленческой иерархии, т. е. уровня управления экономикой.

Достижение целей социально-экономического развития любого общества начинается в сфере производства при нормальном функционировании первичного звена управления. В силу этого планирование как сердцевина управления наибольшее значение имеет на микроуровне.

В условиях формирования рыночных отношений речь должна идти об усилении планирования на уровне микроэкономики, о внутрипроизводственном и внутрифирменном планировании как основном механизме реализации целей национальных программ, следует создать систему регионального планирования как связующее звено между органами управления областей и районов. Основная цель такого планирования – обеспечение во всех регионах «равноценных условий жизни» [2; 3].

Одним из методов регионального управления может явиться «секторный подход». Отдельные участки территории становятся объектами активного целенаправленного воздействия со стороны региональных органов.

Все меры при этом подходе нацелены на запрещение или приостановку нежелательного регионального процесса или вида деятельности в данном секторе. При этом одной из важнейших функций местных органов управления является обеспечение комплексного развития местного хозяйства.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В целом метод является аналогией матричной (решеточной) структуры. В рамках концепции региональной политики предполагается использование различных механизмов регулирования развития регионов республики. В целях постоянного контроля социально-экономической ситуации в регионах будет использоваться система рейтинговой оценки развития регионов на основе ключевых параметров. Рейтинговая оценка позволит иметь постоянную информацию о развитии ситуации в регионах. Такая система позволит правительству оперативно реагировать на те или иные случаи изменения ситуации [4, с. 112–114].

В макроэкономической стабилизации экономики республики большую роль играет обеспечение сбалансированности ее основных параметров (объемы производства и степень удовлетворения потребностей, доходы и расходы и др.). В решении этой проблемы существенное значение имеет использование балансового метода в управлении экономикой.

В переходный период одним из существенных является метод целевой программы. Целевую программу региона можно характеризовать как систему, ориентированную на достижение заданной цели. В рамках целевой программы появляется возможность четко устанавливать не только вертикальные, но и горизонтальные связи между звеньями экономических и социальных систем и тем самым повышать эффективность их функционирования.

В региональном управлении применение методов целевой территориальной программы имеет ряд ограничений: дефицит ресурсов и ограничение возможностей в их распределении. В силу этого возникает необходимость в их распределении. Возникает необходимость обязательного включения целевых заданий и программных мероприятий областных, районных программ в общереспубликанскую программу социально-экономического развития.

К приоритетам региона следует отнести механизм его функционирования, который представлен такими составляющими, как:

- 1) территориальное кооперирование предприятий региона по выполнению централизованных заданий по выпуску продукции, предназначенной на внешний рынок;
- 2) местные решения по оказанию услуг населению и выпуску товаров для населения;
- 3) совместное использование средств производства;
- 4) механизм функционирования и воспроизводства социальной инфраструктуры и др.

При осуществлении управленческих процессов следует иметь в виду, что развитие региона является категорией. Несмотря на то, что всегда количественно выразить процесс развития единым универсальным показателем, все же некоторым его аспектам можно дать количественную оценку.

Обобщая проблемы регионального управления, можно прийти к заключению, что теоретической основой региональной системы управления должно признаваться главенствующее положение человека по отношению ко всем остальным факторам. Население региона является творцом развития и в то же время, конечно, целью любой деятельности, способствующей этому развитию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев, Б. Х. Государственное регулирование и поддержка малого бизнеса в условиях кризиса / Б. Х. Алиев, Х. М. Мусаева // Финансы и кредит. - 2010. - № 32. - С. 16–23.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Васильева, В. М. Совершенствование управления экономикой регионов на основе применения методики сравнительной комплексной оценки эффективности деятельности органов государственной власти и местного самоуправления [Электронный ресурс] / В. М. Васильева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 12. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-upravleniya-ekonomikoy-regionov-na-osnove-primeneniya-metodiki-sravnitelnoy-kompleksnoy-otsenki-effektivnosti>

3. Князев, С. Н. Управление инновациями и инновации в управлении / С. Н. Князев, И. И. Ганчеренок // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). – 2010. – № 4. – С. 27–32.

4. Национальные проекты – современные механизмы реализации социальной политики : материалы научно-практической конференции, 20 дек. 2010 г., г. Москва / под общ. ред. Ф. Д. Демидова. – М. : Изд-во РАГС, 2014. – 227 с.

УДК 338.246:334.025.1

*Я. Е. Дудко,
г. Луганск*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Проводимые в стране экономические преобразования создали условия свободного ценообразования и возможности самостоятельного выбора предприятием поставщиков и потребителей. Сферой государственного регулирования все больше становятся макроэкономические преобразования, а общей тенденцией является децентрализация управления и смещение основных рычагов регулирования на микроуровень с переходом к большей экономической самостоятельности предприятий, прежде всего на базе развития отношений собственности. Основными экономическими целями предприятия в современных условиях развития экономики являются: повышение эффективности производства, получение прибыли, конкурентоспособность на новых рынках, удовлетворение потребностей коллектива. Отличительная черта функционирующих сегодня предприятий состоит в том, что они действуют в постоянно меняющихся экономических условиях и, таким образом, ориентированы на выбор методов управления, способствующих стабильному и эффективному функционированию предприятия. Поэтому на сегодняшний день исследования в сфере направлений повышения эффективности управления на предприятии имеют общественную и научную актуальность.

Изучению проблем административного управления на предприятии и направлений повышения его эффективности посвятили свои научные труды К. И. Голубев [1], Н. М. Величко, П. Н. Должиков, А. П. Должикова [2], П. Ф. Друкер [3], Е. Н. Кукина, С. Ю. Соболева [4], А. Файоль [5] и многие другие.

Целью исследования является исследование методов управления на предприятии и обоснование зависимости повышения эффективности производства от применения различных методов управления на предприятии в комплексе.

Управление предприятием – это постоянное и систематическое воздействие на деятельность подразделений предприятия для обеспечения согласованной работы и достижения поставленной цели путем осуществления специфических функций.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Профессор К. И. Голубев определяет управление, с одной стороны, как умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей, с другой – как функции, вид деятельности по руководству людьми, а также как область человеческих знаний, помогающих осуществить эту функцию [1].

Один из ведущих теоретиков в области управления и организации П. Ф. Друкер определяет управление как «особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу» [3].

Основоположник теории администрации А. Файоль считает, что «управлять – значит вести предприятие к его цели, извлекая возможности из всех имеющихся в распоряжении ресурсов» [5].

Под методами управления понимается совокупность способов и приемов управленческой деятельности, направленных на осуществление функций и задач, стоящих перед каждым звеном производства или сферой обслуживания. Методы управления подразделяются на экономические, административные и социально-психологические.

Одним из действенных методов управления на предприятии был административный, так как он обеспечивал: строгую дисциплину производственного и управленческого персонала; оказывал прямое воздействие на волю подчиненных, что проявляется в однозначности отдаваемых распоряжений и в обязанности выполнения любого административного акта; не предусматривал стимулирование; требовал наличия и использования действенной системы контроля за исполнением распоряжений; требовал не наилучшего решения проблем, а выполнения строго определенных действий; обеспечивал работу согласно выбранной технологии производства и управления.

Следует отметить, что административные методы сегодня утратили роль главного рычага управления производством. Их отличительной чертой является поощрение исполнительности, вследствие чего любая инициативность и стремление личности наиболее полно развивать творческое начало и удовлетворять свои интересы и жизненные потребности в большинстве случаев подавляется. Таким образом, эффективность данного метода значительно ограничивается. Административный метод управления на предприятии не использует весь потенциал организации, не способствует стимулированию заинтересованности коллективов и отдельных работников в достижении высоких хозяйственных результатов и повышению эффективности производства.

В современных условиях развития экономики, порождающих нестабильность внешних условий, в которых предприятие вынуждено работать, общее направление повышения эффективности управления можно определить как необходимость совмещения административного метода управления с экономическим и социально-психологическим методами.

Экономические методы управления П. Н. Должиков, Н. М. Величко и А. П. Должикова определяют как «методы хозяйствования, основанные на использовании экономических интересов и применении разнообразных средств, позволяющих планомерно организовать деятельность отраслей, объединений, предприятий, прямо или косвенно» [2, с. 16].

Под социально-психологическими методами понимают методы, способствующие созданию благоприятного морально-психологического климата в коллективе, межличностной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

совместимости, эффективности групповой деятельности, предупреждению конфликтов [4, с. 12].

В новых условиях хозяйствования управление должно базироваться не на силовом давлении, а на естественном и поэтому добровольном стремлении работающих наиболее полно удовлетворить свои жизненные потребности и интересы. Поэтому в настоящее время важным является экономический метод управления, который учитывает необходимость повышения реальной заинтересованности работников предприятия в конечных результатах его деятельности и материально стимулирует работников в форме организации заработной платы и премирования.

Следует учитывать и социальные методы управления на предприятии, которые играют важную роль в управлении персоналом; они позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров и обеспечить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе.

Следует отметить, что для успешного решения задач управления на предприятии необходимо повышение квалификации управленческого персонала и приведение ее в соответствие с новыми экономическими условиями. При этом важны не только экономические, информационные и математические знания, но и психологическая переориентация, позволяющая отказаться от устаревших форм и методов работы и перейти на новый уровень управления.

Таким образом, эффективность управления на предприятии в современных условиях развития экономики зависит от применяемых методов управления в комплексе. Административный метод управления на предприятии на сегодняшний день недостаточно эффективен, такая тенденция связана с его односторонним воздействием, направленным на выполнение отдаваемых распоряжений, которое не предусматривает стимулирование работника и не способствует заинтересованности коллективов и отдельных работников в достижении высоких хозяйственных результатов. Повышению эффективности управления на предприятии способствует совокупность административного, экономического и социально-психологического методов управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубев, К. И. История менеджмента. Тенденция гуманизации [Электронный ресурс] / К. И. Голубев. – Режим доступа: <https://www.avidreaders.ru/book/istoriya-menedzhmenta-tendenciya-gumanizacii.html>.
2. Должиков, П. Н. Основы экономики и управления горным предприятием : учебное пособие / П. Н. Должиков, Н. М. Величко, А. П. Должикова. – Донецк : Норд-пресс, 2009. – 200 с.
3. Друкер, П. Ф. Менеджмент [Электронный ресурс] / П. Ф. Друкер. – Режим доступа: <https://www.klex.ru/lpy>
4. Соболева, С. Ю. Пути управления социально-психологическим климатом в медицинской организации / С. Ю. Соболева, Е. Н. Кукина // Волгоградский научно-медицинский журнал. – 2017. – № 3. – С. 11–14.
5. Файоль, А. Общее и промышленное управление [Электронный ресурс] / А. Файоль. – Режим доступа: <https://www.gtmarket.ru/laboratory/basis/5783>

**К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
И ЭТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ**

На современном этапе организацию целесообразно рассматривать не просто как производственную целостность, существующую для получения прибыли. Организация является также сложной частью окружения, включающего множество составляющих, от которых зависит само существование организации (потребители, поставщики, средства информации, группы общественного давления, союзы или объединения, а также работники). Такая многослойная общественная среда может сильно влиять на достижение организацией ее целей, поэтому организации приходится уравнивать свои экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих среды. Отсюда вытекает, что организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют, помимо обеспечения эффективности, занятости, прибыли и следования нормам юридической ответственности. В этом и состоит концепция социальной ответственности бизнеса. Таким образом, социальная ответственность подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны организации.

Если рассматривать тенденции современного экономического развития, можно утверждать, что мировое крупномасштабное научно-техническое и производственно-инвестиционное кооперирование постепенно стирает грань между товарными, производственными и денежными потоками, осложненными процессами глобализации экономики. Все это требует создания единых норм и стандартов ведения бизнеса, касающихся прежде всего социальных аспектов. Особое внимание уделяется именно социальному фактору, поскольку в последнее время повышается уровень социального капитала, предъявляющего новые требования к своему существованию и развитию: возникает новый тип потребителя, решение о совершении покупки которого основывается не только на качественных характеристиках предлагаемого товара (услуги), но и на этическом поведении компании. Этот аргумент характеризует рассматриваемую проблему со стороны индивида.

На уровне хозяйствующего субъекта происходит изменение роли любой коммерческой организации на современном этапе развития рыночной экономики, в контексте информационного общества. Организация становится больше чем производственной целостностью, выполняющей экономическую функцию производства продукции или оказания услуг с целью получения прибыли. Вследствие вышесказанного можно утверждать, что проблема социальной ответственности и этики управления организацией на сегодняшний день является, безусловно, актуальной.

Организации должны направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам. Организации с этой точки зрения обязаны жертвовать на благо и совершенствование общества. Социальная ответственность предприятия явно или неявно отражается в его уставных документах. Особенно это проявляется в его миссии и основных целях. Если основная цель организации – максимальное удовлетворение потребностей и интересов персонала и клиентов, то это высшее проявление социальной ответственности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Если основной целью является получение максимальной прибыли в интересах учредителей, то это означает минимальную социальную ответственность компании. Важными параметрами социальной ответственности являются:

- Широта – определяет диапазон функций производства и управления, по которым компания берет на себя социальную ответственность, например, техническую безопасность, своевременную оплату труда, социальную справедливость и пр.
- Временной интервал – период устойчивого внимания и конкретных действий по соблюдению моральных норм в диапазоне заявленных функций производства и управления компанией. Временной интервал может быть как бессрочным, так и на заданный срок, например на период выполнения определенного задания.
- Придаваемое значение – важность социальной ответственности перед технологическими целями компании. Для этого выделяются ресурсы для реализации важнейших социальных целей компании.
- Вовлеченность персонала – уровень участия персонала компании в реализации социальных целей.

Споры о роли бизнеса в обществе породили многочисленные аргументы за и против социальной ответственности. Целесообразно рассмотреть *аргументы в пользу социальной ответственности*:

– Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы. Социальные действия предприятий могут быть в собственных интересах предприятий из-за выгод, обеспечиваемых участием в жизни общества. У потребителей, поставщиков и местного сообщества формируется более привлекательный образ предприятия.

– Наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем. Поскольку бизнес располагает значительными людскими и финансовыми ресурсами, ему следовало бы передавать их часть на социальные нужды [1, с. 157].

Предприятие, подобно индивидуальным членам общества, должно действовать социально ответственным образом и способствовать укреплению моральных основ общества. Поскольку законы не могут охватить все случаи жизни, предприятия должны исходить из ответственного поведения, чтобы поддерживать общество, основанное на упорядоченности и законности. Связанные с бизнесом социальные ожидания радикально изменились по сравнению с серединой XX века. Чтобы сузить разрыв между новыми ожиданиями и реальным откликом предприятий, их вовлеченность в решение социальных проблем становится и ожидаемой, и необходимой. Какие же недостатки может иметь социально ответственный бизнес?

Аргументы против социальной ответственности:

- Нарушение принципа максимизации прибыли. Направление части ресурсов на социальные нужды снижает влияние принципа максимизации прибыли. Предприятие ведет себя в наибольшей мере социально ответственно, сосредоточиваясь только на экономических интересах и оставляя социальные проблемы государственным учреждениям и службам, благотворительным институтам и просветительским организациям.

- Расходы на социальную вовлеченность. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия издержками. В конечном счете эти издержки переносятся на потребителей в виде повышения цен. Кроме того, фирмы, участвующие в конкурентной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

борьбе на международных рынках с фирмами других стран, которые не несут затрат на социальные нужды, оказываются в неблагоприятном положении в конкуренции. В результате снижается их сбыт на международных рынках, что ведет к ухудшению платежного баланса во внешней торговле.

- Недостаточный уровень отчетности широкой публике. Поскольку управляющих не выбирают, они не являются непосредственно подотчетными широкой публике. Рыночная система хорошо контролирует экономические показатели предприятий и плохо – их социальную вовлеченность. До тех пор, пока общество не разработает порядок прямой отчетности ему предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях, за которые они не считают себя ответственными.

- Недостаток умения разрешать социальные проблемы. Персонал любого предприятия лучше всего подготовлен к деятельности в сферах экономики, рынка и техники. Он лишен опыта, позволяющего делать значимые вклады в решение проблем социального характера. Совершенствованию общества должны способствовать специалисты, работающие в соответствующих государственных учреждениях и благотворительных организациях.

В сердцевине проблемы социальной ответственности находятся личные ценности, определенные как общие убеждения относительно добра и зла. Люди, полагающие, что «организации должны максимизировать прибыль, подчиняясь закону», скорее всего придадут высокую ценность максимизации прибыли, эффективности и жесткому следованию закону и низкую ценность – альтруизму. Такие люди считают, что организация ведет себя правильно и является социально ответственной, пока ее действия отвечают данной системе ценностей. Чтобы сделать выбор в пользу правильного поведения, важно иметь начальное представление об этике. Этика имеет дело с принципами, определяющими правильное и неправильное поведение [2, с. 136]. Однако этика бизнеса затрагивает не только проблему социально ответственного поведения. Она сосредоточена на широком спектре вариантов поведения управляющих и управляемых. Более того, в фокусе ее внимания – и цели, и средства, используемые для их достижения теми и другими. К примеру, поведение менеджеров может быть неправильно с этической точки зрения не потому, что противозаконно, а потому, что противоречит личным ценностям и является действием, которое не может быть поддержано.

Организации могут принимать разные меры в целях повышения характеристик этичности поведения руководителей и рядовых работников. К таким мерам относятся разработка этических нормативов, создание комитетов по этике, проведение социальных ревизий и обучение этичному поведению. Этические нормативы описывают систему общих ценностей и правила этики, которых, по мнению организации, должны бы придерживаться ее работники. Этические нормативы разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этической атмосферы и определения этических рекомендаций в процессах принятия решений. При разработке этических нормативов применительно к бизнесу в многонациональных организациях компании-инициатору следует учитывать преобладающее отношение к взятке и подарку в других культурах. В некоторых странах правительственные чиновники привыкли и ждут небольших денежных подношений для стимулирования деятельности. Следовательно, компаниям, ведущим дела в других странах, следует продумывать этическое отношение к такой деятельности.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Современные предприятия работают в обстановке растущих требований различных общественных групп. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос о том, как оно должно реагировать на эти претензии, в какой мере учитывать их в своей хозяйственной деятельности, ориентированной на получение прибыли. Поэтому в процессе управления необходим учет общественного фактора в деятельности предприятия. Люди прямо или косвенно подвержены воздействию хозяйственного поведения предприятия. При этом на первое место обычно ставят его отрицательное влияние. Приверженность людей такому воздействию является, таким образом, одним из центральных критериев легитимности претензий к предприятию. Возникает вопрос, какие предприятия с общественной точки зрения вносят полезный вклад в жизнь общества в целом и в хозяйственную жизнь в частности, потому что вышестоящая общественная система не только испытывает влияние хозяйственной деятельности предприятия, но и предоставляет факторы производства, необходимые для ее осуществления. Это условие связано с определенной компенсацией или участием в прибылях [3, с. 36].

Доверительное отношение общества к предприятию становится основным мотивом и оценочным критерием его поведения. При жизнеутверждающей, нацеленной на перспективу позиции предприятия такое отношение распространяется на все так называемые группы претензий, которые составляют: непосредственные деловые партнеры (сотрудники, кредиторы, поставщики и пр.); общественные группы, прямо или косвенно связанные с предприятием; природа в разнообразных формах проявления; будущие поколения людей, которые имеют право на достойную жизнь. Если предприятие ставит целью завоевать доверие общества, то ему необходимо сознательное и активное поведение, ориентированное на общественные запросы, оно и будет служить базой соответствующей стратегии. Можно выделить три основных компонента такой стратегии: ответственное, коммуникативное, инновационное поведение предприятия.

Таким образом, исходя из всего вышеизложенного, можем сделать вывод: для того чтобы предприятие эффективно функционировало на рынке, оно должно интегрировать свои экономические интересы и интересы общества на основе высокой социальной ответственности через свои основные компоненты. Эти компоненты выступают основными элементами интеграционной стратегии завоевания общественного доверия. Исходя из этого, предприятие должно совершенствовать работу по связям с общественностью. Ответственное поведение предприятия надо рассматривать в трех аспектах: ответственность за роль предприятия в обществе (будучи частью общества, предприятие берет на себя задачу удовлетворения его общественных потребностей); ответственность предприятия за способности (предприятие берет на себя ответственность за те общественные проблемы, которые оно способно решить с использованием своих возможностей); причинная ответственность (любое предприятие должно нести ответственность за все действия и их последствия, причиной которых оно само является). Инновационное поведение заключается в том, что предприятие должно искать оптимальные решения как для существующих, так и для возможных проблем, связанных с инновациями, которые должны находить одобрение со стороны общества. Предпринимательская деятельность различными способами связана с окружением. Если предприятие хочет поддерживать хорошие отношения и тем более приносить пользу, оно должно учитывать претензии соответствующих общественных групп. Это отвечает и его собственным интересам. Та мера, в которой предприятию удастся

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

удовлетворять общественные претензии, выражает и степень доверия к нему со стороны общества. Это результат поведения предприятия по отношению ко всем группам претензий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондаренко, В. В. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / В. В. Бондаренко. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 313 с.
2. Зарецкий, А. Д. Корпоративная социальная ответственность: от благотворительности к имиджу / А. Д. Зарецкий // Экономика: теория и практика. – 2011. – № 1 (21). – С. 9–14.
3. Новичков, А. В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночных отношений: монография / А. В. Новичков, А. А. Сарафанников. – М. : Дашков и К, 2012. – 184 с.

УДК 65.012:338

*Н. В. Журавлёва,
г. Луганск*

РОЛЬ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Международная глобализация и интеграция стали причиной возникновения многих процессов как в экономической и политической, так и в общественной жизни. С учетом такой ситуации возникает необходимость поиска эффективных методов ведения конкурентной борьбы, соответствующих рыночным требованиям и ожиданиям общества. Чем более конкурентоспособно предприятие, тем оно более устойчиво и жизнеспособно в условиях постоянно возникающих внешних и внутренних угроз. Экономическая безопасность и конкурентоспособность – взаимосвязанные и взаимозависимые параметры. Сохранение и укрепление позиций предприятий реализуется через повышение их конкурентоспособности. Вследствие этого возникает необходимость поиска эффективных методов ведения конкурентной борьбы, соответствующих рыночным требованиям и ожиданиям общества. Это обусловило повышение интереса к нематериальным активам, которые выступают как главные конкурентные преимущества. По данным экспертов, нематериальные активы составляют сегодня от 20 до 80 % капитализации предприятий. При таких условиях деловая репутация становится полноправным нематериальным активом.

Исследования, касающиеся экономической безопасности предприятия и его репутации, обычно проводились независимо друг от друга, не пересекаясь. Своеобразное смещение материальных и нематериальных активов влечет за собой сближение и в определенной мере взаимопроникновение существовавших до недавнего времени в параллельных измерениях комплексных характеристик предприятия, таких как экономическая безопасность и его деловая репутация. Можно предположить, что изменение одной характеристики повлечет за собой изменение другой. А именно положительная деловая репутация служит одним из факторов, обеспечивающих стабильное состояние экономической безопасности предприятия.

Как известно, стоимость успешного предприятия существенно превышает стоимость его материальных активов за счет нематериальных. При этом чем лучше предприятие готово к условиям быстро меняющейся рыночной ситуации, чем стабильнее его положение, тем выше его акционерная стоимость. В таком контексте деловая репутация предприятия

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

становится его важнейшим нематериальным активом, особенно в условиях мирового финансового кризиса. Расходы на поддержку и развитие репутации начинают рассматривать как инвестиции, характеризующиеся реальной отдачей, которые напрямую увеличивают акционерную стоимость предприятия. На основе этого можно обозначить особенности деловой репутации.

Во-первых, *деловая репутация* – реальный актив предприятия. Такое качество базируется на ее способности создавать дополнительную акционерную стоимость, инвестиции в ее развитие являются управляемыми, поэтому управление репутацией переходит на рациональную основу и является открытым для контроля.

Во-вторых, *репутация* является более устойчивым активом, чем имущество. Ценность материальных активов очень неустойчивая, на многих рынках наблюдается сильное колебание цен, а стоимость репутации имеет тенденцию накапливаться и расти. Во время экономических спадов репутация способна хранить акционерную стоимость предприятия.

В-третьих, *репутация* – важнейший канал информации о предприятии, поскольку в основе репутации лежит информация, которая постоянно генерируется самим предприятием, его клиентами, конкурентами, партнерами. Неконтролируемые потоки информации стихийно формируют репутацию, которая в таком случае может сделать непредсказуемым влияние на акционерную стоимость компании [5].

Репутация, которую организация имеет в глазах людей, является прямым результатом всей ее деятельности. По сути, репутация отражает культуру фирмы и ее эффективность в гораздо большей степени, чем ее внешние данные.

Однако единой трактовки понятия *деловой репутации* до сих пор не существует. Несмотря на это, отечественные предприятия всеми силами пытаются оценить ее и управлять ею. Однако ни действующее законодательство Украины, ни научная и учебная литература не дают четкого определения такой категории, как «деловая репутация», что приводит к многочисленным ошибкам в хозяйственной деятельности и вызывает острые дискуссии в экономической теории.

В отечественной научной литературе существует широкий перечень различных определений экономической безопасности. В 1994 году отечественный экономист и академик Л. И. Абалкин определил экономическую безопасность как «совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и совершенствованию» [1, с. 4].

По мнению экономиста С. Ю. Глазьева, «экономическая безопасность – состояние экономики и производительных сил общества с точки зрения возможностей самостоятельного обеспечения устойчивого социально-экономического развития страны, поддержания должного уровня конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобальной конкуренции» [2, с. 113].

Е. Л. Олейников дает следующее определение понятия «экономическая безопасность страны»: «Это защищенность экономических отношений, определяющих прогрессивное развитие экономического потенциала страны и обеспечивающих повышение уровня благосостояния всех членов общества, его отдельных социальных групп и формирующих основы обороноспособности страны от опасностей и угроз» [4, с. 29].

Экономическая безопасность предприятия – это состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от внутренних и внешних угроз, формируемое

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

администрацией и коллективом предприятия путем реализации системы мер правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социально-психологического характера [6, с. 115].

В условиях развития бенчмаркинга, экономического шпионажа (незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну с целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, а равно получения материальной выгоды) и переманивания сотрудников конкурентами («head-hunting») у компании возникает проблема обеспечения сохранности и защиты от несанкционированного использования своих баз данных. Потому что, если произойдет какая-либо утечка информации к конкурентам – появится большая вероятность снижения конкурентоспособности компании, и под угрозой окажется деятельность компании в целом, в т. ч. и экономическая составляющая. Во избежание таких ситуаций в компании должна эффективно работать система экономической безопасности, которая будет сохранять надежное функционирование всех процессов компании.

Решение задачи обеспечения экономической безопасности и формирования деловой репутации является сейчас ключевой проблемой для отечественных предприятий, что вызвано необходимостью адаптации системы управления к новым условиям деятельности, связанным с преодолением последствий экономического кризиса. Успешность предприятия зависит не только от степени развитости производственной сферы, но и сложившейся деловой репутации. Согласно исследованиям, предприятия, принадлежащие к одному виду экономической деятельности и имеющие сходную структуру используемых ресурсов, показывают разные экономические и финансовые результаты своей деятельности, и в большей степени эти результаты зависят от сформированной деловой репутации.

Экономическая безопасность, конкурентоспособность и деловая репутация находятся в постоянном взаимодействии. Понятно, что единого сценария управления деловой репутацией субъектов предпринимательской деятельности не существует, особенно в нестабильной внешней среде. Нужен индивидуальный подход к каждому предприятию с привлечением отечественных ученых, ведь только в результате такого сотрудничества станет возможным разработать отечественную теоретическую базу и приобрести существенный опыт в сфере управления деловой репутацией как фактора экономической безопасности [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Абалкин, Л. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 4–16.
2. Глазьев, С. Ю. Безопасность экономическая / С. Ю. Глазьев // Политическая энциклопедия. – М. : Мысль, 1999. – Т. 1. – С. 113.
3. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности : пер. с англ / Грэм Даулинг. – М. : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
4. Напалкова, И. Г. Экономическая безопасность: институционально-правовой анализ : монография / И. Г. Напалкова. – Ростов н/Д. : СКНЦ ВШ, 2006. – 148 с.
5. Сальникова, Л. Береги репутацию смолоду [Электронный ресурс] / Л. Сальникова // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2007. – № 2 (51). – Режим доступа: <http://www.advlab.ru/articles/article583.htm>
6. Экономика предприятий. Ч. II: учебное пособие / П. Ф. Парамонов, В. В. Бут, Г. Н. Барсукова, И. Е. Халявка. – Краснодар : КГАУ, 2009. – 522 с.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.43.01:005.51

*И. Д. Заруцкий, М. В. Кравченко, С. А. Носачёва,
г. Луганск*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Современные преобразования в аграрном секторе Луганской Народной Республики характеризуются кардинальным изменением хозяйственных связей и необходимостью выхода на новые рынки. В связи с этим стратегическое планирование может стать тем действенным инструментом современного управления, благодаря которому предприятия смогут подняться, стабилизировать свою деятельность и получить необходимый импульс для дальнейшего развития. Это подтверждает как управленческое понимание планирования, так и истину, которая утверждает, что именно на управление разных уровней возложена задача сделать все возможное для обеспечения оптимального варианта будущего развития.

Вместе с тем самостоятельность предприятия при определении ключевых результатов деятельности, целей на перспективу, путей их достижения обусловили рост значения функции планирования. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Отношение к планированию неоднозначно как на государственном уровне, так и на уровне предприятий, объединений; в течение последних лет оно коренным образом изменилось.

Динамическое влияние факторов внутренней и внешней среды предприятия на разработку и реализацию стратегии его деятельности вызывает необходимость постоянного переосмысления этого процесса, а именно определения самых целесообразных путей (методов, принципов, правил, способов) осуществления стратегического планирования в современных условиях. Это и обусловило актуальность нашего исследования.

Состояние экономики отечественных предприятий показывает, что их функционирование в условиях непредсказуемости современного периода, переменной конъюнктуры рынка в первую очередь зависит от наличия на предприятии такой организационной структуры, которая могла бы смягчить негативное воздействие окружающей среды. При этом важно, чтобы внутренние возможности предприятия соответствовали или были бы адекватны требованиям рыночной среды, что может быть достигнуто только с помощью планирования. Планирование является важнейшей функцией управления предприятием.

На сегодняшний день в аграрном секторе сложилась недопустимая ситуация, когда большинство агропромышленных предприятий не идут дальше составления производственной программы, не планируют расходы и себестоимость продукции, не разрабатывают финансовый план и хозрасчетные планы подразделений. Практически наблюдается почти полное свертывание планово-экономической работы, что неприемлемо в условиях формирования новых хозяйственных связей, обеспечения устойчивого развития аграрного сектора, и, что наиболее важно – обеспечения продовольственной безопасности Луганской Народной Республики.

В целом следует отметить, что руководством Республики в вопросах развития сельских территорий принят курс на всестороннюю поддержку и стимулирование развития отечественных товаропроизводителей. Так, благодаря этой инициативе со стороны властей за

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

последние 11 месяцев животноводам Республики удалось увеличить поголовье скота и птицы и существенно нарастить объемы производства животноводческой продукции. Кстати, на треть увеличилось и количество животноводческих хозяйств – с 23 до 31. Поголовье птицы с начала года увеличилось в два раза и составляет сегодня 1, 2 миллиона голов, овец – на 44 % (почти 3 тысячи голов), свиней – на 38 % (7600 голов), крупного рогатого скота – на 8 % (3400 голов), в том числе коров – на 7 % (почти 1270 голов). Наименьший прирост поголовья наблюдается по крупному рогатому скоту, тем не менее за 11 месяцев агропредприятия дали 3400 тонн молока.

В Республике активно ведется работа по восстановлению племенных свиноводческих хозяйств, например государственного свиноводческого комплекса в поселке Роскошное. Его проектная мощность – 3 тысячи голов. Первые 550 голов родительского стада уже завезены на ферму.

На предприятиях, которые являются поставщиками яиц, содержится порядка 684 тысяч кур-несушек, что позволяет получать ежесуточно около 530 тысяч яиц. В первой половине 2018 года планируется увеличение поголовья птицы еще на 200 тысяч голов.

На птицефабриках содержится 450 тысяч бройлеров. Заполнение емкостей инкубаторов составляет 400 тысяч яиц. Ежемесячно производится 600 тонн мяса птицы.

Идет запуск и птицефермы в Чернухино, которая была практически полностью разрушена прошлой зимой во время боевых действий. Сейчас на предприятии уже содержится 150 тысяч кур-несушек и 60 тысяч яиц на инкубации. Ведутся работы по восстановлению производственных мощностей еще одной птицефабрики в Перевальском районе. Ее проектная мощность – 400 миллионов яиц в год.

Несмотря на сложные погодные условия прошедшего лета, аграрным предприятиям удалось заготовить достаточное количество всех видов кормов. Сена заготовили в полтора раза больше необходимого объема, концентрированных кормов (фуража и зерносмесей) – 100 %.

Поэтому созданы все условия и возможности для наращивания в зимний период объемов производства животноводческой продукции и увеличения численности поголовья. Ожидается увеличение производства мяса в три раза, яиц – на 45 %, молока – на 36 %.

Благодаря программе, инициированной главой Республики, проведен анализ всех разрушений в животноводческой сфере, составлен план восстановления. По инициативе Министерства сельского хозяйства и продовольствия ЛНР подготовлены программы государственного финансирования животноводства, которые получили одобрение у Главы ЛНР и сейчас проходят согласование со взаимодействующими министерствами.

В ближайшей перспективе руководство Республики планирует уделить особое внимание обеспечению реализации следующих мероприятий, направленных на повышение общей эффективности отрасли животноводства на государственных и частных фермерских предприятиях:

- способствовать улучшению племенного состава поголовья КРС как мясного, так и молочного направления;
- обеспечить контроль за разработкой рационов кормления животных, направленных на повышение питательности кормов и повышение продуктивности скота;
- обеспечить максимальную поддержку хозяйствам, занимающимся расширением поголовья скота;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- установить механизм государственного регулирования цен на необходимые для животноводства ресурсы (корма, электроэнергия, газ, тепло) или возможность их прямого дотирования;
- создать государственный фонд страхования фуражного зерна;
- оказывать прямую государственную поддержку малому и среднему бизнесу в животноводстве на основе функционирования крестьянских фермерских хозяйств и личных подсобных хозяйств сельских жителей;
- повысить эффективность использования кормовых угодий, когда их размер явно недостаточен для организации ведения крупного бизнеса;
- осуществлять поддержку генофондных хозяйств фиксированными субсидиями в зависимости от численности поголовья племенного скота;
- компенсировать сельскохозяйственным товаропроизводителям 20 % затрат на выращивание племенных животных.

Таким образом, в результате анализа направленности государственной политики в сфере поддержки аграрного сектора Луганской Народной Республики мы видим, что политическая и экономическая компоненты внешней среды в целом способствуют устойчивому стратегическому развитию аграрных предприятий.

Вместе с тем необходим детальный пересмотр существующей методологии и методики планирования. Для эффективного внедрения и последующего использования систем стратегического планирования прежде всего необходимо уточнить сущность категории «планирование». Для этого рассмотрим наиболее распространенные трактовки планирования. По мнению профессора В. М. Нелеп, «планирование представляет собой целенаправленную интеллектуальную деятельность людей, которая предусматривает обоснование целей и задач функционирования определенных систем (предприятие, район, государство) и путей и методов достижения этих целей и задач» [Цит. по: 2, с. 91].

Одной из важнейших составляющих эффективного планирования является стратегическое планирование – одна из функций управления, которая является процессом выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений, функции организации, мотивации и контроля. Слово «стратегия» происходит от греческого *strategos*, «искусство генерала».

Стратегический план придает предприятию определенность, индивидуальность, открывает перспективу для предприятия, которое направляет его сотрудников, привлекает новых работников и помогает продавать изделия или услуги.

Вопросу стратегического управления предприятием или организацией посвящен значительный объем публикаций и учебных пособий. При этом рассматриваются в основном отдельные аспекты разработки или реализации стратегии, что, как правило, является недостаточным. Процесс стратегического управления анализируется всесторонне и носит скорее методологический характер, что, в свою очередь, не находит поддержки у практиков, то есть руководителей предприятий и организаций. В связи с этим можно говорить о наличии некоторого дефицита материала, который дает короткие, но в то же время подробные рекомендации по формированию стратегического поведения хозяйствующего субъекта.

Анализ литературы по стратегическому управлению показывает, что мнение авторов по поводу процесса разработки и реализации стратегии является неоднозначным.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Возможность использования разных подходов относительно разработки стратегий отмечал Г. Минцберг, который описывает три основные модели:

1) «плановую» – стратегия разрабатывается, выполняется и оценивается в плановом режиме с привлечением специального штата высококвалифицированных специалистов, которые с помощью разных моделей и методов определяют возможные результаты и находят самый эффективный путь достижения целей;

2) «предпринимательскую» – используются более неформальные методы построения стратегий, которые базируются на личном опыте руководителя-предпринимателя, его знаниях относительно логики функционирования отрасли; эти факторы используются для формирования «видения» будущего бизнеса, которое учитывается потом в планах, проектах и программах;

3) «обучение на опыте» – используется в условиях нестабильной среды; главное здесь – учет внешних импульсов и возможности пересмотра установленных стратегий, причем процесс разработки и корректировки стратегий может быть несколько спонтанным, слабо контролируемым; большую роль играет руководитель-предприниматель.

Отмеченные модели акцентируют внимание на предпринимательском подходе к процессу планирования, который отличает процесс разработки целей в условиях долгосрочного планирования (формальный процесс рационализма) от стратегического (с применением широкого спектра формальных и неформальных методов).

Специфика стратегического планирования заключается в следующем:

- в стратегическом планировании значительную роль играют субъективные ценностные установки менеджера;
- общий возможный диапазон альтернатив в стратегическом планировании значительно шире, чем в оперативном или текущем (годовом) плане работ;
- стратегическое планирование в большей степени характеризуется неопределенностью (риски в рамках стратегического планирования оценить сложнее);
- для стратегического планирования необходима значительный объем информации об условиях окружающей среды, в то время как текущее планирование в большей степени базируется на внутрифирменном анализе, а также на информации о событиях, которые произошли;
- стратегическое планирование охватывает более длительный период, чем оперативное и текущее;
- стратегическое планирование обычно охватывает предприятие в целом и все его активы, в то время как текущее или оперативное планирование направлено на осуществление исполнительских заданий нижестоящими организационными звеньями;
- стратегические планы структурируются обычно в глобальном масштабе и содержат, в сравнении с другими, меньше деталей [2, с. 246–247].

Цель стратегического планирования – установить определенный порядок действий для подготовки эффективного функционирования конкурентоспособного предприятия.

Главными преимуществами стратегического планирования являются:

- связь текущих решений с будущими результатами, организованное осмысление решений (вопреки спонтанному принятию) с прогнозированием их последствий;
 - ориентация на поиск альтернативных вариантов достижения целей, то есть допустимых в пределах определенных целей и имеющихся ограничений;
-

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- определение возможностей и угроз, сильных и слабых сторон деятельности предприятия, учета их при установлении целей и формулировке стратегий для обеспечения влияния на эти аспекты уже сегодня;
- сознательная подготовка будущего и к будущему;
- распределение ответственности не только между направлениями деятельности, но и между текущей и будущей деятельностью.

Главные недостатки практического применения системы стратегического планирования:

- отсутствие необходимой информации для принятия стратегических решений и разработки стратегических планов, вследствие чего наблюдается низкий уровень обоснованности плановых документов;
- отсутствие альтернативных планов;
- недостаточное использование научно-методического арсенала планирования: сценариев и методов ситуационного планирования (применение модели типа «Что будет, если...») и т. п.;
- слабо развитая система текущего анализа, контроля и корректировки стратегических планов;
- догматичная гиперболизация значения цифровых показателей;
- несовершенная система стимулирования работников, которые участвуют в разработке и выполнении стратегических мероприятий;
- недостаточный уровень организационного, социально-психологического и финансового обеспечения стратегического планирования [1, с. 29–30].

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

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

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

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, а также определения способа реализации этих целей и задач в соответствии с его возможностями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
2. Белоусов, Р. Л. Исторический опыт планового управления экономикой / Р. Л. Белоусов. – М. : Мысль, 1987. – 428 с.

БРЕНДЫ КАК МИФОЛОГИЯ ОБЩЕСТВА МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Бренд – это то, что движет сознанием потребителей. В современном мире каждый желающий «стать брендом» должен позиционировать его так, чтобы возникало единство восприятия среди различных контактных групп как внутри бренда, так и за его пределами. Достичь единства понимания и сопричастности в этом процессе каждой из контактных групп – задача современного бренда. Современный «раскрученный» бренд – это всегда некое послание, сообщение, содержащее информацию об уникальных качествах товара или услуги, которые имеют определенную социальную значимость, обладание которыми способно реализовать ожидания потребителя и удовлетворить его потребности.

Мы живем в век массовой культуры, поскольку она окружает нас повсюду. Она проявляется в художественных фильмах, в телевизионных передачах, в публикуемых заметках, в картинах и во многом другом, что привычно и доступно для многих людей. Интерес к массовой культуре возник в науке на рубеже XIX–XX веков, когда появилось массовое общество, массовое производство и массовые средства коммуникации. Результатом этой деятельности становится продукт массовой культуры, который должен обладать, с одной стороны, некими уникальными, неповторимыми свойствами, помогающими идентифицировать его среди других, а с другой – такими характеристиками, которые позволяли бы его легко тиражировать в массовом количестве экземпляров и вариаций. Помимо этого, он должен активизировать воображение, чтобы потребитель не просто заинтересовался, а быстро и по возможности полностью погрузился в воображаемый мир. Он должен вызывать сильные эмоции и пробуждать желание приобрести этот продукт на коммерческой основе.

Доктор философских наук, профессор Г. Л. Тульчинский в книге «Бренд-интегрированный менеджмент. Каждый сотрудник в ответе за бренд» пишет: «Массовая культура стала временем второго рождения мифа, возврата к мифологическому мышлению. Но это мифы, которые рождаются не стихийно, а проектируются и сознательно продвигаются. Современный миф намеренно создается с целью трансформации реальности, а не ради ее познания. Поэтому следует говорить о создании нового типа мифологии, в котором используется лишь традиционный механизм, но подменяются цели и функции. Чтобы актуализировать механизм мифотворчества, необходимо апеллировать к соответствующим компонентам массовой психологии. Массовая культура растворяет человека в стихиях бессознательного» [6].

Основным смыслом массовой культуры является глубокая маркетизация, которая направлена не только на удовлетворение, а в первую очередь на формирование потребностей, для удовлетворения которых предназначены продукты массовой культуры. Как уже было отмечено, продукт массовой культуры должен обладать уникальными, неповторимыми свойствами, которые помогут идентифицировать его среди аналогичных продуктов, но при этом и иметь возможность тиражирования его в большом количестве для массового потребления. Приверженность к брендovanым продуктам возникает у потребителя не столько как к товару или услуге, сколько как к мифу о стиле жизни, имиджевым и статусным

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ожиданиям... Бренд – это не просто вымысел, а сказка о воплощении в реальность своей мечты, желаний и надежд. Бренды помогают самоопределиться, самоутвердиться, подтвердить свои амбиции и собственные представления о своей сопричастности к определенной группе людей, статусное положение, приносящее самоудовлетворение. В конечном счете в бренде потребителю продают его самого, его представления о себе, о том, каким он хочет и может быть.

Некоторые исследователи в области маркетинга считают, что если рассматривать бренд как миф, то он не может быть создан только с помощью рекламы, реклама может поддерживать интерес к вымышленной истории-сказке и соответственно к самому продукту, который уже является брендом.

В настоящее время, когда мы говорим о брендированном продукте, речь идет о брендах не только товаров, услуг, но и компаний, персон, регионов, стран.

В современном научном мире очень широко трактуется значение понятия бренда. Проводятся исследования в области природы бренда, предпосылок его возникновения и т. д. Без понимания этих факторов невозможно говорить о брендинге. В связи с этим стоит привести ряд современных определений бренда:

- уникальная идея или концепция, которую вы вложили в голову потребителя [1];
- марка товара, его опознавательный знак, отражающий известность, признанность данного товара и определенную степень доверия к нему;
- демонстрация ценностей, которые культивируются в данной компании [2];
- не только символ, обозначающий продукт компании, но и отражение компании-производителя в сознании потребителя [3];
- совокупность представлений и ожиданий потребителя в отношении данного товара [4];
- уникальная система взаимосвязанных и взаимозависимых, рациональных и иррациональных характеристик товара, значимых для целевой аудитории; система, позволяющая отличать данный товар от продукции конкурентов [5].

Подводя итог, можем увидеть, что из представленных определений понятия «бренд» главными характеристиками являются:

- возможность самовыражения для потребителя;
- гарантия качества;
- торговая марка + добавленная стоимость;
- «имущество» владельца, которое можно продать или сдать в аренду;
- сумма потребительских качеств товара + его имидж + добавленная стоимость [6].

Бренд – это современный инструмент маркетинга, который требует своевременных широкомасштабных исследований. Сегодня при выборе каких-либо продуктов нами руководит уже не только качество и надежность, но и престижность. Бренды – это ответ на пожелания и ожидания. Бренды – это реакция на увиденное и услышанное. Бренды – это связь с потребителем. Бренды – это вера...

ЛИТЕРАТУРА

1. Еропкин, А. М. Организационное поведение : конспект лекций / А. М. Еропкин. – М. : ПРИОР, ИВАКО Аналитик, 1998. – 86 с.
2. Жаворонков, П. Ловцы «человеков» / П. Жаворонков // Компания. – 2004. – № 322. – С. 40–44.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3. Зарубина, Н. И. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства / Н. И. Зарубина. – М. : Издательский дом «Магистр-пресс», 1998. – 360 с.
4. Йенсен, Р. Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит бизнес / Р. Йенсен. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в СПб, 2004. – 179 с.
5. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с. : ил.
6. Тульчинский, Г. Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд [Электронный ресурс] / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. – М. : Вершина, 2006. – 352 с. – Режим доступа:
http://www.plam.ru/bislit/brend_integrirovannyi_menedzhment/index.php

УДК 316:379.8

*Е. Н. Колесникова,
г. Луганск*

МАЙНД-МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время рынок культурных благ населения развивается. Однако проектная деятельность в сфере культуры развита слабо и носит преимущественно стихийный характер. По мнению известного российского культуролога Д. М. Булавиной, это связано с «отсутствием значительной научной и учебно-методической базы для подготовки менеджеров в сфере культуры, владеющих знаниями и навыками проектного управления» [1, с. 27].

Интерес к взаимоотношениям между культурой и менеджментом усилился только в последние годы. Это связано с признанием экономической важности индустрии культуры и искусства. Менеджмент социально-культурной деятельности способен поднять творческие индустрии на качественно новый уровень. Зарубежный опыт показывает, что культурная сфера может обладать значительным экономическим потенциалом. Применение проектного подхода способно активизировать взаимодействие с институтами государственного, коммерческого и некоммерческого секторов и привлечь дополнительные ресурсы в сферу социально-культурной деятельности. Это может решить проблемы, существующие в настоящее время, и создать цивилизованный рынок культурных благ и услуг для населения.

Переход к проектно-ориентированному управлению стал возможен благодаря широкому распространению научной теории проектного управления, которая «постепенно внедряется в практику управления организациями в различных сферах» [2, с. 9].

Взгляд на культурное мероприятие как на проект, имеющий заинтересованных лиц в государственных, коммерческих, общественных институтах, позволяет значительно расширить ресурсную базу мероприятия. Проблема ресурсного обеспечения культурного мероприятия может быть решена благодаря проектному подходу. Возможными источниками финансовых, материальных, трудовых ресурсов для организации культурного мероприятия могут быть: органы государственной власти, коммерческие компании, организации некоммерческого сектора [3, с. 75].

В качестве объекта социально-культурного проектирования выступает сложное образование, включающее в себя две накладывающиеся друг на друга подсистемы: социум и культуру. Расхождение, противоречие между реальной картиной и идеальными

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

представлениями проектировщика о норме (задаваемой, в свою очередь, конкретной культурой и социумом) составляет проблемное поле формирования и реализации социокультурных проектов. Проект в таком случае является средством сохранения или воссоздания социальных явлений и культурных феноменов, соответствующих (как количественно, так и качественно, содержательно) сложившимся нормам. Ведущими целевыми ориентациями проектирования являются: 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, разрешения или минимизации проблем, характеризующих неблагоприятные обстоятельства его жизнедеятельности, активизации 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. Проекты и программы концентрируются, как правило, вокруг двух стратегических целей культурной политики, которые представляют собой определенный баланс усилий (средств, ресурсов), направленных на сохранение культуры и внедрение инновационных элементов.

Все большее число компаний в социально-культурной сфере переходят к проектной системе управления, и чуть ли не каждый сотрудник время от времени становится руководителем проекта. Ежедневно менеджеру поступает огромное количество сведений от департаментов продаж, бухгалтерии, клиентов и т. д. Объем информации в электронном виде увеличивается на 30 % в год. Структурировать этот информационный хаос нередко приходится вручную. Эта работа главный поглотитель рабочего времени менеджеров. Проектно-ориентированный подход к управлению в сфере культуры имеет большой потенциал и способен вывести культурные проекты на качественно новый уровень. Одной из важных особенностей проектного подхода является возможность сотрудничества институтов (культурных, коммерческих, государственных) в реализации проекта; это позволяет привлечь дополнительные материальные, финансовые, человеческие ресурсы, что особенно важно для культурных проектов в периоды экономических спадов.

Как оптимизировать систему управления и высвободить время для зарабатывания прибыли? Как справиться с растущим объемом информации, полюбить планирование и сделать так, чтобы планы стали руководством к действию? Как увязать друг с другом и сделать понятными внутренние документы компании? Эти и другие проблемы решает майнд-менеджмент.

Майнд-менеджмент – технология, которая радикально облегчает управленческий труд и высвобождает время. С ее помощью любая важная для организации информация (регламенты, должностные инструкции, договоры, сведения о поставщиках и клиентах и др.) правильно структурируется в виде понятных схем, которые быстро и надолго запоминаются всеми сотрудниками. Технология позволяет выявить и исправить «неоптимальности» управления, успешно проводить переговоры и совещания, быстро вводить новых руководителей в курс дела, создавать работоспособную стратегию. Интеллект-карты помогают принять правильное решение, собрав на одном листе всю необходимую информацию, относящуюся к решению проблемы. Карты ума не дают упустить из виду все

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

минусы и плюсы того или иного решения, активизируют ассоциативное мышление, позволяющее увидеть важные факторы, которые часто не учитываются при традиционном анализе. Плюс ко всему использование образов и цветов стимулирует интуицию, а это также может оказать влияние на правильность принимаемых решений.

В основу майнд-менеджмента заложен принцип образной передачи информации – визуализация. Менеджеры создают интеллект-карты, которые наглядно представляют сведения, обычно приходящие к нам в виде букв и цифр. Сгруппированная и связанная информация, содержащая смысловые цвета, рисунки, схемы, связи (а это и есть интеллект-карта), воспринимается быстрее, запоминается на более долгий срок, так как это соответствует естественной ассоциативной природе нашего мышления. Практически вся информация хранится в головном мозге в виде образов.

Используемая в майнд-менеджменте программа создания интеллект-карт Mindjet – лидер среди инструментов бизнес-моделирования: она чрезвычайно проста в использовании и интуитивно понятна. Представление информации в схемах с помощью программного продукта MindManager уже стало частью жизни и работы многих – от топ-менеджеров до руководителей среднего звена и рядовых сотрудников. Можно существенно облегчить выполнение таких интеллектуальных работ, как: решение проблем и нестандартных задач; быстрое написание простых для понимания текстов; эффективное обучение; успешные публичные выступления; принятие решений; управление задачами; управление проектами; стратегическое планирование; мониторинг бизнес-процессов; управление совещаниями; управление корпоративными знаниями; организация эффективной командной работы, в том числе удаленно работающих сотрудников; другие области интеллектуальной деятельности. В ходе групповой работы формируются правила игры в компании, создается общая картина их взаимосвязей и в ряде случаев выявляется нехватка каких-либо регламентов. Совместная выработка правил делает всех участниками процесса, существенно уменьшает сопротивление команды при дальнейшей работе. Технология позволяет увязать все процессы в компании друг с другом и с бизнес-целями организации. Новому менеджеру нужно минимум три месяца, чтобы начать успешно справляться со своими обязанностями и четко понимать, что от него требуется, – срок во многих случаях недопустимо большой. Майнд-менеджмент помогает новому руководителю оперативно собрать, проанализировать и воспринять большое количество информации. В итоге он быстро вникает в суть реальной работы, после чего уже сам может вводить в курс дела своих подчиненных. Типичная проблема совещаний – неумение выделить главное и расставить приоритеты. Участники не успевают ознакомиться с заранее подготовленной информацией: «заела текучка», «это слишком длинно» и т. п. Майнд-менеджмент – великолепный инструмент для анализа, структурирования, запоминания и презентации информации на совещании. Применение интеллект-карт позволяет людям лучше понимать друг друга. А представление материалов к совещанию в виде интеллект-карт (обзор, ключевые пункты) обеспечивает ознакомление с темой и включение всех участников в обсуждение. Многие уже все свои презентации готовят с помощью программы Mindjet. Как правило, стратегию в компании разрабатывают «работники тыла», не владеющие в полной мере информацией о фактическом состоянии дел, спросе клиентов, вызовах внешней среды. Во многих российских компаниях информация снизу вообще не доходит до верха. В итоге подготовленные стратегии никуда не годятся: они никогда не будут реализованы, потому что опираются на неточные факты. Визуализация в

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

сочетании с техникой фасилитации (групповое обсуждение) позволяет свести воедино «тыловики» и «солдат», систематизировать информацию и донести ее снизу вверх для написания реалистичной и выполнимой стратегии. Инструменты майнд-менеджмента позволяют не только сгенерировать стратегию, с которой согласны ключевые сотрудники, но и запустить ее в работу. Каждый, кто хотя бы раз использовал технологию mind-mapping, знает, насколько она удобна, функциональна и проста. Поэтому составление ментальных карт пользуется особой популярностью при записи идей, ассоциаций, при проведении мозговых штурмов, планировании работы по проекту, при проведении ситуационного анализа в экспресс-формате, а также при составлении конспектов, записи тезисов выступлений. Многие преподаватели используют технологию mind-mapping в учебном процессе. Эта техника позволяет просто говорить о сложном, не упуская детали. Подборка из 8 программ для составления ментальных карт поможет вам использовать технологию mind-mapping на 100 %.

Ментальные карты, созданные в Coggle, могут экспортироваться в формате PNG или PDF. Coggle – это 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 создания mind-map очень простым. Программа поддерживает использование изображений, индивидуальные цветовые схемы и возможность просмотра истории документа. Хранение истории изменений позволяет вернуться к ранним версиям созданной карты, если в текущей версии вы зашли в тупик.

Самой популярной программой для составления ментальных карт (Windows, Mac, Linux) является кросс-платформенная XMind. У программы есть 2 версии: бесплатная с ограниченными возможностями и платная с расширенными функциями. Одним из преимуществ XMind является ее поддержка и совместимость с пакетом MS Office и возможность программы работать с диаграммами Ганта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Булавина, Д. М. Проектная деятельность в сфере культуры как механизм реализации культурной политики : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Булавина Дина Маратовна. – М., 2007. – 32 с.
2. Заренков, В. А. Управление проектами : учебное пособие / В. А. Заренков. – 2-е изд. – М. : АСВ, 2010. – 312 с.
3. Кудринская, Л. А. Благотворительность и спонсорство в современном российском обществе: опыт теоретического анализа / Л. А. Кудринская // Омский научный вестник. – 2009. – № 8-82. – С. 73–77.

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВУЗА И ОРГАНИЗАЦИЙ
СФЕРЫ ДОКУМЕНТАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ
КАК АСПЕКТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

В последнее время в различных областях научного знания особо пристальное внимание уделяется основным аспектам *корпоративной социальной ответственности* (далее – КСО) как модели и практики развития корпоративного управления в современном обществе. В связи с этим считаем необходимым рассмотреть такую важную в контексте нацеленности на устойчивое развитие социума проблему, как взаимодействие образовательных учреждений высшего профессионального образования (далее – вузы) с предприятиями-работодателями для их выпускников. В рамках нашего исследования этими предприятиями являются организации сферы документационного обеспечения управления (далее по тексту – ДОУ). Пример вышеуказанного взаимодействия показателен, во-первых, потому, что интеллектуальная среда, в которой функционируют вузы, достаточно мобильна в плане адаптации к реалиям постоянно меняющегося мира; во-вторых, вузы всегда открыты для диалога с деловыми структурами; в-третьих, комплексная подготовка будущих специалистов сферы ДОУ связана, главным образом, с обучением в высшем учебном заведении, и ключевым показателем такой подготовки является трудоустройство выпускников, а впоследствии – их успешная трудовая деятельность.

Устойчивое развитие любого предприятия невозможно без высокопрофессионального кадрового потенциала. Поскольку документы функционируют во всех сферах общественно-политической жизни, число предприятий, нуждающихся в специалистах сферы ДОУ, очень высоко. С одной стороны, это упрощает проблему трудоустройства выпускников, а с другой – разнообразие и специфика деятельности учреждений, в которых осуществляется документооборот, расширяют круг профессиональных полномочий специалистов сферы ДОУ и усиливают требования к их квалификационной подготовке. Поэтому возрастает роль так называемого «*научного корпоративного образования*» [2, с. 43], под которым Н. Б. Кузьмина понимает сочетание университетской подготовки в рамках высшего образования и профессиональных навыков работы в рамках конкретного предприятия. Успешность достижения основной цели высшего образования в ЛНР, которая определена Законом «Об образовании» как «*обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, углублении и расширении образования, научно-педагогической квалификации*» [1, с. 106, ст. 68], всецело зависит от содержательного наполнения и качества образовательной среды вуза, т. е. специально формируемого естественного и социального окружения в процессе обучения и воспитания, способствующего всестороннему и гармоничному развитию личности, росту профессионально значимых качеств будущего специалиста, определяющих его профессиональную компетентность. Однако в системе высшего образования существует ряд противоречий, препятствующих достижению этой цели, главные из которых – это

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

несоответствия между требованиями современного рынка труда к квалификационным компетенциям работников, требованиями государственных образовательных стандартов относительно профессиональной подготовки обучающихся и качественными показателями результатов вузовской подготовки выпускников в реальной трудовой деятельности. Еще одним серьезным недочетом отечественного высшего образования является недолжное внимание, уделяемое у нас вопросам формирования *инновационной культуры* будущих специалистов, а именно – становлению базовых, профессионально ориентированных аспектов этого сложного феномена.

Инновационная деятельность в области делопроизводства ориентирована прежде всего на оказание содействия документационному обеспечению управления. Поскольку ДОУ сегодня осуществляется в условиях становления информационного общества, вполне обоснованным является тот факт, что оно ориентировано на использование информационного ресурса и внедрение новейших информационных технологий. А это требует не только фундаментальных и прикладных научных исследований отраслевого и межотраслевого характера в области документоведения, архивоведения и делопроизводства, разработки и внедрения новых автоматизированных технологий, базирующихся на применении современных технических средств, но и тщательной проверки результатов научно-исследовательских и проектных работ на практике, экспертной оценки и консультативной деятельности, а также высококвалифицированных специалистов, способных реализовать все это в своей трудовой деятельности. Поэтому главным условием основательной подготовки будущих специалистов является тесное взаимодействие между вузом и потенциальными работодателями.

В современном мире существует множество форм такого взаимодействия. К сожалению, в условиях нестабильной политической и социально-экономической обстановки в ЛНР сотрудничество производства и сферы образования пока еще недостаточно эффективно, кроме того, не все формы такого партнерства пока возможны и приемлемы для нас. И все-таки взаимодействие необходимо, а его основными формами могут стать следующие:

1. *Организация совместных проектов.* Темами проектов для предприятий смогут послужить не разрешенные на производстве проблемы, а для вуза – научные разработки, для которых необходима экспериментальная проверка.

2. *Использование вузами предприятий в качестве баз практики* с возможностью дальнейшего трудоустройства будущих специалистов. Это самый популярный и доступный способ партнерства, выгодный как для предприятия, так и для вуза: работодатель имеет возможность наблюдать за пока еще не дипломированным специалистом в ходе его реальной трудовой деятельности, а значит, осуществлять осознанный подбор кадров; вуз проверяет качество предоставляемых будущим специалистам образовательных услуг, получая возможность своевременной коррекции учебных программ и содержательной базы преподаваемых дисциплин в соответствии с требованиями производства, а также реальный шанс трудоустройства выпускников, что является одним из главных критериев успешного сотрудничества в сфере образования и производства.

3. *Трансферт вузом знаний и технологий для предприятий*, в том числе путем обучения / повышения квалификации специалистов предприятия на базе вуза

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

(последипломное и дополнительное образование), проведения профессиональных тренингов и мастер-классов (с оплатой предприятием получаемых образовательных услуг).

4. *Стажировка молодых специалистов / старшекурсников на предприятии* (с выплатой предприятиями стипендии стажерам). Отбор стажеров предприятие может осуществлять самостоятельно (например, путем собеседования) из предоставленных вузом кандидатур. Это даст предприятию возможность получить наиболее приемлемые для сотрудничества и дальнейшей работы кадры; для обучающихся вузов такой отбор станет своеобразной мотивацией показать лучшие результаты своей учебы, получить достойную работу и т. д.

5. *Использование предприятиями вуза в качестве экономического агента*: вуз может сконцентрировать на себе масштабные объемы финансовых инвестиций (например, посредством грантов на научные разработки). Для него это будет выгодно в условиях дефицита государственного финансирования; предприятиям это повысит их деловую репутацию, узнаваемость на рынке, создаст положительный бизнес-имидж и выделит среди конкурентов.

6. *Проведение на базе вуза так называемых ярмарок вакансий и ярмарок выпускников*: это поможет вузу решить одну из наиболее сложных задач – трудоустроить выпускников; предприятиям предоставляется возможность подбора кадров.

7. *Целевая подготовка студентов на контрактной основе*. Такое взаимодействие направлено на адресную подготовку специалистов по согласованным с предприятиями учебным программам в области документоведения, архивоведения и информационной деятельности. При этом финансирование обучения будущих специалистов может осуществляться за счет потенциальных работодателей.

8. *Привлечение к образовательному процессу в вузах ведущих специалистов предприятий*. Такая форма взаимодействия вуза и производства обусловлена главной претензией работодателей к высшей школе – оторванностью академических знаний выпускников от реальной практики, проявляющейся не только в неумении пользоваться оборудованием, оргтехником и новейшими компьютерными программами в сфере документо- и архивоведения. В свою очередь вуз получит преподавательские кадры, знающие современную конкретику реального бизнеса и производства.

9. *Участие специалистов предприятий в государственных аттестационных или конкурсных комиссиях* (например, во время защиты студенческих научных, в том числе и квалификационных, работ; при сдаче государственных выпускных экзаменов и т. п.). У вуза повысится ответственность за качество предоставляемых образовательных услуг, у студентов – за уровень своей профессиональной подготовки; у предприятия появится очередная возможность отбора квалифицированных кадров.

10. *Создание базовых кафедр в университете и лабораторий на предприятии*.

Таким образом, основными преимуществами осуществления взаимодействия между вузом и организациями сферы ДОО станут:

- для вуза:

- 1) возможность получения инвестиций для осуществления научно-исследовательской деятельности, качественной подготовки и материального стимулирования будущих специалистов сферы ДОО;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2) вовлечение профессорско-преподавательских кадров в активную научно-производственную деятельность;

3) трудоустройство выпускников;

• *для предприятия:*

1) использование возможностей научно-исследовательского потенциала вуза;

2) возможность влиять на образовательный процесс вуза в своих интересах, актуализировать подготовку высокопрофессиональных кадров;

3) получение трудовой силы;

4) улучшение репутации;

• *для общества* – активизация инновационного развития и экономического роста.

Предприятие и высшее учебное заведение являются двумя сторонами образовательного процесса. Поэтому именно от эффективности обратной связи между ними зависит степень соответствия качества подготовки специалистов требованиям работодателя. Однако для осуществления такого взаимодействия одного желания сторон мало. Необходима гарантированная поддержка этого вида КСО государством, которое, в свою очередь, должно:

• обеспечить в общегосударственном масштабе эффективную взаимосвязь между рынком образовательных услуг и рынком труда;

• разработать и внедрить систему преференций / льгот для предприятий, сотрудничающих с вузами в рамках программ научно-исследовательских разработок и проектов;

• продумать систему мероприятий по стимулированию деятельности предприятий, участвующих в профессиональном становлении будущих специалистов;

• отредактировать образовательные стандарты подготовки будущих специалистов сферы ДООУ в соответствии с требованиями реальной общественно-производственной ситуации в стране;

• создать централизованное информационное пространство всех участников партнерского сотрудничества, которое организовало бы их взаимодействие;

• организовать прогнозирование потребностей предприятий сферы ДООУ в количестве и качестве выпускаемых на рынок труда республики специалистов, осуществлять мониторинг их трудоустройства, учитывать систему обращений и заполнения вакансий.

Таким образом, интегративная система КСО «вуз – организация-работодатель» станет для субъектов партнерских отношений средством информационного, научно-практического и экономического взаимодействия и послужит основой для принятия и сопровождения управленческих решений по взаимодействию вуза и предприятий города и республики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Луганской Народной Республики «Об образовании» от 30.09.2016 №128-II [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://minobr.su/docs/laws/27-zakon-ob-obrazovanii.html>

2. Корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса: материалы конференции / Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, кафедра экономической политики и государственно-частного партнерства. – М.: МГИМО – Университет, 2013. – 383 с.

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Предприятие, работающее в сфере рыночной экономики, подвергается влиянию внешней среды, в которой обычно происходят резкие изменения, вызванные различными факторами – изменением конъюнктуры, насыщением рынков сбыта, появлением новых товаров. Происходящие изменения повышают степень неопределенности принятия решений, увеличивают хозяйственный риск при достижении планируемых результатов. В этих условиях предприятию необходимо иметь ориентиры движения вперед, т. е. стратегию развития. Наличие стратегии позволяет осуществить более целенаправленное стратегическое планирование, уменьшающее материальные и финансовые потери при достижении стратегических целей [1].

Сущность планирования заключается в научном обосновании целей предприятия, их развития и реализации. Оно служит основой производственного менеджмента, маркетинга и всей системы хозяйствования в целом. С его помощью руководство обеспечивает направление усилий работников на достижение поставленных целей [2].

Планирование на предприятии – это процесс разработки и прогнозирования системы качественных и количественных показателей развития предприятия, которая определяет тенденции и темпы его развития, является основой для эффективной деятельности, предполагает формирование экономических целей и выбора наилучших путей их достижения.

Планирование служит основанием для менеджмента, маркетинга и экономической системы хозяйствования в целом. Оно охватывает все функции предприятия, имеет специфические особенности и обладает такими свойствами, как прогнозирование изменений внутренних и внешних факторов, распределение ресурсов предприятия и их развитие, оценка возможностей и угроз предприятия с учетом условий среды, определение действий для эффективного достижения целей.

К основным задачам планирования относятся:

- развитие приоритетных направлений деятельности предприятия;
- оперативное реагирование на изменения внешних условий среды;
- своевременное устранение нерациональных действий;
- обеспечение гармоничного взаимодействия между всеми подразделениями предприятия;
- определение рисков и возможностей.

Существует две основные системы планирования:

1. Техничко-экономическое планирование, которое предполагает создание системы показателей эффективного развития экономики и техники предприятия, единство их взаимодействия. На данном этапе необходимо оценить соотношение спроса и предложения на продукцию, обосновать объемы производства, осуществить выбор необходимых ресурсов и сформировать порядок их использования, рассчитать экономические показатели.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2. Оперативно-производственное планирование, целью которого служит управление процессом производства. Оно предполагает установку производственных заданий каждому подразделению и рабочему месту и осуществление разнообразных управленческих воздействий.

Выделяют три основных вида планирования: реактивное, преактивное и интерактивное.

Рассмотрим принципиальные различия представленных видов:

1. Реактивное планирование заключается в оценке прошлого опыта и анализа развития производства. Оно начинается с перечня того, что необходимо учесть для будущих изменений, который разрабатывает менеджер низшего звена. Данный вид планирования сводится к рассмотрению каждой отдельной производственной проблемы и не оценивает систему в целом, что ведет к снижению эффективности деятельности предприятия. Кроме того, оно базируется на ошибочном убеждении, что при избавлении от ненужного будет получен необходимый результат.

2. Преактивное планирование осуществляется «сверху вниз» и базируется на реализации постоянных изменений во всех областях деятельности предприятия. Данный вид предполагает широкое применение таких методов, как прогнозирование и эксперимент. Оно подразумевает прогноз изменений внешней среды, далее формирование системы целей предприятия и его стратегии как способа их достижения. Трудность такого планирования заключается в том, что чем более долгосрочен прогноз, тем выше вероятность возникновения ошибки. Поэтому более эффективным считается прогнозирование относительно небольшого отрезка времени.

3. Интерактивное планирование основывается на поиске способов построения желаемого будущего. Ни одну экономическую или техническую проблему нельзя решить надолго или навсегда, поэтому при ускорении изменений во внешней среде время действия управленческих решений уменьшается. Такое планирование ориентировано на взаимосвязь между прошлым, настоящим и будущим, оно заключается в повышении уровня развития предприятия [3].

В процессе формирования планов менеджеры определяют направление своих действий, ставят цель и прогнозируют желаемый результат, распределяют полномочия для каждого работника и отдела. Все части плана объединяются в систему, и формируется конечное решение о процессе реализации данного плана.

Для более точного определения сущности планирования считаем необходимым рассмотреть его основные принципы, разработанные А. Файолем:

1. Принцип необходимости планирования говорит о том, что при осуществлении любой трудовой деятельности применение планов обязательно. Данный принцип особенно необходим в условиях свободных рыночных отношений, так как это помогает соблюдать экономические требования о рациональном использовании ограниченных ресурсов.

2. Принцип единства планов означает, что все разделы плана должны быть тесно взаимосвязаны и объединены в общий, комплексный план экономического развития предприятия. Этот принцип предполагает взаимодействие всех подразделений и единство экономических целей.

3. Принцип непрерывности подразумевает, что процессы планирования и управления в каждом предприятии взаимосвязаны и должны выполняться бесперебойно. Для того чтобы

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

избежать остановок, необходимо постоянно осуществлять обновление выполняемых работ и выпускаемой продукции. Основой данного принципа является непрерывная смена одного выполненного плана другим, а на смену одному товару приходит другой, если этого требует рынок. Кроме того, важным аспектом данного принципа является переход от стратегических планов к тактическим, а затем к оперативным.

4. Принцип гибкости планов взаимодействует с принципом непрерывности и подразумевает возможность корректировки установленных показателей и, соответственно, деятельность предприятия.

5. Принцип точности определяется как внешними, так и внутренними факторами. Условия рыночной экономики затрудняют соблюдение точности планов, поэтому каждое предприятие составляет план с такой точностью, которой желает и может достичь [4].

В современной науке существуют и другие немаловажные принципы: принцип комплексности, эффективности, оптимальности, участия, холизма [1].

Следования данным принципам планирования недостаточно для стабильного положения на рынке. Для постоянного развития предприятия и укрепления его конкурентных преимуществ появляется необходимость внедрения стратегического планирования.

Большое внимание уделяется стратегии предприятия, так как стратегическое планирование способствует эффективному развитию предприятия, а также объединяет основные направления деятельности предприятия: производственное, финансовое, маркетинговое, проектное.

Организация системы стратегического планирования на предприятии включает в себя несколько взаимосвязанных этапов:

1. Формирование долгосрочной стратегии, целей и задач развития предприятия.
2. Формирование стратегических подразделений предприятия.
3. Постановка целей осуществления маркетингового исследования рынка.
4. Проведение ситуационного анализа, выбор направления развития предприятия.
5. Планирование производства продукции, формирование стратегии маркетинга.
6. Выбор способа достижения поставленных задач.
7. Оценка и контроль полученных результатов, осуществление корректирующих действий относительно стратегии, цели и способов реализации.

Предприятие определяет свои цели и задачи в рамках нескольких основных сфер деятельности: положение предприятия на рынке, уровень производительности, стабильности, профессионализм персонала, инновационная деятельность, наличие производственных ресурсов, система управления, социальная ответственность.

Результаты плановой деятельности зависят от двух взаимосвязанных факторов: качества формирования плановых показателей экономической деятельности предприятия и уровня выполнения планов всеми отделами предприятия. Поэтому в процессе планирования и выполнения планов существует необходимость оценивать не только правильность выбора цели и стратегии развития предприятия, но и степень достижения этой цели.

В течение долгих лет по мере осознания важности изменений внешних факторов совершенствовались системы планирования организаций. На начальном этапе развития систем планирования основной целью было управление издержками. В настоящее время текущая экономическая ситуация требует формирования систем планирования, нацеленных на увеличение стоимости предприятия, что способствует повышению инвестиционной

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

привлекательности. Система планирования состоит из взаимосвязанных подсистем стратегического, тактического и оперативного планирования. Основные различия стратегического и оперативного планирования рассмотрены в табл. 1.

Таблица 1

Различия между оперативным и стратегическим планированием

Характеристика	Стратегическое планирование	Оперативное планирование
1. Назначение	Комплекс решений, ориентированных на быстрое реагирование на изменения внешней среды и долгосрочное функционирование предприятия	Обеспечение бесперебойного, равномерного производства продукции в установленные сроки и в заданных количествах
2. Объект исследования при планировании	Внешняя среда, в целях укрепления конкурентной позиции минимизация угроз и использование потенциальных возможностей	Внутренняя среда, применение концепций «эффект масштаба» и «эффект опыта» для создания конкурентных преимуществ
3. Фактор времени	Долгосрочное планирование	Краткосрочное и среднесрочное планирование
4. Основы построения системы планирования	С точки зрения системного подхода организация является открытой системой, взаимодействующей с внешней средой.	С точки зрения системного подхода организация является сложной системой, которая состоит из таких подсистем, как структура, функции, технологии, цель, процедуры, персонал
5. Условие эффективности	Достижение стратегических целей, эффективное осуществление стратегии, своевременное реагирование на изменения внешней среды, формирование конкурентных преимуществ, укрепление конкурентной позиции	Достижение оперативных целей, увеличение прибыльности, рациональное использование ресурсов, производство и сбыт

Проведенное исследование показало, что стратегическое планирование является постановкой целей, а оперативное планирование – это процесс реализации поставленных целей. Стратегический план призван обеспечить предприятию адаптацию к внешней среде, к распределению ресурсов. Период времени стратегического плана на разных предприятиях может быть различным. То, что является краткосрочным для одного предприятия, может быть долгосрочным для другого. Стратегическое планирование должно обеспечивать высокие темпы экономического роста и должно быть направлено на долгосрочное развитие предприятия.

Стратегическое планирование базируется на формировании миссии и целей предприятия. Миссия и цели являются ориентирами для всех этапов планирования и одновременно при анализе альтернатив развития ограничивают направление деятельности предприятия.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Стратегический план определяет основные виды деятельности предприятия, дает возможность объединить в одну систему все его направления, определяет перспективное направление развития, обеспечивает лучшее понимание структуры потребностей, процессов планирования, продвижения, сбыта продукции, формирования цен. Данный план обеспечивает координацию всех подразделений предприятия, позволяет эффективно распределять ограниченные ресурсы, побуждает менеджеров качественнее оценивать сильные и слабые стороны предприятия с точки зрения изменений окружающей среды, конкурентов, а также ограничений и возможностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева, М. М. Планирование деятельности фирмы : учебник / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 248 с.
2. Бухалков, М. И. Внутрифирменное планирование : учебное пособие для вузов / М. И. Бухалков. – М. : Инфа-М, 2009. – 392 с.
3. Ильин, А. И. Планирование на предприятии : учебное пособие : в 2 ч. Ч. 1. Стратегическое планирование / А. И. Ильин. – М. : Высшая школа, 2010. – 312 с.
4. Файоль, А. Общее и промышленное управление / А. Файоль ; пер. Б. В. Бабина-Кореня с предисл. А. К. Гастева. – М. : Центральный институт труда, 1923. – 122, [2] с.

УДК 342.525

***Е. В. Куцурубова-Шевченко,
г. Луганск***

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРАВОВОЙ РАБОТЫ В ПРАВОТВОРЧЕСКИХ ОРГАНАХ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Прошедшие 4 года действия Конституции, законов и иных нормативных правовых актов Луганской Народной Республики (далее – республика) требуют существенного обновления представлений о реализации правовых норм и подведения некоторых итогов по всем направлениям политической и социально-экономической жизни республики, в том числе и правотворческой деятельности.

В новых условиях для жизни граждан, вызванных не только самопровозглашением государственности, но и развитием информационно-коммуникативных технологий, цифровизацией экономики, появлением новых технологий управления сознанием, ускорением всех социальных процессов массового управления, право становится средством жизнедеятельности и способом выживания и адекватного существования. Поэтому система права в республике должна приобретать новый смысл для общества, которое желает адаптироваться к быстро изменяющимся условиям жизни.

В основном совершенствование законодательства и процедур правотворчества осуществляется в процессе его применения под воздействием сложившейся юридической практики и развития отраслевой и общей юридической науки. Сформировавшаяся юридическая практика с ее рутинностью и казуистикой все настойчивее отражает неадекватность самого права (законодательства) [1, с. 168]. Это свидетельствует о том, что правотворчество в республике формируется на основе естественной тенденции накопления

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

проб и ошибок, что заведомо предопределяет нестабильность правовых норм, их оторванность от реальной жизни общества с ее динамическими изменениями.

Сегодня реалии таковы, что взрыв информационно-коммуникативных технологий внедряет в жизнь новые общественные отношения, не знакомые классической ментальности и устоявшимся терминам. Современные технологии прогрессируют над внутренним развитием общества, в том числе и из-за низкой медиа- и интернет-грамотности населения. Вышеназванные тенденции подтверждают необходимость кардинальной перезагрузки подходов к правотворчеству и государственному управлению.

К сожалению, в правовой науке до сих пор не выработаны концептуальные и методологические подходы к правовой работе органов государственной власти в современных условиях.

Любой нормативный правовой акт действует лишь тогда, когда он соблюдается, исполняется и применяется в практической жизни. Недостаточно создать хороший, целесообразный, совершенный правовой акт; необходимо, помимо этого, чтобы он правильно, единообразно и наиболее целесообразно использовался в обществе. Об анализе судебной практики в республике говорить пока не приходится.

Следует также обратить внимание на объем принятого законодательства. За сравнительно недолгий период в республике принято уже большое количество нормативных правовых актов разной юридической силы. У юрисконсультов в связи с этим постоянно возникает ряд вопросов, как определять, какие нормы действуют, какие не действуют; не действует весь закон Украины или только те статьи, которые противоречат нормативному правовому акту, принятому в республике; применять ли действующий на территории республики закон Украины, обладающий высшей юридической силой, или постановление Совета Министров республики, обладающее низшей юридической силой, а, например, в сфере внешнеэкономической деятельности приняты и действуют только временные порядки, которых насчитывается уже свыше десятка и т. д., что заведомо предопределяет нестабильность правовых норм, их оторванность от реальной жизни общества с ее динамическими изменениями.

Поэтому в нынешних условиях в республике нельзя говорить об общей для всех правовых норм формуле реализации, необходимо исследовать эффективность действия каждой правовой нормы в отдельности. Только тщательно проанализировав всю «цепь» правового воздействия на общественные отношения, можно выяснить степень его эффективности и результативность действия в деятельности государства, что под силу лишь совместно действующим органам государственной власти и научному сообществу. Поспешный опыт правового регулирования любых общественных отношений создает объективные сложности в концептуализации искомой модели правообразования, построении оптимального механизма правового регулирования.

В современных условиях возрастает ценность диалога – передача информации между не пересекающимися участниками. Поэтому дискурсы между специалистами различных областей знаний в межличностной практике, междисциплинарный подход к анализу современных явлений будут способствовать грамотному внедрению цифровизации в жизнь общества, не затрагивая национальную идентичность.

Механическое заимствование нормативных правовых актов и целых отраслей из зарубежного законодательства тоже не поможет ответить на современные вызовы.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В целях эффективности правотворческой деятельности органов государственной власти республики для способствования формированию системного законодательства, направленного на обеспечение социально-экономического развития республики, можно было бы предложить Народному Совету как законодательному органу власти, иным правотворческим органам несколько общих рекомендаций в области правотворчества:

1) внедрять институт правового мониторинга с целью улучшения информационно-аналитического оснащения общего состояния правовой ситуации для органа правотворчества с привлечением широкого круга экспертов и институтов гражданского общества;

2) подвергать подготовленные проекты нормативных правовых актов разносторонним комплексным экспертизам, в том числе на соответствие терминологии, юридическому языку;

3) подвергать подготовленные нормативные правовые акты экспертной оценке на предмет их соответствия Конституции ЛНР и другим, в том числе кодифицированным, законам.

Таким образом, организованный правовой процесс по созданию и реализации норм права будет способствовать позитивному совершенствованию и укреплению правового режима и в целом правопорядка в республике. Правотворчество всегда выступает исключительно как способ планирования и прогнозирования будущего политико-правового и социально-экономического развития страны, и потому оно должно опираться только на научный методологический арсенал средств познания и апробирования [2, с. 185].

ЛИТЕРАТУРА

1. Федорченко, А. А. Правовое развитие России в XXI веке: выбор парадигмы / А. А. Федорченко // Правовое развитие России в XXI веке: принципы, стратегии, механизмы: материалы научно-практической конференции (14 окт. 2014 г., Москва) / под ред. проф. О. Ю. Рыбакова. – М., 2016. – С. 160–167.

2. Федорченко, А. А. Прогнозирование как функция правотворчества: приближение к объективным тенденциям правообразования / А. А. Федорченко // Правотворчество в Российской Федерации: проблемы теории и практики: материалы научно-практической конференции (13–16 апр. 2009 г., Москва). – М., 2010. – С. 182–188.

УДК 35.085

*Е. И. Макарова, Т. В. Мироненко,
г. Луганск*

НОРМАТИВНОЕ ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ

Каждое государство формирует собственный институт государственной гражданской службы, призванный обеспечить социально-экономические и политические преобразования в стране, в силу чего компетентность и профессионализм государственных гражданских служащих в определяющей степени обуславливают эффективность функционирования всей системы государственного управления. Именно поэтому одной из задач реформирования и развития системы государственной гражданской службы является формирование высококвалифицированного кадрового состава.

Государственный гражданский служащий четко ограничен рамками своего статуса, начиная с установленных требований к уровню профессионального образования, стажу

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

(опыту) работы на государственной службе, а также к профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей. Кроме того, профессиональная деятельность государственных гражданских служащих имеет ряд особенностей, таких как: выполнение работы строго регламентировано многочисленными нормативными предписаниями; высокие требования к выполнению поручений в отношении тщательности и точности соответствия должностному регламенту; наличие не только прямой ответственности за результаты своей деятельности, но и ответственности за косвенные последствия принятых решений; строго иерархические отношения, которые обуславливают служебное взаимодействие.

Так, профессор В. В. Граждан выделяет особенности государственной гражданской службы, существенным образом отличающие ее от других видов управленческой деятельности:

1. Сервисность. Основное назначение гражданской службы заключается в обеспечении (т. е. обслуживании) исполнения должностными лицами полномочий государственных органов, в оказании услуг населению, изучении общественных потребностей и запросов населения.

2. Безличность. Гражданские служащие выполняют свою работу в соответствии с предписанными правилами, без произвола и предпочтений. Закон для них должен быть превыше всего.

3. Субординационный характер. Любой аппарат гражданских служащих внутри государственного органа и отрасли строится на принципах субординации, то есть соподчинения одних работников другим. Каждое должностное лицо обычно обладает четко определенной компетенцией внутри иерархического разделения труда и ответственно за свою деятельность перед вышестоящим должностным лицом.

4. Стабильность. Штат гражданских служащих должен комплектоваться преимущественно на основе бессрочного найма. При этом государственные должности гражданской службы призваны стать для гражданских служащих постоянным занятием по найму с перспективой регулярного служебного повышения. Их положение не должно зависеть от политической конъюнктуры, личных симпатий или антипатий политических руководителей, необоснованных аппаратных реорганизаций. Государство только тогда стабильно, компетентно и профессионально может выполнять свои функции для населения, когда располагает стабильным, компетентным и профессиональным корпусом гражданских служащих [1, с. 248].

Исходя из обозначенных особенностей государственной гражданской службы, приходим к заключению, что эффективным механизмом, с помощью которого государство воздействует на кадровую политику, является механизм нормативно-правового обеспечения.

После провозглашения независимости Луганская Народная Республика выбрала вектор развития, направленный на создание демократического, правового и социального государства. В республике, по сути, заново отстраивается институт государственной и муниципальной службы, предназначенный для регуляции публично-правовых отношений. Именно поэтому разработка и принятие законодательных актов в сфере государственной гражданской службы является первостепенной необходимостью. В этом мы и усматриваем актуальность нашей работы.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В настоящее время в Луганской Народной Республик создана и действует нормативная правовая база по вопросам организации и функционирования государственной гражданской службы.

Нормативные правовые акты, регламентирующие кадровую политику Луганской Народной Республики, классифицируются в зависимости от их правового уровня или степени юридической силы. На первом правовом уровне находится Конституция, затем следуют законы, подзаконные акты – указы и распоряжения, постановления и иные нормативные правовые акты правительства государства, специальные нормативные правовые акты (положения, инструкции, регламенты, перечни и т. д.), локальные нормативные акты министерств и ведомств государства.

Аксиомой государственного строительства является обязательное принятие Конституции. Конституция Луганской Народной Республики – основной Закон Луганской Народной Республики прямого действия, имеющий высшую юридическую силу и создающий правовую основу для принятия законов и других нормативных правовых актов [5]; он утверждает права и свободы человека, гражданский мир и согласие, исходя из общепризнанных принципов равноправия и самоопределения народов, заявляя о стремлении обеспечить благополучие и процветание Республики. Нормы конституционного права играют принципиально важную роль в правовом регулировании государственной гражданской службы: во-первых, нормы конституционного права устанавливают основные принципы политического устройства государства, систему органов государственной власти, предметы ведения и полномочия Луганской Народной Республики и ее субъектов; во-вторых, нормы конституционного права регулируют общественные отношения, возникающие в связи с осуществлением государственной власти и в процессе ее реализации, которые составляют предмет деятельности государственной гражданской службы.

Правовые и организационные основы системы государственной службы Луганской Народной Республики, в том числе системы управления государственной службой, определяются Законом Луганской Народной Республики от 15.05.2015 № 27-П «О системе государственной службы Луганской Народной Республики» [3].

В соответствии с Конституцией и указанным законом был принят Закон Луганской Народной Республики «О государственной гражданской службе Луганской Народной Республики» от 03.07.2015 № 28-П, предметом регулирования которого являются отношения, связанные с поступлением на государственную гражданскую службу Луганской Народной Республики, ее прохождением и прекращением, а также с правовым положением (статусом) гражданского служащего – совокупностью прав, гарантированных государством, обязанностей и ответственности гражданского служащего, в том числе ограничений, обязательств, правил служебного поведения, порядка разрешения конфликтов интересов и служебных споров. В данном нормативно-правовом акте освещены вопросы касательно реализации кадровой политики государственной гражданской службы: квалификационные требования к должностям государственной гражданской службы, кадровые процессы и кадровая работа, формирование кадрового состава и т. д. [4].

Трудовой кодекс Луганской Народной Республики от 30.04.2015 № 23-П [6] и в целом трудовое право регулируют те нормы и отношения, которые не регламентируются законодательством о государственной гражданской службе. При этом на государственных служащих распространяются основные принципы правового регулирования трудовых

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

отношений, заложенные в Трудовом кодексе: свобода труда, включая право на труд; запрещение принудительного труда и дискриминации в сфере труда; защита от безработицы и содействие в трудоустройстве; обеспечение права каждого работника на справедливые условия труда; равенство прав и возможностей работников; обеспечение права каждого работника на своевременную и в полном размере выплату справедливой заработной платы; социальное партнерство.

Законом Луганской Народной Республики «О противодействии коррупции» от 17.07.2015 № 45-П устанавливаются основные принципы противодействия коррупции, правовые и организационные основы предупреждения коррупции и борьбы с ней, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений [2].

По вопросам регулирования отношений, связанных с функционированием государственной гражданской службы, в настоящее время действуют свыше 20 указов Главы Луганской Народной Республики, регламентирующих, в частности, порядок проведения конкурса на замещение вакантной должности государственной гражданской службы, порядок проведения аттестации госслужащих, порядок сдачи квалификационного экзамена, соответствие должностей государственной службы, присвоения классных чинов.

Кроме того, действуют нормативно-правовые акты, которые регламентируют практические аспекты кадровой политики, такие как: об утверждении примерной формы служебного контракта о прохождении государственной гражданской службы, методических рекомендаций по разработке должностных регламентов, об утверждении положения о порядке ведения, учета и хранения личных дел лиц, замещающих должности государственной гражданской службы Луганской Народной Республики, об исчислении стажа государственной гражданской службы Луганской Народной Республики, о трудовых книжках, о порядке предоставления сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера, о порядке организации и проведения служебных проверок и целый ряд других вопросов.

Особого внимания требует Кодекс поведения государственного гражданского служащего Луганской Народной Республики, утвержденный Указом Главы Луганской Народной Республики [7], целью которого является установление этических норм и правил служебного поведения гражданских служащих для достойного выполнения ими своей профессиональной деятельности, а также содействие укреплению авторитета гражданских служащих, повышение доверия граждан к государственным органам. Кодекс призван повысить эффективность выполнения гражданскими служащими своих должностных обязанностей, служит основой для формирования должной морали в сфере гражданской службы, уважительного отношения к государственной службе в общественном сознании в целом, а также выступает как институт общественного сознания и нравственности государственных гражданских служащих, их самоконтроля.

За неисполнение или ненадлежащее исполнение по вине государственного гражданского служащего возложенных на него служебных обязанностей, превышение должностных полномочий, нарушение трудовой и исполнительской дисциплины государственный гражданский служащий несет дисциплинарную, административную, уголовную и иную ответственность в соответствии с законодательством.

За совершение дисциплинарного проступка представитель нанимателя вправе применить дисциплинарное взыскание к государственному гражданскому служащему в виде

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

замечания, выговора, предупреждения о неполном должностном соответствии, а также увольнения с государственной службы согласно ст. 54 Закона Луганской Народной Республики «О государственной гражданской службе Луганской Народной Республики».

За последние годы в Луганской Народной Республике было немало сделано в области нормативного обеспечения работы с государственными гражданскими служащими. Принятые законы и указы Главы, постановления, распоряжения, нормы и положения позволяют регулировать общественные отношения в сфере реализации кадровой политики. Следует отметить, что не все кадровые технологии в равной мере нормативно обеспечены. Чаще всего нормативную правовую основу имеют такие системы, методы оценки и анализа профессионально-квалификационной структуры кадров, как аттестация, конкурсное замещение должностей, формирование и использование кадрового резерва. В настоящее время дополнительной правовой регламентации требуют такие кадровые технологии, как управление карьерой, ротация кадров, процедура направления государственных гражданских служащих на профессиональную подготовку.

Правовое регулирование в любой области общественной жизни – процесс постоянный. Поэтому ныне существующую систему нормативных правовых актов нельзя считать устоявшейся. Ее совершенствование должно осуществляться централизованно с учетом концептуальных положений государственной кадровой политики. Постоянное совершенствование правовой базы реализации кадровой политики государства стало одним из приоритетов государственной деятельности, поскольку качественно подготовленные кадры в Луганской Народной Республике являются одним из основных ресурсов общества и государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Граждан, В. В. Государственная гражданская служба : учебник / В. В. Граждан. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2009. – 544 с.
2. Закон Луганской Народной Республики от 17.07.2015 № 45-П «О противодействии коррупции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrudlnr.su/akti/zak/149-o-protivodeystvii-korrupcii.html>.
3. Закон «О системе государственной службы Луганской Народной Республики» от 15.05.2015 № 27-П [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrudlnr.su/akti/zak/150-o-sisteme-gosudarstvennoy-sluzhby-luganskoy-narodnoy-respubliki.html>.
4. Закон Луганской Народной Республики от 03.07.2015 № 28-П «О государственной гражданской службе Луганской Народной Республики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/984/>.
5. Закон Луганской Народной Республики от 30 апреля 2015 года № 24-П «О нормативных правовых актах в Луганской Народной Республики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/937/>
6. Трудовой Кодекс Луганской Народной Республики от 30.04.2015 № 23-П [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/980/>.
7. Указ Главы Луганской Народной Республики от 28.10.2015 № 574/01/10/15 «Об утверждении Кодекса поведения государственного гражданского служащего Луганской Народной Республики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrudlnr.su/akti/ukaz/529-ob-utverzhenii-kodeksa-povedeniya-gosudarstvennogo-grazhdanskogo-sluzhashego-luganskoy-narodnoy-respubliki.html>.

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ**

В настоящее время достижение стабильности функционирования субъектов предпринимательской и других видов деятельности, в том числе в социально-культурной сфере, является наиболее актуальной и важной задачей.

Руководители предприятия (фирмы), предприниматели, осуществляющие свою деятельность в условиях рыночной экономики, испытывают ежедневное давление со стороны конкурентов в борьбе за новых потребителей, за новые рынки сбыта, за качество выпускаемой продукции и оказываемых услуг.

Соревнование конкурентов вынуждает их постоянно заботиться о повышении эффективности производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности, снижении затрат, защите своих коммерческих секретов, способных за счет увеличения производительности и лучшего управления обеспечить стабильную финансовую устойчивость предприятия.

Это подтверждает существование настоятельной необходимости для людей предвидеть, знать и прежде всего учитывать в своих действиях изменения и факторы, влияющие на бизнес, социальную и экономическую среду – условия, определяющие нашу жизнь в современных рыночных условиях социально-экономического развития. Иными словами, люди всех профессий и на всех уровнях управления должны мыслить и действовать стратегически. Но что это – талант или приобретенные профессиональные способности современного менеджера?

Рассмотрим в теоретическом контексте несколько понятий стратегического менеджмента разных авторов из различных источников.

Стратегический менеджмент – это процесс определения взаимодействия организации с ее окружением, выражаемого через использование избранных целей и достижение желаемого результата путем распределения ресурсов организации в соответствии с эффективным планом действий [1].

Стратегический менеджмент – это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей [2].

Таким образом, можно, исходя из вышеизложенного, сделать вывод, что современный менеджер компании должен уметь не только мыслить стратегически, но и формировать управленческий процесс в компании, направленный на участие не только менеджеров, но и всех сотрудников коллектива в определении стратегических ориентиров развития компании, а значит, и участие во всех этапах стратегического процесса: стратегическом анализе, формировании стратегии и стратегическом выборе, оценке и реализации стратегии.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В теории Джонсона и Скоулза [3] стратегический процесс имеет логическую модель непрерывного взаимосвязанного действия (см. рис. 1).

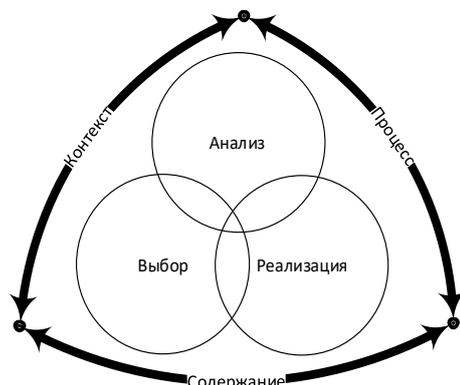


Рис. 1. Стратегический процесс, Johnson and Scholes, 1993, Pettigrew, 1998

Основные составляющие процесса стратегического менеджмента:

- определение назначения и главных целей бизнеса фирмы;
- анализ внешней среды фирмы;
- анализ ее внутренней обстановки;
- выбор и разработка стратегии фирмы;
- анализ портфеля диверсифицированной фирмы, проектирование ее организационной структуры;
- выбор степени интеграции и систем управления;
- управление комплексом «стратегия – структура – контроль»;
- определение нормативов поведения и политики фирмы в отдельных сферах ее деятельности;
- обеспечение обратной связи результатов и стратегии компании;
- совершенствование стратегии, структуры, управления.

Весь стратегический процесс в одной научной статье проанализировать нам не удастся, но на примере компании ООО «Алтай-СУЭК» рассмотрим первый этап – стратегический анализ, который и формирует стратегическое мышление.

Компания «Алтай-СУЭК» основана в 2014 году в Алтайском крае в рамках Стратегии по сбыту сортовых углей и развитию дистрибуции советом директоров ОАО «СУЭК» 10.12.2013 г.

Для создания сбытового регионального подразделения дистрибуции был выбран Алтайский край в связи со:

- значительной емкостью рынка коммунально-бытовых нужд Алтайского края;
- сравнительно низким уровнем газификации региона, что способствует сохранению спроса на уголь;
- географической близостью к добывающим активам «СУЭК» в Хакасии и Кузбассе
- развитой железнодорожной сетью в регионе.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Объем поставок каменного угля марки Д в Алтайский край, за исключением поставок на угольные электростанции, в 2012 г. составлял около 2 млн тонн в год.

Из этого объема наиболее привлекательным «целевым» сегментом для развития продаж через складскую сеть являлся сбыт физическим лицам и прочим потребителям (частные предприятия, бюджетные организации социальной сферы и т. д.). Емкость данного целевого сегмента рынка в 2012 г. составляла 1,2 млн тонн [4].

Таким образом, выбор данной компании был не случаен, так как она выполняет социально значимую задачу, обеспечивая топливом население региона на длительный отопительный сибирский сезон.

Миссия «Алтай-СУЭК» – нести тепло и уют в дома покупателей. Видение «Алтай-СУЭК» – развитие сортовой программы реализации угольной продукции и увеличение доли использования углей компании потребителями в регионах присутствия.

Ценности «Алтай-СУЭК»:

- качество продукции;
- ассортимент продуктовой линейки;
- стабильность поставок;
- прозрачность отношений с клиентами.

Стратегия «Алтай-СУЭК» – быть наиболее конкурентоспособным и надежным поставщиком угля на рынках регионов присутствия [Там же].

Практический аспект стратегического анализа рассмотрим на примере влияния внешних факторов на стратегические намерения компании. Проведем STEEP-анализ и определим влияние внешних факторов в целом на отрасль и ООО «Алтай-СУЭК», определив степень влияния по 5-балльной шкале (с ростом влияния от 1 до 5), в формате табл. 1.

Таблица 1

Анализ влияния факторов внешней среды (STEER-анализ)

№ п/п	Наименование факторов	Влияние факторов на угольную отрасль и компанию ООО «Алтай-СУЭК»	Баллы
1	Социальные факторы	– Увеличение рождаемости и, как следствие, увеличение индивидуального жилищного строительства, в том числе в сельской местности (где нет газификации); – возможное снижение доходов населения и, как результат, снижение спроса на качественные сорта углей; – повышение численности городского населения.	4
2	Технологические факторы	– Альтернативные источники тепла и энергии; – продвижение газификации в районах присутствия; – новые технологии систем комбинированного отопления и энергосбережения (газ – уголь – электроэнергия); – вывод новых продуктов, расширение ассортимента углей; – выпуск высокотехнологичного автоматизированного оборудования и техники для угольной промышленности.	3
3	Экономические факторы	– Рост инфляции, повышение стоимости кредитных средств, снижение покупательской способности потребителей; – увеличение стоимости товаров и услуг в рублевом эквиваленте;	3

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

		– нехватка ресурса (угля) под спрос из-за увеличивающегося спроса угля на экспорт (более маржинальное направление).	
4	Экологические факторы	– Экологические санкции на выброс углеродов; – длительный период отрицательных температур в Сибири; – отсутствие технологий дымоочистки и утилизации отходов печного отопления в частных домовладениях.	3
5	Политические факторы	– Установление регулирующим органом низкой предельной цены на уголь, реализуемый в розницу(населению); – санкции недружественных государств в отношении РФ (это оказывает негативное влияние на определенные секторы экономики (особенно на банковскую сферу); ведет к снижению покупательской способности населения; наносит вред межгосударственным проектам развития новых технологий); – налоговые льготы (введение понижающих коэффициентов).	3

Стратегический анализ влияния факторов внешней среды показывает следующие характерные аспекты относительно развития и угольной отрасли, и компании ООО «Алтай-СУЭК»:

- **Социальные факторы** определяют как положительное влияние, так и угрозы, и в достаточно высокой степени, на 4 балла. Так, например, повышение рождаемости и увеличение численности городского населения, а также увеличение объемов частного домостроения в перспективе будет увеличивать и потребности в твердом топливе, что обеспечит потребность в увеличении объемов поставок угля в регион. Однако надо учитывать и отрицательный фактор того, что доходы населения Алтайского края одни из самых низких в Сибирском регионе, а это может отрицательно сказаться на объемах закупок и ценах на уголь.

- **Технологические факторы** достаточно влиятельны, как на процессы добычи и переработки угля, что положительно влияет на объемы добычи и обогащения, на снижение затрат и повышение качества. Однако нельзя не учитывать и тот факт, что инновационные технологии позволяют уже сегодня в системе отопления жилых помещений применять альтернативные источники тепловой энергии (газ, электроэнергия, топливные брикеты и др.). Тем не менее в ближайшей перспективе это не окажет сильного отрицательного влияния на объемы поставок угля в регион, так как в Алтайском крае газифицирована только небольшая часть территории.

- **Экономические факторы**, инфляция, кризисные явления в экономике, увеличение стоимости как самого товара (в нашем случае угля), так и транспортных тарифов на его доставку в регион, аутсорсинговых услуг по складам и офисным помещениям, что увеличивает затраты и снижает маржинальную прибыль в отрасли и компании. Это может отразиться на снижении конкурентоспособности по цене, а значит, может снизить объемы покупки сортового угля потребителями.

- **Экологические факторы** также имеют разнополюсное влияние, хотя и среднего уровня, в 3 балла, но угроз больше, чем возможностей. Понятно, что достаточно длительный отопительный период в Сибири влияет на стабильные объемы поставок угля,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

хотя «теплые зимы» и могут несколько снижать потребности. Относительно экологических санкций на выброс углеводородов и отсутствие технологий дымоочистки и утилизации отходов печного отопления отметим, что они влияют отрицательно и сегодня, и могут отрицательно влиять в будущем.

• **Политические факторы** в первую очередь реально влияют на ценообразование угля для населения, так как регулируемыми органами устанавливаются низкие предельные цены на уголь, реализуемый в розницу (населению), но эти цены сегодня позволяют в отрасли и компании получать достаточную рентабельность при продажах. В условиях санкций государство положительно влияет на стимулирование экспорта и может вводить налоговые льготы (введение понижающих коэффициентов).

Таким образом, можно рассматривать реальное влияние внешних факторов на стратегические намерения компании ООО «Алтай-СУЭК» и обязательно учитывать это влияние на действия компании в среднесрочной перспективе.

Теория и практика стратегического управления доказывает необходимость формирования стратегического мышления у менеджеров различных сфер деятельности, в том числе социально-культурной сферы.

Понимая сложность формирования данных процессов в условиях военных действий, которые имеют место в ЛНР, подчеркнем: должна быть уверенность и надежда на мирное функционирование сферы жизнеобеспечения населения, на стратегическое видение развития сфер образования и культуры, предпринимательства на средне- и долгосрочную перспективу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 365 с.
2. Грант, Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.
3. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд ; пер. с англ. А. Р. Ганиева, Э. В. Кондукова. – М. : Вильямс, 2013. – 928 с.
4. Официальный сайт компании АО «СУЭК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.suek.ru>

УДК 327.7

*Е. А. Уткина,
г. Челябинск*

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ЛИТЕРАТУРНЫХ СЕМИНАРОВ КАК ФОРМА МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (на материалах Уральского региона)

Русский язык как средство международной коммуникации является одновременно своеобразной системой социокультурных координат, богатой сокровищницей жизнеутверждающих смыслов, необходимых для выстраивания межкультурного диалога. В условиях настойчивого вытеснения русского языка как основы для обмена культурным опытом на постсоветском пространстве особую актуальность приобретают различные формы литературной работы: конференции, совещания, творческие встречи, семинары.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В советское время сложилась широкая практика организации и проведения международных литературных совещаний молодых авторов, в рамках которых транслировался опыт профессионалов, оттачивалось мастерство начинающих писателей, происходило выстраивание творческих связей между представителями различных регионов СССР, формировалось особое пространство для диалога культур. Роль писателя в культурной среде советского времени была неизмеримо высокой: он выявлял, формулировал и транслировал образы и смыслы, необходимые для успешного развития общества в целом и отдельных его представителей.

События такого характера являлись частью государственной политики и проходили при активном содействии целого ряда общественных и государственных организаций: профессиональных союзов, библиотек, издательств, учебных заведений, периодических изданий. С распадом советского государства разрушилась и система организации подобных мероприятий. Однако их актуальность сохранилась и возросла в наши дни. В этих условиях возникла необходимость восстановления международного диалога в литературной среде.

Ряд профессиональных писательских сообществ, а также отдельные представители литературной среды занимаются организацией и проведением семинаров для молодых авторов нередко вне государственной поддержки.

Так, раз в два года проходит Международное совещание молодых писателей в г. Каменске-Уральском Свердловской области. По приглашению Ассоциации писателей Урала в 2015 году более 70 молодых литераторов – от 13 до 40 лет – из 16 регионов России, в том числе из Севастополя, а также из Беларуси, Казахстана и Луганской Народной Республики представили свои рукописи и приняли участие в их обсуждении. В разные годы через это совещание прошло более 800 молодых литераторов, 80 из них получили рекомендации в ряды профессиональных писательских союзов, более 400 выпустили свои первые книги. Совещание молодых писателей – это уникальная возможность для молодых авторов получить путевку в большую литературу [1].

Другим подобным мероприятием является Совещание молодых писателей в Челябинске, которое проводится ежегодно силами Молодежной литературной мастерской «Взлетная полоса» (руководитель – Н. А. Ягодинцева) при постоянной активной поддержке Челябинского государственного института культуры (ректор – В. Я. Рушанин). Совещание уникально тем, что его для пишущей молодежи организуют молодые писатели Южного Урала, они сами проводят отборочный конкурс «Стилисты добра» и принимают активное участие в руководстве творческими семинарами [2]. В 2017 году соучредителями Совещания выступили Челябинский государственный институт культуры и Областное общественно-правовое движение «За возрождение Урала». Благодаря поддержке инициативы молодых писателей Совещание в 2017 году вышло на новый, межрегиональный уровень.

Одной из насущных проблем в организации литературных семинаров является проблема финансирования. Организаторам приходится самостоятельно искать спонсоров среди общественных организаций, частных предпринимателей, а также неравнодушных к литературе граждан. Так, в 2017 году челябинское Совещание прошло при финансовой поддержке слушателей литературных курсов Челябинского государственного института культуры.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В этом совещании приняли участие более 80 начинающих авторов из Челябинска, Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Кемерово, а также из Донецкой Народной Республики.

В 2 дня работы Совещания уместился целый ряд ярких событий:

- торжественное открытие;
- первая челябинская литературная квест-экскурсия;
- презентация книг 6 молодых писателей: Натальи Тагориной (Санкт-Петербург), Дмитрия Филиппенко (Ленинск-Кузнецкий) и Анны Долгаревой (Донецк) – поэзия, Татьяны Ягодинцевой (Магнитогорск) и Сергея Васильченко (Орск) – проза, Анастасии Порошиной (Челябинск) – литературная критика;
- экспресс-лекции «Образ в поэзии» и «Образ в прозе»;
- литературное кафе, в котором в первый день работы Совещания была представлена поэма Андрея Расторгуева «Багрение», а во второй – сборник современной женской прозы «Я научила женщин говорить». Презентация прозы сопровождалась музыкальными номерами;
- работа двух поэтических и двух прозаических семинаров, в которых было подробно обсуждено более 50 рукописей молодых авторов;
- награждение победителей межрегионального литературного конкурса «Стилисты добра», большинство участников которого прошли отбор и стали участниками Совещания;
- торжественное закрытие Совещания [2].

Особенностью литературных семинаров вообще и поэтических семинаров в частности является особый творческий диалог. Авторский текст, выраженный в поэтической форме, в значительной степени является отражением личности автора, обнаруживает его картину мира, показывает систему ценностей, может служить существенным дополнением к психологическому портрету. Творческий диалог как форма межкультурного взаимодействия позволяет участникам в рекордно сжатые сроки (1–2 дня) выстроить глубокое взаимопонимание, наладить прочные дружественные отношения. В свою очередь плодотворные межличностные отношения между молодыми писателями представляют собой важный аспект сращивания разрозненного постсоветского культурного пространства.

Таким образом, совещания молодых авторов способствуют росту их мастерства, а также включению в профессиональное литературное сообщество, а их произведения служат распространению гуманистических ценностей и жизнеутверждающих идей в обществе. Данный вид работы может служить одним из инструментов дальнейшего укрепления межнациональных связей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кердан, А. Б. Третье международное совещание молодых писателей в Каменске-Уральском [Электронный ресурс] / А. Б. Кердан. – Режим доступа: <http://www.rospisatel.ru/sobytija2015/110.htm>
2. Никонорова, Н. О VIII Межрегиональном Совещании молодых писателей (Челябинск, 7–8 апреля 2017 г.) [Электронный ресурс] / Н. Никонорова – Режим доступа: <http://aspuris.ru/o-viii-mezhregionalnom-soveschanii-molodyh-pisateley-chelyabinsk/>

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ОБЪЕКТ МОДЕЛИРОВАНИЯ

В настоящее время одним из наиболее значимых процессов в функционировании и развитии предприятий является интеллектуализация производства, которая определяется его интеллектуальным потенциалом и уровнем его использования, а также предполагает высокую квалификацию персонала. Приоритетным направлением для успешной деятельности предприятия на сегодняшний день является накопление кадрового потенциала, что происходит, прежде всего, за счет непрерывного развития персонала в системе управления [1].

На современном этапе предприятия Луганской Народной Республики неактивно вкладывают средства в профессиональное развитие персонала, а те, которые вкладывают, часто сталкиваются с проблемой неэффективности таких инвестиций. Если же инвестиции не обеспечивают ожидаемого прироста прибыли и не приводят к видимым позитивным экономическим и социальным изменениям на предприятии, их дальнейшее осуществление можно считать нецелесообразным. Учитывая это, проблемы повышения профессионального развития кадрового потенциала в системе управления персоналом предприятия приобретают особую актуальность. Очень важно построить несколько моделей поведения администрации в случае изменения поведения персонала или условий и факторов внешней среды.

Типичность и цикличность поведения персонала, предсказуемость его мотивации должны быть в основе стандартизации требований к формированию модели управления персоналом. Модель, а лучше несколько, должна не только подсказывать способ решения проблемы с персоналом, но и работать на опережение – дать стратегические ориентиры работы персонала.

Сложность формирования модели и детерминирования в нее разных переменных, в том числе социальных, усложняет задачу. Важно учитывать множество факторов и ограничений модели. Факторы могут быть индикаторами. Это инвестирование, мотивация, условия труда и многое другое.

Инвестиции в развитие персонала являются одним из основных факторов увеличения производительности, преодоления кризисных явлений и достижения высоких темпов экономического роста. Предприятия, которые постоянно занимаются вопросами инвестирования в профессиональное развитие персонала, отличаются высоким уровнем доходности, финансовой устойчивостью и быстро получают весомые конкурентные преимущества.

Персоналу не всегда необходим карьерный рост, а вот внимание руководителей, признание достижений отдельного работника, оценка его вклада в процветание предприятия – необходимый элемент успешной деятельности предприятия и эффективного управления персоналом.

Исследованиям, посвященным управлению персоналом как объекту моделирования, во все времена уделялось немало внимания. Широкий круг вопросов, связанных с переосмыслением роли персонала в экономических процессах, нашли отражение в трудах известных зарубежных ученых-экономистов: Т. Бойдела, А. Маршалла, Ф. Махлупа,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С. Милля, А. Смита, Л. Туроу и других. Среди научных разработок зарубежных и российских ученых следует отметить труды Т. Ю. Базарова, Н. С. Гавкаловой, П. В. Журавлева, А. А. Гришновой, А. В. Денисовой, И. В. Журавлевой, А. Я. Кибанова, А. М. Колотая, Е. М. Либановой, Д. П. Мельничука, Г. В. Назаровой, И. Л. Петровой, В. А. Савченко, Н. В. Семьикиной, Ю. Г. Одегова и др.

Многообразие факторов и разнообразие их влияния на процесс формирования модели управления персоналом обуславливают выявление составляющих как объекта моделирования.

С точки зрения рассмотренного предложения к моделированию управления персоналом модель предполагает стратегическое планирование его развития.

В общем виде модель – это воспроизведение или отображение объекта, замысла (конструкций), описания или расчетов, которые отражают, имитируют, воспроизводят принципы внутренней организации или функционирования, определенные свойства, признаки, характеристики объекта исследования или его воспроизведения (оригинала) [3].

Применение в сфере управления персоналом предприятия различных экономических моделей и методов позволяет усовершенствовать систему управления в целом за счет повышения точности и оперативности экономического анализа, а также использования при проведении анализа факторов внешней и внутренней среды [4].

Сущность моделирования в общем виде представлена на рис. 1.



Рис. 1. Общий вид процесса моделирования

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Моделирование – циклический процесс. Это означает, что за первым четырехэтапным циклом может последовать второй, третий и т. д. При этом знания об исследуемом объекте расширяются и уточняются, а исходная модель постепенно совершенствуется.

Формы моделирования бывают разные. Одна из форм моделирования – это методика проведения эксперимента с помощью математической модели, обобщенно представляющей реальную ситуацию.

Таким образом, моделирование является попыткой реально представить существующую ситуацию с помощью математической логики в целях прогнозирования того, что произойдет. Моделирование помогает менеджерам, позволяя им задать множество вопросов типа «что если» и при этом, не вынуждая их принимать решение, приводящее к реальным результатам.

Цель модели – позволить менеджерам добиться понимания проблемы, прежде чем принимать решение в действительности, а так же получить образец поведения и принятия управленческого решения в условиях ограниченного и ситуационного выбора текущих обстоятельств [2].

Процесс моделирования включает три элемента:

- субъект (исследователь),
- объект исследования,
- модель, определяющую (отражающую) отношения познающего субъекта и познаваемого объекта.

Модель управления персоналом предприятия включает в себя: четко определенные цели, вытекающие из них единые принципы организации всей управленческой деятельности, в том числе и описание ее структуры (уровней, функций и связей); механизмов ее функционирования (методы и средства), а также структуры и механизмов связей системы управления персоналом предприятия с другими подсистемами и внешней средой. Основным понятием в процессе формирования модели управления персоналом предприятия является механизм управления, представляющий собой сочетание законов, правил и процедур для принятия управленческих решений.

Следовательно, модель управления персоналом является основой формирования и развития персонала предприятия. Самые высокие результаты в сфере улучшения эффективности труда и профессионального развития персонала могут быть достигнуты при комплексном использовании факторов внутренней и внешней среды, а также за счет постоянного планирования и прогнозирования потребностей в персонале, укомплектования штата, проведения профориентационной работы с персоналом, внедрения системы оценивания и технологий развития, управления кадровым потенциалом и деловой карьерой персонала в оперативной и стратегической деятельности предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Захарова, О. В. Методические особенности оценки качества профессионального развития персонала / О. В. Захарова, Н. В. Городничук // Современные наукоемкие технологии: приоритеты развития и подготовка кадров : сборник статей Международной научно-практической конференции. – Казань : Изд-во Казанского государственного технического университета, 2014. – С. 199–205.
2. Колосок, В. Характеристика моделей управления развитием персоналу промышленного предприятия / В. Колосок, А. Алистева // Схід. – 2009. – № 9 (100). – С. 8–12.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3. Трункина, Л. В. Современные императивы формирования и развития трудового потенциала персонала предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Трункина Лидия Валентиновна. – Саратов, 2011. – 24 с.

4. Экономика труда : учебное пособие / Б. Д. Бреев, Н. Н. Пилипенко, Л. Т. Столяренко и др. ; под общ. ред. Б. Д. Бреева, Н. Н. Пилипенко. – М. : Изд-во МГСУ «Союз», 1999. – 300 с.

УДК 336.02

*В. В. Черевань,
г. Луганск*

НАЛОГОВЫЙ МЕХАНИЗМ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Современная экономика находится в условиях постоянной трансформации. Разработка системы управления налоговым механизмом является основополагающей целью стабилизации экономики Луганской Народной Республики, поскольку эффективность работы налогового механизма имеет прямую зависимость от состояния экономики и ее отраслей. Налоговый механизм как экономическая категория рассматривается в совокупности с финансовым механизмом, являясь ее частью.

В основе нестабильности развития экономики находится проблематика налогового механизма, и совершенствование его управления повлияет, в свою очередь, на стабилизацию экономического развития. Данные аспекты связаны с тем, что налоговая система Луганской Народной Республики содержит большое количество контролирующих элементов, но при этом высокая налоговая нагрузка и наличие малого количества налоговых льгот не позволяет современным предприятиям становиться конкурентоспособными и расширять свой производственный запас. Это, в свою очередь, отражается и на инвестиционной привлекательности всей экономики в целом.

Современный этап развития экономики Луганской Народной Республики направлен на изменение модели развития, в основе которой лежит сырьевая зависимость, а также модели инновационного развития с учетом мирового опыта.

Для получения положительного результата внедрения инновационной системы развития необходимо изменить и налоговый механизм для быстрого и своевременного реагирования налоговой системы на условия, которые диктуют изменения в мировой политике. При этом необходимо, чтобы при реализации мер по управлению налоговым механизмом учитывались не только потребности государственного управления в части пополнения бюджета, но и интересы всех сфер экономики.

На данном этапе государственное управление в налоговых отношениях осуществляется в основном с применением фискальной функции, при этом экономическая и социальная функции применяются недостаточно. Для формирования сильной и развитой экономики необходимо усилить действие регулирующей функции, что поможет сбалансировать интересы как со стороны государства, так и со стороны реального бизнеса.

Данный факт свидетельствует о необходимости применения более существенной и углубленной аргументации принимаемых решений, связанных с развитием налогового механизма. По этой причине необходим поиск новых инновационных подходов к решению вопросов, связанных с управлением налогового механизма.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Императивная направленность работы налоговой системы на данном этапе должна быть заменена на совместную заинтересованность в развитии экономики. Явной проблемой в становлении налоговых отношений является отсутствие единообразной системы определения источника для формирования налоговой базы. Кроме того, проблема стабильного развития налоговой системы заключается в отсутствии налоговых льгот, направленных на расширение инвестиционной составляющей экономики.

Налоги являются значимой составляющей доходной части бюджета. По этой причине их значимость для финансовой, политической и социальной жизни государства высока [1].

Первой и основной обязанностью каждого налогоплательщика является уплата всех законно установленных налогов. Для хозяйствующих субъектов вопросы оптимизации налоговой нагрузки в последнее время стали не менее важными, чем результативное бизнес-планирование производственных и управленческих процессов.

Система законодательного урегулирования обложения налогом и система нормативного урегулирования бухгалтерского учета составлены на схожих, но все-таки различных принципах, что обуславливает образование расхождений между данными налогового и бухгалтерского учета.

Иначе говоря, информация, сформулированная в бухгалтерском учете, не всегда может быть прямо применена при установлении базы налога – нужна дополнительная переработка данных. В то же время руководствоваться необходимо не только экономическим содержанием хозяйственных операций, но и нормативной базой бухгалтерского учета, требованиями законодательства о сборах и налогах [2].

Вместе с тем налогообложение является одной из наиболее быстро развивающихся и регулярно реформирующихся отраслей законодательства Луганской Народной Республики. Несвоевременный учет изменений, внесенных в законодательные и нормативные акты, может создать предпосылки для возникновения налоговых нарушений, что, в свою очередь, не только приведет к ощутимым материальным убыткам в форме налоговых штрафов, но и может отрицательно повлиять на репутацию компании.

В налоговых взаимоотношениях финансово реализовано существование государства.

Исторический анализ экономических событий в Луганской Народной Республике позволяет выявить финансовые кризисы и ярко демонстрирует, что экономическим рискам подвержены все сектора экономики на микро- и макроуровне.

Налоговый риск относится к финансовым рискам по некоторым аспектам, поскольку сам экономический риск имеет в основе только риск финансовых потерь.

По этой причине, уточняя понятие, налоговый механизм автор будет опираться на две фундаментальные науки: теорию экономики и теорию экономического права [3]. По нашему мнению, само понятие «налоговый механизм» уже на начальном этапе его определения можно разделить по субъектам исследования: реальный бизнес и государство. Налоговая безопасность предприятия реализуется через налоговый механизм регулирования налоговых отношений.

Налоговый механизм, реализуемый государством в процессе налоговых отношений, основан на регулировании социально-экономических процессов внутри страны.

Причина всего этого кроется в целях и задачах субъектов налоговых отношений.

Таким образом, если субъектом выступают государственные структуры, то основной их целью будет формирование собственных, т. е. государственных, денежных средств –

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

государственного бюджета – за счет поступления денежных средств от реального сектора экономики, т. е. налогоплательщиков. И напротив, цель каждого налогоплательщика – сохранить свои собственные денежные средства и уберечься от всевозможных экономических рисков, например таких, как налоговые риски.

В современной экономической литературе на данный момент налоговый механизм как экономическая категория недостаточно представлен в исследованиях ученых. В свою очередь данный аспект влечет за собой одностороннее рассмотрение этой категории. В большей части изученных автором источников он представлена как совокупность способов и правил налоговых правоотношений, с помощью которых обеспечивается достижение целей налоговой политики.

Некоторые современные ученые определяют налоговый механизм как комплекс трех взаимодействующих финансово-бюджетных сфер деятельности, регламентированный особыми правовыми нормами всего арсенала законодательных актов государства.

Учитывая все рассмотренные трактовки налогового механизма, мы предлагаем рассматривать налоговый механизм как экономическую категорию – совокупность налоговых мер и способов, применяемых в процессе установления налоговых правоотношений между субъектами для формирования устойчивой системы налогообложения, в результате действий которой будет создана устойчивая экономика, которая, в свою очередь, будет способна своевременно и оперативно реагировать на происходящие события как на микро-, так и на макроуровне.

При изучении теоретических аспектов налогового механизма необходимо уделить должное внимание понятию «налоговый риск», поскольку в экономике по причине отсутствия стабильности в налоговом законодательстве именно налоговый риск играет большую роль в процессе дестабилизации налоговых правоотношений.

Современный бизнес постоянно, практически уже с момента своего создания подвержен большому количеству финансовых рисков. Конечно, при рассмотрении финансового риска, с одной стороны, это явление само по себе нежелательно, поскольку в большинстве случаев компания, которая «перенесла» финансовый риск, несет финансовые потери, а это уже негативный фактор проявления риска. С другой стороны, при этом могут возникать не совсем положительные стороны риска, такие как, например, конкурентные преимущества, поскольку только при наличии конкурентной борьбы бизнес действительно будет расти как в финансовом, так и в производственном плане. «Риск начинает существовать только тогда, когда субъект делает выбор, который является причиной этого риска», т. к. определяет экономический риск [4].

Под налоговым риском понимается опасность для субъекта налоговых правоотношений понести финансовые и иные потери, связанные с процессом формирования налогового обязательства вследствие негативных отклонений для определенного субъекта от предполагаемых значений, основанных на действующих нормах права.

Изучение данного определения позволяет выявить существенные факторы, влияющие на стабильность функционирования налогового механизма. Существует риск того, что налоговый орган при налоговой проверке признает операцию облагаемой налогом. Вопрос о налоговом риске встает, как правило, тогда, когда законодательство недостаточно четко определяет, нужно ли облагать налогом ту или иную операцию.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Таким образом, причиной возникновения налоговых рисков для государства становится бизнес, поскольку именно от него зависит объем поступления налоговых платежей, при этом государство планирует данное поступление, поскольку в Луганской Народной Республике государственный бюджет на 80 % состоит из сумм налоговых поступлений. Иными словами, государство заранее предполагает, в каком объеме и когда каждый сектор экономики должен принести доход в бюджет. Речь идет о внутренних факторах для одного субъекта – государства. При этом внешние факторы, оказывающие влияние непосредственно на налоговые риски, сводятся к минимуму и выступают как экономические риски. Для реального же сектора экономики внешними факторами выступает именно государство, которое прямо влияет на законодательный процесс, т. е. формирует законодательную базу для возникновения и установления налоговых правоотношений в рамках формирования основы для исчисления и уплаты налоговых платежей.

Следовательно, необходимо на государственном уровне создавать условия для развития и расширения экономики Луганской Народной Республики. Данный факт, в свою очередь, положительно отразится на процессе исполнения налоговых обязательств, приведет к снижению налоговых рисков и эффективному управлению налоговым механизмом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баландина, А. С. Анализ применения налоговых стимулов / А. С. Баландина // Вестник. Экономика. – 2015. – № 1 (21). – С. 35–48.
2. Калінеску, Т. В. Проблеми формування ефективних інструментів податкового регулювання в умовах інтеграції держав / Т. В. Калінеску // Вісник Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка. Економіка. – 2009. – № 111. – С. 8–10.
3. Налогообложение : проблемы науки и практики – 2009 : монография / под. ред. проф. Ю. Б. Иванова. – Харьков : ФЛП Либушкина Л. М. ; ИД «ИНЖЕК», 2009. – 296 с.
4. Янушевич, Я. В. Податковий механізм регулювання циклічних коливань економіки / Я. В. Янушевич // Фінансова сфера та її роль у зростанні конкурентних переваг національних економік : матеріали науково-практичної конференції, 12–13 бер. 2009 р. – Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2009. – Ч. II. – С. 320–322.

УДК 379.8

*О. Н. Щербакова, Е. Б. Сергеева,
г. Улан-Удэ*

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ АНИМАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКОГО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ДОСУГА

Регион Восточная Сибирь является привлекательной территорией в плане активного развития туристско-рекреационных услуг. Восточная Сибирь обладает привлекательными возможностями как для внутреннего, так и для въездного иностранного туризма; в последнее время эта сфера несырьевой экономики получила весомое развитие и значение в регионе.

Наш регион привлекателен для экотуризма, связанного с посещением экзотических и уникальных ландшафтов. Уникальным брендом региона является голубая жемчужина Сибири – священное озеро Байкал. Регион обладает прекрасным туристическим потенциалом, включающим в себя природно-рекреационную и историко-культурную составляющие; все это создает определенные возможности для развертывания сети

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

компактных специализированных туристских комплексов с особо высоким качеством обслуживания.

В настоящее время в нашем регионе действует множество туристических баз, курортов, гостиничных комплексов, баз отдыха, санаторно-оздоровительных комплексов, кемпингов государственного и частного сектора, которые предоставляют населению и гостям большое количество туристских, культурно-познавательных, рекреационно-оздоровительных и досуговых услуг. Кроме того, в сибирском крае развит водный, лыжный, горнолыжный, палаточный туризм, популярны пешеходные, конные, автобусные, теплоходные, железнодорожные маршруты, сплавы на плотках и байдарках, также можно посетить саянские пещеры в сопровождении подготовленных спелеологов.

Однако не стоит забывать, что подобного рода услуги не всегда подходят детям. Обеспечить активный и запоминающийся отдых для детей – задача аниматоров.

Веселый и запоминающийся отдых для всей семьи – это когда не только родители, но и дети довольны, активны, веселы и заинтересованы в отдыхе. Анимация имеет немаловажное значение для отдыха, развития, развлечения детей, которые любят веселиться и играть на свежем воздухе в любое время года. Дети по своей природе находятся в постоянном развитии, бесконечно стремятся узнавать и открывать что-то новое для себя, получать неоценимый опыт, проявлять себя. В этом случае как раз анимация очень хорошо помогает раскрыть таланты ребенка, способствует формированию навыков общения и работе в коллективе со сверстниками.

Анимационный туристический сервис играет важную роль в общей инфраструктуре индустрии отдыха и гостеприимства и направлен на реализацию разнообразных задач. В первую очередь это формирование оптимистического настроения, воспитание, наполнение отдыха и пр. Заполняя играми, развлечениями, спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы.

Аниматор детских анимационных программ – это специалист, занимающийся разработкой и созданием как индивидуальных, так и коллективных программ, которому для этого необходимо обладать достаточно широким перечнем качеств, такими как: компетентность, артистичность, энергичность, активность, умение найти общий язык с детьми, профессионализм и т. д.

Социально-культурная анимационная программа не только доставляет удовольствие всем участникам, но и является интересной и познавательной, развивает физическую и социальную подготовку детей. Очень важно предоставить ребенку как можно больше возможностей для самостоятельных наблюдений и исследований окружающего его мира, используя при этом самые разнообразные виды анимационных программ.

Опираясь на свойства социально-культурной анимации, на ее содержательность, можно определить структурную функцию социально-культурной анимации:

- функция релаксации способствует восстановлению энергии личности, снятию стресса, напряжения, направлена на восстановление душевного равновесия личности;
- функция рекреации – направлена на восстановление и развитие физических и духовных сил человека в процессе отдыха;
- функция коммуникации служит как способ «оживления» и «одухотворения» межгрупповых и межличностных отношений, способствует продуктивному общению;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– функция коррекции предполагает реализацию механизма «исправления» внутреннего состояния, а также преодоления отрицательных настроений и эмоций, аномалий в развитии личности;

– функция адаптации – процесс приспособления личности к новым условиям жизни, она приобщает к социальным нормам и правилам поведения в обществе, раскрывает навыки ориентирования в социальной среде;

– функция регенерации способствует сохранению хорошего настроения, накоплению положительных эмоций личности в процессе социокультурной анимации.

Основными широко используемыми формами в организации социально-культурной анимационной программы для детей, находящихся на отдыхе, являются:

- мастер-классы;
- выставки поделок, достижений;
- различные квеструмы;
- селфи-квесты и селфи-туры по территории;
- тематические шоу-программы;
- театрализованные представления;
- викторины, творческие олимпиады;
- концертные программы;
- церемонии награждения за достижения с элементами театрализации и концертными номерами;
- КВН;
- балы и карнавалы;
- праздники, парады, маскарады;
- мистерии;
- театрализованные постановки;
- спортивные праздники с конкурсно-соревновательными элементами;
- дискотеки, танцевальные программы с играми и пр.;
- мультимедийные анимационные проекты и др.

Социально-культурная анимация выступает как своеобразный вид услуг по организации рационального рекреационного досуга, целью которой является улучшение качества обслуживания потребителей досуговых услуг, а также выступает как своеобразная форма рекламы с целью привлечению потенциального потока отдыхающих. С точки зрения систематического подхода туристическая анимация – это удовлетворение определенных туристских потребностей в общении, культуре, творчестве, движении, хорошем времяпрепровождении, развлечении.

Социально-культурная анимация в социально-культурном сервисе и туризме – это особый вид деятельности, направленный на организацию досуга населения в свободное время. Аниматор – это человек, который играет с детьми, организует спортивные мероприятия и представляет вечерние шоу для туристов. Анимация так же важна, как еда, комфортабельные номера или любой другой сервис в отеле. В наше время большинство людей, которые останавливаются в гостиницах в летний сезон, требуют возможность весело провести время с семьей.

Есть много причин для введения социально-культурной анимации на курортах, базах отдыха, турбазах:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- аниматоры создают положительный имидж;
- аниматоры могут увеличить процент людей, которые в будущем захотят вновь посетить базу отдыха;
- аниматоры заботятся о детях, позволяя взрослым отдыхать в отеле и давая им возможность организовать собственный досуг;
- аниматоры повышают конкурентное преимущество на рынке предлагаемых туристско-рекреационных услуг;
- аниматоры способствуют продвижению рекламы.

Аниматор играет главную роль при постановке и реализации анимационных программ, на его плечах лежит огромная ответственность за качество оказания анимационных услуг, ведь аниматор выступает как актер, сценарист, режиссер, организатор, педагог-психолог и т. д.

Практически все анимационные агентства, студии, праздничные корпорации используют в своей работе с детьми образы любимых и узнаваемых героев мультипликационных фильмов, сказок, комиксов, таких как Даша-путешественница и ее верный друг Обезьянка, Маша и Медведь, Гарри Поттер, Шрек, Фиона и Осел, Малыш и Карлсон, Незнайка, Добрыня, Буратино и Мальвина, Пеппи Длинныйчулок, Красная Шапочка, Белоснежка, Человек-паук и другие персонажи книг и фильмов, мультфильмов для детей. Часто героями программ для детей становятся клоуны, фокусники и волшебники, пираты, индейцы, а также традиционные персонажи русских сказок и т. д. Чтобы привнести региональный колорит в организацию анимационных программ для детей, чаще всего используют персонажи сказок, эпосов и легенд сибирского края – Великий старец Байкал и его слуги могучие ветра Култук, Сарма, Баргузин, единственная дочь Байкала своенравная красавица Ангара, славные богатыри Енисей, Иркут, Саян, Батор, Улунтуй. Знакомят детей не только с восточной и западной культурой бурят и русских старожилов, но и с семейской культурой старообрядцев Сибири, а также с культурой других народов, населяющих наш регион, – эвенков, якутов, татар, монголов и других северных народов.

Таким образом, мы можем заметить, что социально-культурная анимация и анимационные программы для детей – это неотъемлемая часть современной индустрии развлечений. С каждым годом количество методов и способов развлечения отдыхающих во время отдыха в туристических комплексах возрастает. Благодаря фантазии организаторов и техническому прогрессу появляются новые формы организации досуга, такие как анимация.

Роль аниматоров заключается в поиске эффективных педагогических и творческих технологий для преодоления проблем социокультурной сферы, в которых находится ребенок. Задачи аниматора: создать комфорт, настроение и увлеченность самыми разнообразными идеями, затеями в процессе развлечения и познавательной деятельности детей, из чего в результате и складывается полноценная, профессиональная анимационная программа. В связи с этим аниматорам необходимо проходить обучение в школах аниматоров, чтобы иметь возможность повысить свой профессиональный уровень и обеспечить высокое качество предоставляемых ими услуг.

В рамках подготовки курсовой работы нами было проведено социологическое исследование, направленное на изучение основных критериев профессионального мастерства аниматоров, занимающихся организацией детского туристско-рекреационного досуга. Исследование проводилось среди сотрудников детских анимационных агентств и студий

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

детских и семейных праздников города Улан-Удэ, таких как: «Непоседы», «Дельфин», «Аладдин», «Арлекин», «Мармелад», «Алоха», «Little People», «Есть идея!», «Варенье», «Праздник каждый день», «The best», Арт-студия «Theatre», «Золотая стрекоза», «Андерсен». Указанные участники социологического исследования организуют корпоративные, развлекательные, праздничные мероприятия для детей, подростков и молодежи города.

Респондентам было предложено ответить на 22 вопроса анкеты. Паспортичка включала в себя ряд вопросов, касающихся социально-демографической характеристики и уровня образования. Всего в анкетировании приняло участие 120 человек в возрасте от 17 до 56 лет, из них высшее образование имеют 21,6%, что составляет 26 от общего числа опрошенных. 14 человек имеют высшее образование в сфере культуры и искусства, 12 человек – высшее образование в других сферах.

На вопрос «что побуждает тебя заниматься аниматорским мастерством?» подавляющее большинство респондентов ответили, что главным мотивом их творческой занятости является желание развивать свои творческие способности – 28,3 %, для 59,7 % это является основной трудовой занятостью, для 12 % – способом занять свободное время. Большинство опрошенных отметили, что за подготовку новых анимационных программ берутся уверенно, спокойно, обдумав весь процесс, – 40 %; 32 % ответили, что за новые интересные программы берутся с творческой энергией, энтузиазмом; но часть респондентов – 28 % – отметили, что за новое дело не всегда берутся с чувством уверенности. Большинство опрошенных – 65 % – стараются быстро найти и устранить причины ошибок и неудачи, если таковые случаются; это указывает на то, что аниматоры стараются исправить свои ошибки, ищут новые пути решения проблемы организации.

В результате исследования нами также было выявлено, что анимационные программы используются достаточно широко и часто, но не всегда на должном профессиональном уровне. Так, в городе Улан-Удэ нет соответствующих профессиональных предложений, по изучению и освоению аниматорского мастерства.

В связи с этим нами был разработан и предложен авторский проект «Школа аниматорского мастерства „Затейники”» для учащихся старших классов общеобразовательных школ, ссузов, студентов вузов и практиков. В процессе обучения перед нами были поставлены задачи раскрыть индивидуальные особенности курсантов, развить лидерские способности, научить профессиональной риторике аниматоров, обучить аниматорскому мастерству, подготовить грамотных, успешных менеджеров и организаторов анимационных программ. Ведущими педагогами школы будет преподавательский состав кафедры социально-культурной деятельности ВСГИК, приглашенные специалисты-практики, руководители профильных студий и агентств.

Работа школы аниматорского мастерства планируется на базе ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры», срок обучения в данной школе составит 72 академических часа, три учебные недели, 6 дней в неделю. По окончании школы обучающимися будет проведен итоговый контроль и вручены удостоверения о прохождении курсов.

В программе курсов предусмотрены занятия по основам организаторской деятельности, актерскому мастерству, риторике, составлению анимационных программ, сценарно-режиссерским основам КДП, мастерству ведущего, умению работать с шарами ШДМ. По окончании курсов возможными сферами применения полученных знаний, умений,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

навыков могут стать детские общественные объединения, летние школьные площадки, спортивные и оздоровительные лагеря, дома и базы отдыха, объекты туристического кластера, дома и дворцы творчества, учреждения социально-культурной сферы, анимационные агентства и пр.

Таким образом, на современном этапе развития региональной сферы туризма большое внимание уделяется вопросам досуга и развлечения. Нередко сами туры становятся развлекательными, а правильно построенная и грамотно организованная составляющая отдыха является решающим аргументом в конкурентной борьбе за туриста. Особенно актуальной в условиях туристско-рекреационных комплексов является организация анимационной деятельности детей. На туристских объектах сибирского региона, за исключением немногих крупных компаний, нет специальной анимационной службы. Школа аниматорского мастерства позволит подготовить ряд профессионально ориентированных людей для внедрения комплексных анимационных программ для детей, предназначенных для использования в туристских зонах и комплексах, умеющих грамотно обосновывать их ресурсное обеспечение и конкурентные преимущества.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ

УДК 339.174

*А. В. Амеличкин,
г. Орел*

**ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ИЗДАТЕЛЬСТВ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВАНИЯ
КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ**

Появление и динамичное развитие новых интерактивных каналов коммуникаций, Интернета, увеличение скорости и доступности информации приводят к тому, что книжные издательства учреждений культуры и образования применяют различные способы повышения интереса к книгам, активно конкурируют с издательствами и взаимодействуют с партнерами и коллегами по книжному делу. Эффективная реализация издаваемой литературы возможна лишь тогда, когда потенциальный потребитель осведомлен об этих изданиях и проявляет к ним интерес. Поэтому издатель должен отводить значимую роль активной информационно-коммуникативной деятельности.

Усилия книжного издательства дадут результат при наличии у потенциального покупателя потребности в приобретении товара. Для этого нужно разработать стратегическую программу по информированию покупателей о книгах, целью которой будет продвижение на рынок необходимой литературы и возбуждение интереса к ней у лиц, принимающих решение о ее приобретении.

Для гарантии коммерческого успеха руководство книжных издательств учреждений культуры и образования должно понимать, какими коммуникационными системами оно может пользоваться с учетом своих материально-технических возможностей [3, с. 197]. Следовательно, в условиях ограниченности финансовых ресурсов книжных издательств учреждений культуры и образования значимым средством их коммуникаций и элементом книжной торговли является выставочно-ярмарочная деятельность.

Под выставочно-ярмарочным мероприятием следует понимать комплекс мероприятий, носящих рыночный, коммерческий характер и позволяющих экспоненту использовать все маркетинговые инструменты в процессе презентации результатов своей хозяйственной деятельности.

В выставочно-ярмарочной деятельности учреждений культуры и образования в рыночных условиях все большее значение приобретают, кроме коммерческих, и культурологические аспекты. На выставках-ярмарках встречаются авторы, издатели, книгораспространители и непосредственные потребители издаваемой продукции. Функции книжных выставок и ярмарок многообразны: информация о книгах, готовящихся к печати и вышедших в свет; реклама изданий как среди книгораспространителей, библиотекарей, так и среди розничных покупателей; изучение спроса на литературу в различных регионах и среди отдельных групп покупателей; заключение коммерческих договоров на закупку оптовых партий издательской продукции, а также на предварительные заказы на будущие издания, в том числе на условиях кредитования; закупка авторских прав на издание книг [2, с. 91].

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Все издательства учреждений культуры и образования стремятся фигурировать в книжных выставках, поскольку участие в них уже достижение, а также возможность показать свои успехи и результаты работы, ознакомиться с продукцией конкурентов, перенять их опыт в производстве и сбыте продукции.

Участие в книжной выставке-ярмарке – серьезное мероприятие для издательств учреждений культуры и образования. Успех здесь имеют те организации, которые не только выставляют образцы книг, но и дают возможность оптовым покупателям и частным лицам получить каталоги наличия изданий, макеты и проспекты будущих книг, сделать заказ.

Представители книжных издательств учреждений культуры и образования, готовясь к участию в той или иной ярмарке, изучают конъюнктуру книжного рынка, знакомятся с региональными рейтингами популярности изданий, котировками розничных цен. Они заранее договариваются с издателями, оптовиками о встречах, сообщают им о конъюнктурном спросе и предполагаемых коммерческих сделках, о возможностях кредитования и других важных условий для подписания договора купли-продажи.

Выставки-ярмарки посещают довольно большое количество людей. Издательство должно подготовить к экспозиции книжную продукцию, украсить стенд, книги расположить удобно для осмотра. Необходимо иметь достаточное количество рекламных листовок и проспектов.

Сотрудники, участвующие в выставках-ярмарках, должны быть компетентными, коммуникабельными, внимательными, но без навязчивости. Нужно вести учет положительным и отрицательным отзывам посетителей для дальнейшего анализа.

Традиционно во время выставок-ярмарок проводится серия информационных, рекламных и учебно-методических мероприятий для специалистов – семинары по проблемам товароведения, маркетинга, новых книгоиздательских и книготорговых технологий. Одновременно организуются тематические презентации книг, встречи с авторами и издателями, культурные мероприятия. Освещение этих событий в средствах массовой информации делает выставки-ярмарки достаточно привлекательным видом коммуникаций.

Книжная выставка-ярмарка является мероприятием корпоративным. В ее организации участвуют книжные и издательские ассоциации, для ее проведения создается организационный комитет. Пресса заранее публикует ежегодный календарный план проведения книжных выставок-ярмарок. Все это требует высокого уровня предпринимательской дисциплины, организованности, точного выполнения коммерческих договоров, подписанных на ярмарках. Поэтому организаторами заранее разрабатываются и утверждаются условия проведения ярмарки, обязательства сторон, определяются санкции, которые вступают в силу при невыполнении одной или другой стороной своих обязательств.

Особо следует рекомендовать руководителям книжных издательств учреждений культуры и образования принимать участие в презентациях, выставках, конференциях, днях открытых дверей, круглых столах целевых аудиторий, т. е. школах, ссузах, вузах, учреждениях дополнительного образования, в целом в культурно-образовательном пространстве. Именно на этот сегмент ориентирована книжная продукция издательств.

На выставках-ярмарках традиционно проводится конкурсный отбор книг для вручения всевозможных премий. Получить такую премию очень престижно, поэтому все издательства стремятся приурочить выпуск новой продукции ко времени проведения выставок.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Общепризнанным инструментом выставочно-ярмарочной деятельности для издательств учреждений культуры и образования является презентация книжной продукции. Данный вид мероприятий привлекает внимание к книге, побуждает потребителя ее приобрести. Обязательными гостями презентаций являются журналисты, коллеги, друзья.

Значимым инструментом выставочно-ярмарочной деятельности для издательств учреждений культуры и образования является проведение семинаров. Связано это с тем, что в основном данными организациями выпускается образовательная и учебная литература. Отметим, что положительной стороной данного инструмента коммуникаций является практически полное отсутствие нецелевой аудитории, отрицательной – достаточно высокая стоимость [4, с. 44–45].

В практической деятельности издательств учреждений культуры и образования может применяться и классический инструментальный издательского маркетинга (реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, брендинг), однако это единичные случаи. В нашем исследовании акцент был сделан на традиционные, наименее финансово затратные и наиболее распространенные элементы коммуникационной политики в культурно-образовательном пространстве.

Каждый инструмент выставочно-ярмарочной деятельности в издательском деле имеет более высокую результативность в том случае, если он применяется по назначению и / или в сочетании с другими элементами продвижения. В зависимости от целевой аудитории и коммуникационной стратегии на рынке может применяться различное сочетание форм продвижения, которое представляет собой комплекс коммуникаций [1, с. 111].

Таким образом, коммуникативная деятельность издательств учреждений культуры и образования определяется современным состоянием и развитием книжного рынка, особенностями издательской продукции. Участие в выставках-ярмарках – самый распространенный метод коммуникационной политики издательств учреждений культуры и образования. Выставочно-ярмарочная деятельность как средство коммуникации в книжной индустрии является необходимым элементом инфраструктуры рынка. На выставках-ярмарках их участники получают достаточное количество необходимой информации по всем аспектам позиционирования, что пробуждает их творческую фантазию, способствует развитию маркетинговой стратегии, улучшает организацию производства. На выставках-ярмарках широко представлена информация о производстве и потреблении книжной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере : учебное пособие для бакалавров / А. В. Амеличкин. – 2-е изд., доп. – Орел : ОГИК, 2018. – 131 с.
2. Есенков, Б. С. Предпринимательство в книжном деле : справочник / Б. С. Есенков, Г. Н. Ершова и др. – М. : МГУП, 2003. – 275 с.
3. Комаров, Е. И. Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности : учебно-методическое пособие / Е. И. Комаров, Н. П. Маковеев. – М. : МГУП, 2000. – 239 с.
4. Шишкина, Н. И. Способы продвижения печатной продукции издающими организациями Республики Беларусь / Н. И. Шишкина // Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А.А. Куляшова. Серыя Д. Эканоміка, сацыялогія, права. – 2015. – № 2. – С. 39–46.

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АНАЛИЗА
РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Одной из задач управления административными территориями является оценка эффективности регионального менеджмента. Полученная оценка выступает отправной точкой как при стратегическом планировании, так и при оперативном прогнозировании развития региона. Региональная диагностика позволяет грамотно вырабатывать комплекс управленческих решений, направленных на преодоление узких мест, и может использоваться органами государственной власти как на региональном уровне (область, район), так и на государственном.

Косвенной характеристикой эффективности управления административной территорией выступает уровень социо-эколого-экономического развития региона. Исследование существующих методов анализа регионального развития показало отсутствие программных продуктов, предназначенных для оценки развития административных территорий. Поэтому для проведения подобных исследований существует необходимость в разработке специализированного программного продукта, который сделал бы процесс анализа развития регионов более объективным, четким и автоматизированным. Разрабатываемая система должна соответствовать следующим требованиям:

- проводимый анализ сделать простым и удобным для специалистов;
- работать быстро, эффективно и надежно, отвечать требованиям современной компьютерной техники;
- быть гибкой (настраиваться под нужды анализа);
- иметь интуитивно понятный и привлекательный интерфейс;
- использовать научно обоснованные алгоритмы, способные максимально точно способствовать решению поставленных задач;
- полученные результаты должны интерпретироваться в конкретные, понятные каждому специалисту выводы.

Разрабатываемая система должна соответствовать следующим требованиям: проводить анализ согласно функциональному методу региональной диагностики [1]; быть гибкой; полученные результаты должны интерпретироваться в конкретные, понятные каждому ЛПР выводы.

Следующим этапом разработки системы должно быть определение функциональных требований, которые должны быть реализованы в системе. К таковым можно отнести следующие:

1. Проводить анализ согласно разработанной методике региональной диагностики.
2. Ввод информации администратором системы осуществляется через специальные формы путем внесения соответствующей информации в нужные поля. Также информация для исследования может передаваться в систему в виде документов Microsoft Excel.
3. Система должна осуществлять проверку корректности вводимых значений.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4. Получаемые в результате исследования оценки регионального развития должны интерпретироваться в соответствующие смысловые значения и формироваться в виде отдельного отчета.

5. Система должна обеспечиваться справочными материалами по работе с ней.

6. Каждой кнопке формы должна соответствовать «горячая» клавиша на клавиатуре.

7. Система должна предоставлять возможность удаления неактуальных или неважных для исследования показателей.

8. При необходимости должны строиться графики и диаграммы для более наглядного визуального отображения результатов.

Для достижения поставленных требований было решено использовать многослойную архитектуру. Многослойная архитектура обеспечивает группировку связанной функциональности приложения в разных слоях, выстраиваемых вертикально, поверх друг друга. Функциональность каждого слоя объединена общей ролью или ответственностью. Слои слабо связаны, и между ними осуществляется явный обмен данными. Правильное разделение приложения на слои помогает поддерживать строгое разделение функциональности, что, в свою очередь, обеспечивает гибкость, а также удобство и простоту обслуживания [2, с. 39].

При строгом разделении на слои компоненты одного слоя могут взаимодействовать только с компонентами того же слоя или компонентами слоя, расположенного прямо под данным слоем. Более свободное разделение на слои позволяет компонентам слоя взаимодействовать с компонентами того же и всех нижележащих слоев (рис. 1).

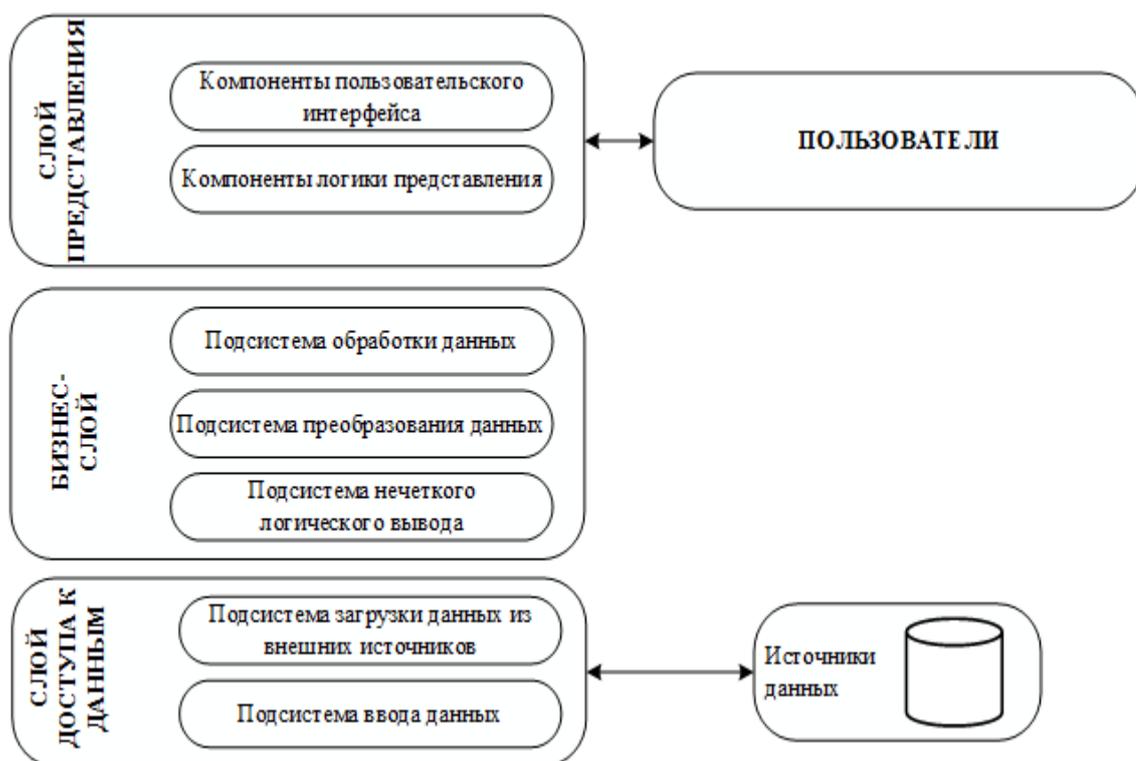


Рис. 1. Пример многослойной архитектуры приложения

Приложение может состоять из ряда базовых слоев. Типовой трехслойный дизайн, представленный на рис. 1, включает следующие слои:

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

– слой представления. Данный слой содержит ориентированную на пользователя функциональность, которая отвечает за реализацию взаимодействием пользователя с системой и, как правило, включает компоненты, обеспечивающие общую связь с основной бизнес-логикой, инкапсулированной в бизнес-слое;

– бизнес-слой. Этот слой реализует основную функциональность системы и инкапсулирует связанную с ней бизнес-логику. Обычно он состоит из компонентов, некоторые из которых предоставляют интерфейсы сервисов, доступные для использования другими участниками взаимодействия;

– слой доступа к данным. Этот слой обеспечивает доступ к данным, хранящимся в рамках системы, и данным, предоставляемым другими сетевыми системами. Доступ может осуществляться через сервисы. Слой данных предоставляет универсальные интерфейсы, которые могут использоваться компонентами бизнес-слоя.

Преимуществами данного подхода являются следующие:

– абстракция. Многослойная архитектура представляет систему как единое целое, обеспечивая при этом достаточно деталей для понимания ролей и ответственностей отдельных слоев и отношений между ними;

– инкапсуляция. Во время проектирования нет необходимости делать какие-либо предположения о типах данных, методах и свойствах или реализации, поскольку все эти детали скрыты в рамках слоя;

– четко определенные функциональные слои. Разделение функциональности между слоями очень четко. Верхние слои, такие как слой представления, посылают команды нижним слоям, таким как бизнес-слой и слой данных, и могут реагировать на события, возникающие в этих слоях, обеспечивая возможность передачи данных между слоями вверх и вниз;

– высокая связность. Четко определенные границы ответственности для каждого слоя и гарантированное включение в слой только функциональности, напрямую связанной с его задачами, поможет обеспечить максимальную связность в рамках слоя;

– возможность повторного использования. Отсутствие зависимостей между нижними и верхними слоями обеспечивает потенциальную возможность их повторного использования в других сценариях;

– слабое связывание. Для обеспечения слабого связывания между слоями связь между ними основывается на абстракции и событиях;

– управляемость. Разделение основных функций помогает идентифицировать зависимости и организовать код в секции, что повышает управляемость;

– производительность. Распределение слоев по нескольким физическим уровням может улучшить масштабируемость, отказоустойчивость и производительность;

– тестируемость. Улучшение тестируемости является результатом наличия строго определенных интерфейсов слоев, а также возможности переключения между разными реализациями интерфейсов слоев.

В соответствии с требованиями к разработке информационной системы и выбранным архитектурным шаблоном разрабатываемое приложение будет иметь следующую архитектуру (рис. 2).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

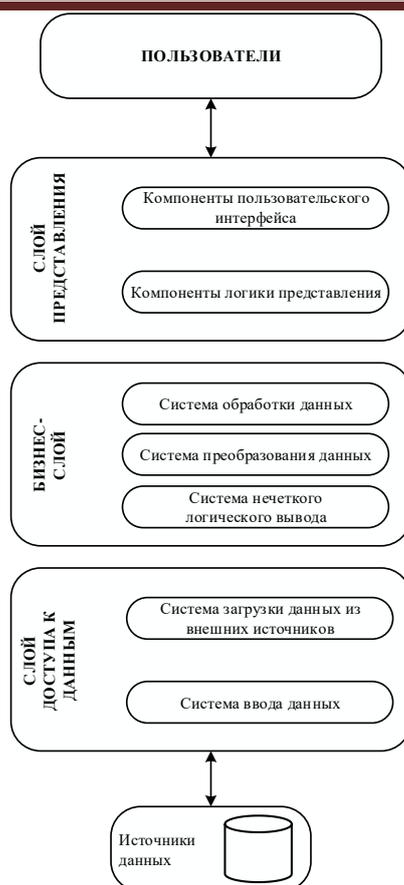


Рис. 2. Архитектура разрабатываемого приложения

Таким образом, **слой представления** состоит из компонентов пользовательского интерфейса и компонентов логики представления. **Бизнес-слой** состоит из следующих компонентов: система обработки данных, система преобразования данных и система нечеткого логического вывода [3]. **Слой доступа к данным** включает в себя систему загрузки данных из внешних источников и систему ввода данных. Результатом архитектурного проектирования должно стать разработанное приложение, полностью соответствующее установленным требованиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рязанцева, Н. А. Функциональная модель анализа эколого-социально-экономического развития региона / Н. А. Рязанцева // Инновационные инструменты маркетинг-менеджмента : монография. – Луганск : Ноулидж, 2016. – С. 26–52.
2. Сомасегар, С. Руководство Microsoft по проектированию архитектуры приложений / С. Сомасегар, С. Гатри, Д. Хилл. – 2е изд. – М. : Изд-во MICROSOFT, 2009. – 529 с.
3. Штовба, С. Д. Введение в теорию нечетких множеств и нечеткую логику [Электронный ресурс] / С. Д. Штовба. – Режим доступа: <http://matlab.exponenta.ru/fuzzylogic/book1/>.

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСЕ
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Что такое информационные технологии? Мы живем в мире информационных технологий. Любая технология рано или поздно становится информационной (ИТ): если не целиком, то по крайней мере отдельные ее компоненты имеют отношение к ИТ, а если еще не имеют, то в скором времени будут. Вся наша жизнь — бизнес, системы управления, культура — проходит под знаком ИТ. Современный мир стремительно меняется: стираются старые контуры, вырисовываются новые, и это происходит так быстро, что никаким текстовым процессором не описать. В ближайшем будущем темпы изменений будут только расти.

Информационные технологии в бизнесе — одна из главных тенденций в реализации банка информации современного общества. Технический прогресс и новые технологии, ускорение сбора и обработки данных обусловили несколько этапов эволюции ИТ.

В настоящее время отмечено изменение вектора направленности развития ИТ с усовершенствования технических средств для работы с информацией на увеличение эффективности бизнеса. Информационная система осуществляет превращение вероятностной системы (стохастической) в детерминированную (с четкими причинно-следственными связями) и обеспечение минимума исходной информации при максимуме преобразованной. ИС должна решать задачи стратегического и тактического планирования, учетные задачи и задачи оперативного управления [3, с. 20–22].

Для четкого понимания взаимосвязи между корректным применением информационных технологий и эффективным управлением прежде всего необходимо определиться с основными понятиями, на которых базируются информационные технологии в системе управления. Рассмотрим вначале само понятие информационных систем.

Информационные системы управления (ИСУ) — совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, других технологических средств и специалистов, предназначенная для сбора, хранения и обработки информации, а также принятия решений [2, с. 8–10].

Это понятие лишь кратко описывает сущность ИСУ, на самом же деле ИСУ гораздо сложнее, чем может показаться на первый взгляд. Для того чтобы лучше понять эту систему, рассмотрим ее разделы:

1. Уровень в системе государственного управления: федеральные; региональные; муниципальные.
2. Область функционирования экономического объекта: банковские; страховые; транспортные.
3. По видам процессов управления: информационные системы управления в технологических процессах.

С точки зрения решения управленческих задач ИС позволяют нам:

- 1) повышать степень понимания принимаемых решений за счет оперативного анализа, передачи и понимания информации;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

2) обеспечивать своевременность принятия решений по управлению организацией в условиях нестабильной экономики;

3) добиваться повышения качества управления за счет своевременного предоставления необходимой информации руководителям на всех уровнях управления;

4) согласовывать решения, принимаемые на различных уровнях управления и в разных структурных подразделениях в различных ситуациях и т. д. [5].

Еще совсем недавно информационные системы не имели столь сильного влияния на предприятия и современный мир в целом. Для развития и нормального функционирования предприятия было достаточно квалифицированного руководителя (лидера предприятия). Только крупные компании вводили в штат центры аналитики, готовившие обобщенные данные для принятия решений. Быстрое развитие, улучшение качества, повышение надежности вычислительной техники привели к тому, что роль информационных технологий в бизнесе резко возросла. Мы перечислим основные причины, по которым спрос на информационные технологии так резко возрос:

1. Глобализация знаний и развитие торговли.
2. Развитие экономики, интеграция производства и торговли.
3. Распространение информации по принципу «в любое время и где угодно».
4. Появление и развитие интернет-ресурсов, поисковых систем и т. д.

Технологии информационного обеспечения бизнеса, которые так быстро захватили мир, способствуют оперативному мобильному доступу с возможностью обширной аналитики. Иногда это может создавать такие неприятности, как трудности для региональных и национальных предприятий [1].

Мы уже выяснили, что существует несколько видов ИТ. Из этого можно сделать вывод, что предприятия определяют для себя, какие именно информационные системы им наиболее выгодно использовать для получения наибольшей прибыли и эффективной работы предприятия. Далее перечислим основные критерии выбора ИТ:

- 1) функциональные возможности информационной системы;
- 2) перспективы развития;
- 3) технические характеристики;
- 4) минимизация рисков.

Для наилучшего понимания каждого из вышеперечисленных критериев мы рассмотрим, в чем их суть [2, с. 44–46].

Под функциональными возможностями системы понимается ее соответствие тем бизнес-функциям, которые уже существуют или только планируются для внедрения на предприятие. Перспективы развития закладываются в систему ее поставщиком с учетом комплекса стандартов, которым она удовлетворяет.

К техническим характеристикам можно отнести:

- 1) архитектуру системы;
- 2) надежность;
- 3) масштабируемость;
- 4) способность к восстановлению;
- 5) наличие средств резервного копирования.

Под риском обычно понимается некая вероятность того, что при внедрении информационной системы управления какие-то цели так и не будут достигнуты. Для

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

снижения такой вероятности проводится комплексный анализ факторов риска и поэтапное воплощение решения. Каждый этап предваряется новой оценкой действительности, и решение модифицируется определенным образом.

К примеру, для минимизации инвестиционных рисков выделяют следующие объекты затрат:

- 1) процесс создания системы;
- 2) оборудование;
- 3) программное обеспечение;
- 4) персонал;
- 5) управление задачами [4].

Далее рассмотрим основные задачи для персонала и менеджеров информационных технологий:

1. Разработка информационных технологий управления организацией.
2. Основные принципы использования информационных технологий управления.

Научный базис информационных технологий основан на интеграции информатики и современных методов административного управления:

- 1) Принцип оперативного управления (управление в реальном времени).
- 2) Принцип сквозного управления (информационная поддержка полного цикла управления, включая сбор и анализ информации о состоянии объекта управления, моделирование и прогнозирование его состояния, планирование управляющих воздействий, непосредственную поддержку принятия решений по их реализации, доведение решений до исполнителей, контроль исполнения).
- 3) Принцип сетевого управления, позволяющий реализовать взаимодействие «вертикальных» и «горизонтальных» линий коммуникации и потоков деятельности предприятия.

Несмотря на все перечисленные положительные качества методов и способов работы с информационными технологиями существуют и негативные факторы, которые влияют на работу предприятия. Кроме того, существуют угрозы со стороны нерадивых сотрудников, когда технологии направлены не на благо предприятия, а, наоборот, ему во вред. Всем известно, что информационные технологии несут нам огромную пользу, но нам тоже необходимо помнить, что наряду с пользой есть риски и угрозы потери информации и данных менеджерами, особенно в конкурентной борьбе с другими предприятиями.

Источником угроз является несанкционированный доступ – противоправное преднамеренное овладение конфиденциальной информацией лицом, не имеющим права доступа к охраняемым сведениям. Это могут быть действия взломщика, вредоносные программы и т. д., например:

1. Троянский конь – программа, выполняющая в дополнение к основным, т. е. запрограммированным и документированным действиям дополнительные, не описанные в документации.
2. Вирус – программа, которая может заражать другие программы путем включения в них модифицированной копии, обладающей способностью к дальнейшему размножению.
3. Захватчик паролей – это программы, специально предназначенные для кражи паролей. При попытке обращения пользователя к терминалу системы на экран выводится информация, необходимая для окончания сеанса работы.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

4. Логические бомбы – как следует из названия, используются для искажения или уничтожения информации, реже с их помощью совершается кража или мошенничество.

Однако сегодня существует целый ряд новых современных технологий, например: Kaspersky, Avast, AVG... Все это охранники, которые защищают пользователей и помогают избежать значительно превосходящих потерь и ущерба, которые могут возникнуть при использовании информационных технологий. Менеджерам необходимо выбрать рациональный способ защиты своих данных и быть внимательными при использовании ИТ [4].

Исходя из вышесказанного можно отметить, что современные информационные технологии имеют определенную особенность. Если на заре их появления средства автоматизации и обработки информации в основном применялись к уже существующим процедурам управления, то в последнее время ситуация в корне изменилась. Информационные технологии становятся своеобразным катализатором распространения передового управленческого опыта и современных технологий менеджмента. При этом они оптимизируют бизнес-процессы в соответствии с последними достижениями теории и практики менеджмента. Естественно, до сих пор существуют недочеты и негативные стороны в применении данных систем, однако при разумном использовании они принесут гораздо больше пользы, нежели вреда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусова, И. Д. Информационный менеджмент как новая методология построения системы управления информацией [Электронный ресурс] / И. Д. Белоусова // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 9. – Ч. 1. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/09/37296> (дата обращения: 23.09.2018).
2. Вертакова, Ю. В. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для СПО / Ю. В. Вертакова. – М. : Юрайт, 2016. – 325 с.
3. Информационные технологии в бизнесе / под ред. М. Желены. – СПб. : Питер, 2002. – 1120 стр.
4. Нгуен, Т. Т. Информационные технологии в менеджменте / Т. Т. Нгуен // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 6. – С. 84.
5. Пыжинский, Я. И. АРМ специалиста – составляющая эффективного менеджмента / Я. И. Пыжинский, Д. В. Бростинов, В. Е. Нафиев // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 93. – С. 116–120.

УДК 351.85

*С. В. Олексина,
г. Луганск*

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ

С наступлением информационной эпохи особую актуальность приобретает проблема информационного взаимодействия. Отсутствие единого информационного поля, сбора и обработки информации является серьезным препятствием для эффективного взаимодействия сотрудников различных подразделений, что, в свою очередь, сказывается на эффективности

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

работы предприятия в целом. Информационные управляющие системы, электронное технологическое оснащение развиваются настолько динамично, что малейшее отставание в их освоении и применении непременно выводит организацию, учреждение, предприятие на периферию развития.

Сегодня практически все структуры, работающие в области социально-культурной деятельности, такие как музеи, издательства, центры развлечений и отдыха и прочие, используют ряд информационных технологий. Данная возможность позволяет предоставлять наиболее актуальную информацию, необходимую для принятия решений, направленных на выполнение поставленных задач, и помогает упростить процесс административного и служебного общения между сотрудниками учреждения с целью достижения положительного результата работы в целом. Использование современных достижений в области компьютерных технологий в сфере управления дает возможность более четко моделировать, прогнозировать и анализировать работу учреждений. В связи с этим исследование и совершенствование системы управления методом внедрения современных информационных технологий в работу социально-культурных учреждений Луганской Народной Республики представляется своевременным и актуальным, что и определило цель работы.

Объектом исследования послужили учреждения культуры и социального обслуживания населения.

Для достижения поставленной цели было необходимо решение следующих задач:

- определение существующих информационных технологий, а также их применение в структурах управления предприятия или учреждения социально-культурной сферы Луганской Народной Республики;
- анализ направлений использования имеющихся информационных технологий в управлении, а также определение их значимости и эффективности применения в структуре управления предприятия или учреждения;
- обобщение полученных данных исследования и выявление недостатков применения информационных технологий в работе учреждения социально-культурной сферы Луганской Народной Республики;
- исследование тенденций применения информационных технологий в практике управления зарубежными учреждениями и предприятиями в современных условиях;
- изучение возможности внедрения новых методов информационных технологий в области управления предприятиями или учреждениями социально-культурной сферы Луганской Народной Республики.

Исторические взгляды на применение информационных технологий в системе управления предприятиями сформировались на основе большого количества работ в различных областях наук ученых и специалистов, таких как Г. Гант, Ф. Гилберт, Г. Эмерсон, М. Кук, Г. Форд, О. Шпенглер, У. Мартин.

Проблема исследования информатизации социально-культурной сферы и применения информационных технологий для повышения эффективности работы учреждений была рассмотрена такими учеными, как: И. Д. Фруглин, А. Л. Семенов, С. Пасперт, А. Д. Иванников, А. Г. Свиначенко, Е. Н. Соболева, С. М. Авдеева, Г. А. Бордовский, Б. М. Позднеев, В. А. Королев, Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Щекова, В. М. Чижиков, В. В. Чижиков, Г. А. Боронникова, Т. О. Липиева, М. П. Переверзев, Т. В. Косцов,

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

М. Кастельс, И. С. Мелюхин, К. К. Колин, А. Еляков, В. А. Катаев, Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников, В. Е. Новаторов.

В. А. Граубаров в своей книге «Информационные технологии для менеджеров» отмечал, что внедрение первых компьютеров в 70-х гг. XX ст. с достаточно широкими для непрофессионального пользователя возможностями произвело информационную революцию и знаменовало начало фазы безбумажного развития информационных технологий в сфере управления. Исключительно быстрое распространение и развитие в качестве инструментального средства накопления, преобразования и передачи информации позволило компьютерным технологиям внедриться практически во все области человеческой деятельности, не минуя социокультурную сферу [1, с. 34].

В современных условиях эффективное управление представляет собой ценный ресурс организации наряду с финансовыми, материальными, человеческими и другими ресурсами. Следовательно, повышение эффективности управленческой деятельности становится одним из ключевых направлений совершенствования деятельности учреждений в целом. Повышение степени использования информационных технологий, а также качества работы в сфере деятельности учреждений культуры и социального обслуживания населения является приоритетной задачей для руководителей всех уровней.

На данный момент под информационными технологиями управления учреждением понимают: аппаратное обеспечение, программное обеспечение, телекоммуникации, системы управления базами данных и другие технологические средства хранения, обработки и передачи информации. Данные технологические возможности позволяют руководителям в кратчайшие сроки создавать и обеспечивать доступ к сложным базам данных о работе учреждения, его деятельности, посетителях, потребителях культурной продукции, а также получать и выполнять отчеты о работе подразделений с разной периодичностью. На основании полученных данных руководителями могут быть приняты стратегические, тактические и другие виды управленческих решений. Отсюда следует, что неэффективное использование информационных технологий, неудовлетворительное состояние материально-технической базы объектов сферы культуры и социального обслуживания населения могут препятствовать развитию функционирования учреждений социокультурной сферы в целом.

Практическое применение в программном обеспечении учреждений культуры и социального обеспечения получили такие программные продукты, как: 1С Театр, КАМИС, Theatron, Премьера Back Office и мн. др. В качестве примера можно выделить программную систему КАМИС (Комплексная автоматизированная музейная информационная система). Система КАМИС предоставляет пользователю широкий спектр возможностей, таких как: обработка, хранение, публикация информации о музейных предметах и коллекциях; оформление учетной документации, систематизация и использование информации по научным темам музея и мн. др. Система КАМИС впервые была внедрена в работу отделов живописи в 1991 году и используется для работы известных музеев и в нынешнее время в расширенном функционале [2].

Можно предположить, что исследование данной проблемы позволит решить такие стратегически важные задачи управления, как:

– улучшение базовых показателей эффективности работы социально-культурных учреждений;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- модернизация механизма работы, позволяющего оперативно осуществлять планирование, контроль, выполнение поставленных задач на основании имеющихся данных;
- более точное выявление недостатков в хозяйственной деятельности учреждений социокультурной сферы;
- повышение конкурентоспособности по отношению к зарубежным учреждениям культуры и социального обслуживания населения.

В последние десятилетия во всей вертикали управленческой структуры социально-культурных учреждений разных стран мира наблюдается увеличение использования информационных технологий с целью улучшения механизма работы. В свете вышеизложенного становится очевидна необходимость модернизации старых систем управления и внедрение новых прикладных разработок, которые в дальнейшем могут помочь в совершенствовании структуры управления учреждений социокультурной сферы Луганской Народной Республики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Граубаров, В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Граубаров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
2. Комплексная автоматизированная музейная информационная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kamis.ru>.

УДК 004.8

*Н. Н. Попова, Я. О. Концевой,
г. Луганск*

РАЗРАБОТКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СПРОСА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ

Оптовые торговые предприятия работают в условиях, когда ценовые методы конкуренции становятся все менее эффективными, поэтому предприятия сейчас стараются уделять все больше внимания клиентским предпочтениям и качеству предоставляемых услуг. Поэтому создание и внедрение системы оптимального управления сбытом, обеспечивающей максимально полное удовлетворение потребностей клиентов при минимальном уровне затрат и приемлемой норме доходности, является как никогда актуальным.

Требования, предъявляемые к системе управления товарным ассортиментом, таковы:

- система должна содержать методы, позволяющие эффективно работать с очень широким ассортиментом;
- методы, используемые в рамках системы, должны быть достаточно гибкими и применимыми для всего ассортимента в целом, позволяя при этом учитывать специфику каждой товарной группы;
- система должна учитывать клиент-ориентированную корпоративную стратегию предприятия.

Система управления товарным ассортиментом представлена на рис. 1.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

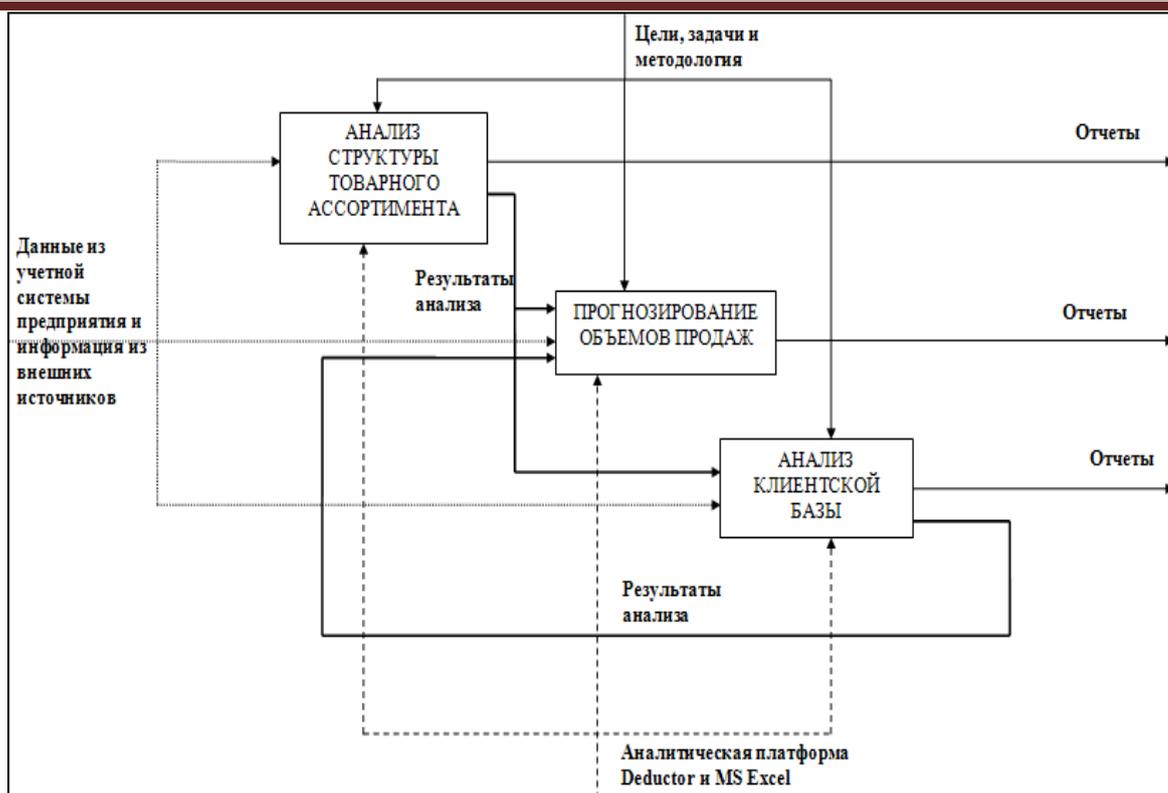


Рис. 1. Структура системы управления товарным ассортиментом

Реализованные в рамках модуля алгоритмы ABC-XYZ-анализа позволяют структурировать товарный ассортимент, выделяя наиболее значимые для деятельности предприятия товарные группы и позиции, а также оценить стабильность спроса на товары [1].

Алгоритм кластеризации по ценовым диапазонам позволяет оценить степень сбалансированности ассортимента.

Решается проблема работы с широким ассортиментом [2]:

- предприятие получает сводную информацию о структуре и поведении ассортимента;
- весь ассортимент разбит на группы, к каждой из которых может быть применена своя стратегия управления;
- для дальнейшего анализа будут выбраны наиболее значимые и интересные для предприятия группы и позиции.

На рис. 2 представлена общая динамика объема продаж по группе «Тетради ученические».

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

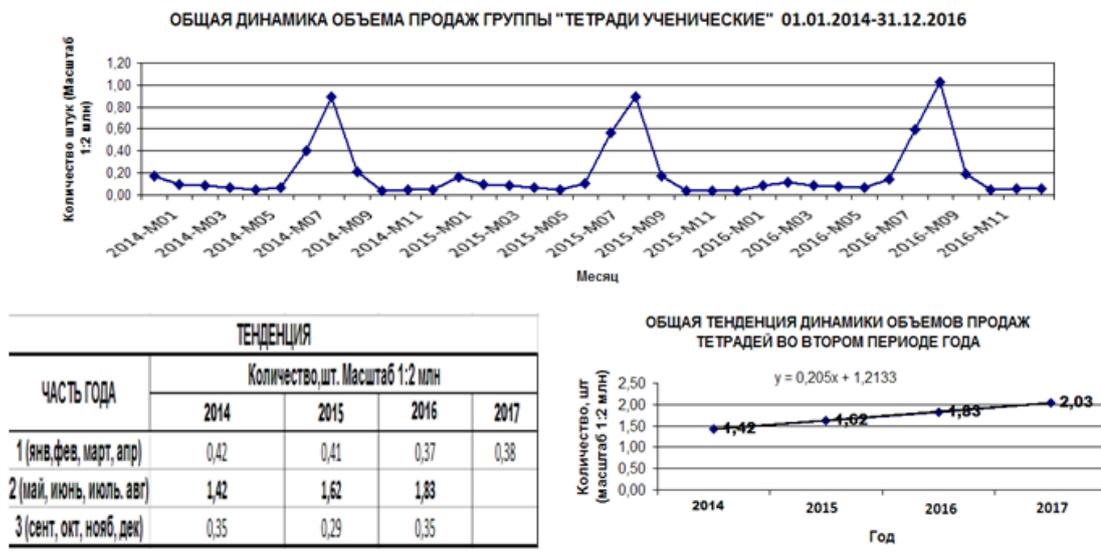


Рис. 2 Общая динамика объема продаж по группе «Тетради ученические»

На рис. 3. представлены четыре этапа построения прогноза:

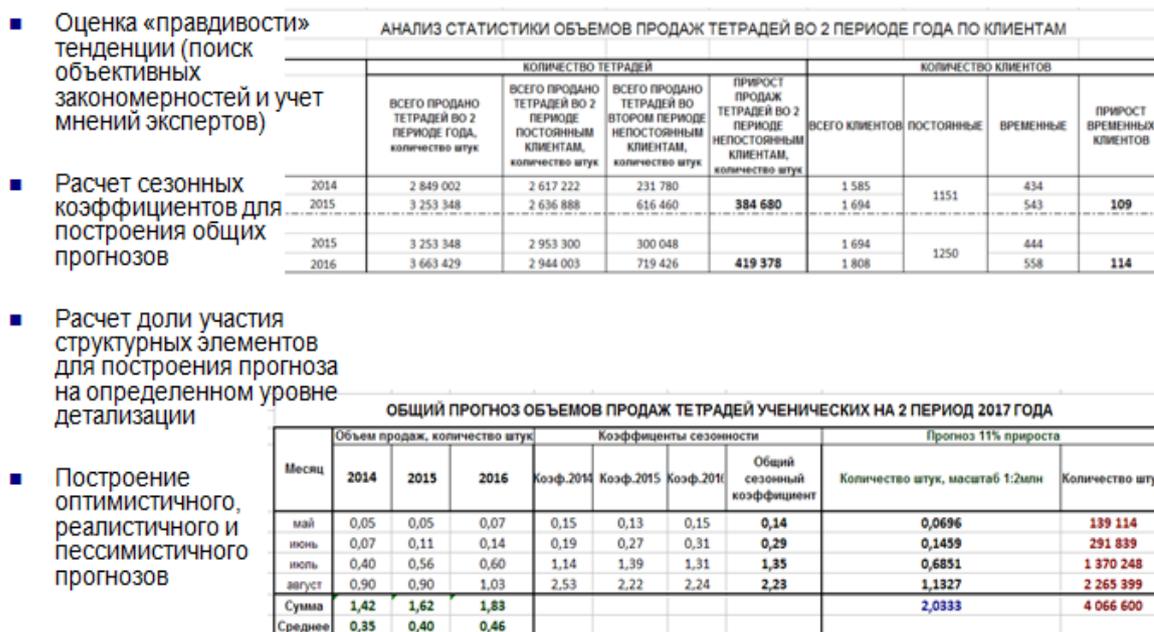


Рис. 3. Построение прогноза

Данная система является мощным инструментом поддержки принятия решений по управлению сбытовой деятельностью, поскольку позволяет руководству предприятия в короткий срок получать необходимые сводные данные для принятия стратегических решений, а оценка текущей ситуации позволяет увидеть картину в целом, с разных сторон выделяя все самое основное и значимое [3]. Позволяет не тратить лишнее время и средства на анализ ассортимента (поскольку до этого времени тратилось столько, что результаты были уже неактуальны).

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Результаты работы отдельных модулей системы активно используются многими отделами предприятия, в том числе отделом сбыта, отделом снабжения, отделом маркетинга.

Разработанные алгоритмы управления сбытом дают руководству предприятия мощный инструмент поддержки принятия решений для выстраивания эффективной тактики и стратегии управления сбытом с позиций оптимального баланса между пожеланиями клиента и возможностями предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining / А. А. Барсегян, М. С. Куприянов, В. В. Степаненко, И. И. Холод. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 336 с. : ил.
2. Фомин Г. П. Математические методы и модели в коммерческой деятельности : учебник / Г. П. Фомин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 616 с.
3. Черемных С. В. Моделирование и анализ систем. IDEF-технологии : практикум / С. В. Черемных, И. О. Семенов, В. С. Ручкин. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 192 с.

УДК 65.011.56:004.9

*О. А. Тихоновская, А. Э. Воронов,
г. Луганск*

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Важную роль в организации работы и управления предприятием играют автоматизированные системы управления. Наибольшую эффективность дают информационные технологии, которые работают не непосредственно на предприятии, а в Глобальной сети. Вывод информационной системы на глобальный уровень облегчает включение в информационную систему предприятия всех сторон бизнеса. Объединенные информационные системы уменьшают вероятность информационных ошибок при передаче информации между структурами и подразделениями и предоставляют актуальную аналитическую информацию по уровню доступа в любое время суток из любого места в Глобальной сети. Таким образом, необходимо оптимизировать организацию работы производственно-торгового предприятия посредством внедрения автоматизированной системы управления с применением интернет-технологий для повышения эффективности принимаемых решений в области товарооборота и управления закупочной деятельностью.

Наиболее применимые технологии сети Интернет, позволяющие разрабатывать прикладные программные продукты, которые способны реализовать основные функции информационной системы предприятия: php – скриптовый язык общего назначения, MySQL – свободная реляционная система управления базами данных, HTTPS – расширенный протокол прикладного уровня передачи данных HTTP криптографическими протоколами SSL или TLS [2]. Выбор подобных технологий обусловлен возможностью установки приложения на веб-серверах и возможностью масштабируемости системы при увеличении количества хранимой и обрабатываемой информации. В результате с системой сможет работать не только само предприятие, но и сеть его салонов, которыми оно управляет. База данных приложения будет являться центральным хранилищем получаемых и

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

обрабатываемых данных, что позволит сократить время накопления и обработки первичной информации сотрудниками и осуществлять контроль ошибок и конфликтных ситуаций.

Проведенное исследование работы производственно-торгового предприятия и сети его салонов позволило составить схему, отображающую информационные потоки учета продаж предприятия (рис. 1). На основе анализа его организационной структуры, работы отделов, бизнес-процессов установлено, что некоторые отделы требуют автоматизации для обеспечения возможности контролировать процесс товародвижения, иметь полную информацию текущих предпочтений покупателей и пр.

Существующие на предприятии процессы управления, анализа, обработки информации являются устаревшими, что влечет за собой ряд недостатков:

1) процедура принятия заказа и передача сведений о продаже из салона на фабрику занимает намного больше времени, нежели могла бы, т. е. обработка и анализ информации на фабрике затягивается из-за несвоевременного получения ведомствами отчетов;

2) процесс управления, обновления информации по работе сети магазинов, изменения в основных правилах, работа с прайс-листом компании осуществляется не одновременно, не в режиме реального времени, что затрудняет работу салонов.

Способом решения выявленных проблем является разработка и внедрение веб-приложения, которое посредством своей многозадачности оптимизирует и усовершенствует работу предприятия в указанных аспектах.

Приложение должно иметь ряд функциональных преимуществ:

1. Система должна иметь простой интерфейс, который позволит, с одной стороны, ориентироваться в программе, не требуя особых навыков работы от пользователя, с другой стороны, предоставлять пользователю актуальную и наглядную информацию.

2. Информация должна предоставляться пользователю в соответствии с его правами доступа, которые устанавливаются и определяются при входе пользователя в систему.

3. Обновление данных по статусу заказов должно происходить автоматически.

4. Данные для анализа должны формироваться реляционными запросами к базе данных, что позволит сократить время получения информации, представляя ее в виде, удобном для аналитики.

5. Процедура принятия заказа должна представлять собой единую форму, посредством чего приложение должно автоматически формировать ряд установленных отчетов и вести рассылку информации по ведомствам.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ



Рис. 1. Информационные потоки учета продаж предприятия

Любая разрабатываемая информационная система должна учитывать особенности принятия и обработки заказа. Так, на данном предприятии особое место в производственной деятельности занимает индивидуальный заказ для мягкой и корпусной мебели. Индивидуальный заказ бывает двух видов: стандартный и нестандартный. В ходе оформления индивидуального заказа менеджер по продажам осуществляет расчет его стоимости в ценах действующего прайс-листа, уточняет все пожелания и требования клиента по поводу комплектации, обивки, цвета окраски. Заполняет бланк заказа и передает клиенту на подпись. Подпись является подтверждением того, что все нюансы действительно согласованы с покупателем. Далее менеджер отправляет бланк заказа на фабрику. Менеджер по приему заказа регистрирует заказ, подписывает его у директора и передает заявку в производство. После окончания срока изготовления менеджер по продажам подает заявку на склад готовой продукции. На складе готовой продукции выписывают четыре экземпляра товарно-транспортной накладной, после чего накладные передаются бухгалтеру для записи в журнале регистрации накладных на отпуск продукции и подписи их бухгалтером. Подписанные накладные возвращаются к заведующему складом готовой продукции; один экземпляр остается у него в качестве оправдательного документа на отпуск продукции со склада, второй служит основанием для выписки счета-фактуры; третий и четвертый экземпляры накладной передаются клиентам. На основании накладных выписывается счет-фактура по установленной форме в двух экземплярах, один выдается клиентам, а второй остается в организации поставщика для отражения в книге продаж. После этого клиенты оплачивают заказ. Происходит отгрузка товара.

Разработанная система учитывает все особенности исследуемого предприятия. Основные элементы управления информационной системой представлены ниже.

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

При запуске программы появляется форма авторизации (рис. 2, 3), блокирующая доступ к информационной системе до ввода логина и пароля, по которым будут определены роли пользователя и будет предоставляться определенный ролями функционал. Авторизация, как и многие другие обращения к системе, происходит с помощью технологии асинхронных запросов AJAX, без перезагрузки страницы [3]. Данные, вводимые в форму, передаются в javascript, который отправляет данные GET-запросом в php-скрипт, в этом скрипте выполняется запрос к базе данных, где хранятся имена пользователей и пароли, которые могут получить доступ к системе управления. Пароли в базе данных хранятся в зашифрованном виде, с помощью MD5-хеширования [4].

Рис. 2. Форма авторизации

Рис. 3. Отказ в доступе

После авторизации пользователь попадает в главное меню (рис. 4), которое может отличаться в зависимости от прав доступа текущего пользователя, могут быть недоступны те или иные функции [1].

№	Дата заказа	№ заказа	Модель	Комплектация	Кол-во предметов	Обивка	Цена прайс	Скидка дилеру, %	Скидка дилеру	Цена заказа	Предоплата	Ф.И.О. заказчика	Примечание	Стандарт/Нестандарт	Салон
1	1-5-2014	10019	Жаклин	3	1	321	12478	35	4367.3	8110.7	6000	Трофименко	Заказ	Стандарт	Атлант
2	20-5-2014	10021	Анжелика кб	1	1	431	17260	35	6041	11219	8000	Лобова	Заказ	Стандарт	Аракс
3	20-5-2014	10022	Эвон	3	1	876	11454	35	4008.9	7445.1	5000	Лобова	Заказ	Стандарт	Сан-Сити
4	20-5-2014	10023	Елена	1	1	231	15000	40	6000	9000	10000	Лобова	Заказ	Стандарт	Меркс, Луганск
5	20-5-2014	10024	Бристол	2	1	432	16379	35	5732.65	10646.35	8000	Быковская	Заказ	Стандарт	Биенале
6	20-5-2014	10025	Гранд	2	2	654	55324	40	22129.6	33194.4	25000	Быковская	Заказ	Стандарт	ВЭД
7	20-5-2014	10026	Сити	1	1	064	23445	35	8205.75	15239.25	10000	Иванов	Заказ	Стандарт	Люссо
8	20-5-2014	10027	Клик	2	1	983	4313	35	1509.55	2803.45	2000	Дзина	Заказ	Стандарт	Мегадом
9	20-5-2014	10028	Марс	1	1	143	7379	40	2951.6	4427.4	5000	Дзина	Заказ	Стандарт	Дрим Таун
10	20-5-2014	10029	Марсель	1	2	632	45382	40	18152.8	27229.2	20000	Гурова	Заказ	Стандарт	Евроград
11	25-5-2014	10030	1	2	3	4	5	6	0.3	4.7	7	8	Заказ	Стандарт	Атлант

Рис. 4. Главное окно информационной системы

Полное меню программы предоставляет доступ к следующему функционалу: отображение списка всех зарегистрированных пользователей с указанием их прав доступа;

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

список салонов; панель периодов (январь, февраль, март, апрель, май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь, ноябрь, декабрь) и появляющийся выпадающий список прошедших годов; форма добавления заказа; панель инвентаризации; свод фактов продаж; рейтинг моделей; ABC анализ; эффективность салонов; анализ заказов.

Использование такой системы в деятельности производственно-торгового предприятия позволяет автоматизировать работу предприятия и его салонов, менеджерам и аналитикам коммерческих отделов получать консолидированную отчетность о продажах и своевременно обеспечивать необходимой информацией высшее руководство для принятия управленческих решений. Язык разработки системы позволяет вводить в работу новые методы анализа и прогноза, а также новые формы ввода и представления информации, без остановки работы системы.

Система управления базами данных MySQL является достаточно функциональной и содержит механизмы, позволяющие создавать реляционные запросы по множеству таблиц с учетом критериев поиска и всевозможных агрегированных данных. Работа системы в Глобальной сети предоставляет доступ к информации с любых современных телекоммуникационных устройств, подключенных к Сети. Технология асинхронной передачи информации AJAX позволила снизить нагрузку на сервер, обслуживающий php и MySQL, за счет уменьшения объема повторно выбираемой информации. Это же позволило работать с информационной системой даже в сетях с малой пропускной способностью или с ограниченной скоростью доступа, что часто встречается в мобильных системах. Разграничение прав доступа на основе ролей позволяет получать персонализированную информацию из всего объема данных. MD5-хеширование, являясь односторонним шифрованием данных, защищает хранимые пароли от применения третьими лицами, что позволяет повторно использовать комбинацию логин – пароль при авторизации на различных сервисах, без опасения скомпрометировать эти данные. Технология https способна защитить всю передаваемую через общественные сети информацию, что позволяет сотрудникам с любым уровнем доступа безопасно получать и передавать информацию, даже пользуясь общественными Wi-Fi-сетями, в том числе не защищенными сетями в кафе, отелях и гостиницах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сысоева, Л. А. Аутентификация как средство защиты информации в корпоративных информационных системах / Л. А. Сысоева // Секретарское дело. – 2005. – № 1. – С. 58–64.
2. Шлосснейгл, Дж. Профессиональное программирование на PHP : практическое руководство по разработке крупномасштабных Web-сайтов и приложений с помощью PHP 5 / Джордж Шлосснейгл. – М. : Вильямс, 2006. – 624 с.
3. AJAX и PHP. Разработка динамических веб-приложений / Кристиан Дари, Богдан Бринзаре, Филип Черчез-Тоза, Михай Бусика. – СПб. – М. : Символ-Плюс, 2007. – 256 с.
4. Using the MD5 Hash Library // Technical Note 209, ET 209, 022-0055 Rev. D

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алексеева Наталья Владимировна, магистрант кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Алфёрова Ирина Евгеньевна, докторант кафедры менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет»

Амеличкин Артем Валерьевич, доцент кафедры социально-культурной деятельности, экономики и управления ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»

Аронова Виктория Витальевна, заведующая кафедрой менеджмента, доцент ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Белоусова Александра Викторовна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Борзенко-Мирошниченко Алина Юрьевна, декан факультета социокультурных коммуникаций ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Брюховецкий Ярослав Андреевич, аспирант экономического факультета ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Буркова Юлианна Игоревна, магистрант кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Бурым Владислав Марленович, аспирант ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Велигура Антон Владимирович, заведующий кафедрой экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Волошинова Наталья Александровна, старший преподаватель кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Воронов Артур Эдуардович, доцент кафедры автоматизации и компьютерно-интегрированных технологий ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Воронцов Дарий Геннадиевич, магистрант государственного управления и администрирования ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

Гиренко Инна Сергеевна, студент ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

Гончаров Иван Сергеевич, старший преподаватель кафедры экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Губин Александр Владимирович, заведующий кафедрой государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Дейнека Людмила Александровна, доцент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Дзюба Ольга Николаевна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Дудко Яна Евгеньевна, аспирант ГОУ ВПО ЛНР «Луганский государственный университет имени Тараса Шевченко»

Дыбля Татьяна Павловна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Емец Оксана Сергеевна, магистрант кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Железняк Денис Валентинович, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Журавлева Надежда Викторовна, старший преподаватель кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Заиченко Оксана Анатольевна, старший преподаватель кафедры экономики и управления персоналом ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

Заруцкий Иван Демьянович, доцент кафедры менеджмента и организации производства в АПК ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Затеева Надежда Александровна, доцент кафедры социально-культурной деятельности ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры»

Звонок Александр Анатольевич, старший преподаватель кафедры социальной работы и социальной педагогики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

Казаков Дмитрий Фёдорович, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Казакова Елена Вячеславовна, старший преподаватель кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Кирчева Виктория Петровна, студент кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников ГБОУ ВПО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»

Клименчукова Наталья Сергеевна, доцент кафедры менеджмента и организации производства в АПК ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Клысенко Виктория Александровна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Коваль Алена Викторовна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Колесников Андрей Александрович, доцент кафедры философии, культурологии, науковедения ГБОУ ВПО «Белгородский государственный институт искусств и культуры»

Колесникова Елена Николаевна, старший преподаватель кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Коновратская Кристина Сергеевна, ассистент кафедры документоведения и информационной деятельности ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»

Концевой Ярослав Олегович, студент кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Кравченко Мирослава Валерьевна, магистрант, направление подготовки 38.0402 «Менеджмент», ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Круглова Ирина Сергеевна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Кубаренко Инна Алексеевна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Куренева Екатерина Владимировна, студент кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Курпиченко Елена Викторовна, старший преподаватель кафедры экономической теории и маркетинга ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Кутовая Ирина Эдуардовна, доцент кафедры хозяйственно-правовых дисциплин и процесса ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Куцурубова-Шевченко Елена Викторовна, заведующая кафедрой хозяйственно-правовых дисциплин и процесса ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Кучеревская Екатерина Сергеевна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Левчук Элла Анатольевна, старший преподаватель кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Лисичко Алина Михайловна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Лискевич Иван Игоревич, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Лофиченко Александр Александрович, ассистент кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Лохматов Сергей Алексеевич, доцент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Луговая Ирина Олеговна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Макарова Елена Ивановна, старший преподаватель кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Матузкова Наталья Петровна, заведующая отделом экскурсионно-массовой работы МБУК «Усольский историко-краеведческий музей»

Меремьянина Лариса Николаевна, преподаватель основного музыкального инструмента ОП «Стахановский педагогический колледж ЛНУ имени Т. Шевченко»

Мироненко Татьяна Владимировна, студент ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Нехаева Екатерина Андреевна, ассистент кафедры менеджмента и организации производства в АПК ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Носачёва Софья Андреевна, магистрант, направление подготовки 38.0402 «Менеджмент», ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Носова Юлия Валентиновна, студент ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Олексина Светлана Владимировна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Першина Елена Евгеньевна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Поляков Виктор Станиславович, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Полякова Елена Игоревна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Попов Александр Владимирович, доцент кафедры международных экономических отношений ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова»

Попова Наталья Николаевна, доцент кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Рогачёва Татьяна Владимировна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Сергеева Елена Борисовна, старший преподаватель кафедры социально-культурной деятельности ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры»

Слюсарев Сергей Сергеевич, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Слюсарева Мария Алексеевна, студент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Сологуб Жанна Юрьевна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Старикова Ольга Сергеевна, доцент кафедры государственного управления ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», председатель Первичной профсоюзной организации студентов, председатель Ассоциации молодых ученых ЛНР

Тихоновская Ольга Александровна, магистрант кафедры экономической кибернетики и прикладной статистики ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Уткина Елена Александровна, студент ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры»

Хромов Станислав Сергеевич, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Хухлей Дарья Константиновна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Червяк Юлия Петровна, старший преподаватель ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Черевань Виктория Викторовна, магистрант ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Чернышева Маргарита Николаевна, магистрант кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Шалевская Елена Юрьевна, доцент кафедры экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет»

Шаталова Елена Александровна, старший преподаватель кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Щербакова Екатерина Владимировна, доцент кафедры менеджмента ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского»

Щербакова Ольга Николаевна, студент кафедры социально-культурной деятельности ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры»

Научное издание

**МЕНЕДЖМЕНТ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

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

13 декабря 2018 г.

Ответственные за выпуск:

В. В. Аронова, Н. В. Колотовкина

Технический редактор – Н. В. Колотовкина

Компьютерный макет – Л. А. Рыбальченко

**За достоверность изложенных фактов, цитат
и других сведений несет ответственность автор**

Подп. к печати 26.12.2018. Формат 60x84 1/16. Бумага офсет.
Гарнитура Times New Roman. Печать RISO. Усл. печ. л. 14,1.
Тираж 100 экз. Заказ № 378

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