Тема 1. Теоретические основы менеджмента в социально-культурной сфере

План

1. Научные основы социально-культурного менеджмента

2. Сущность и содержание менеджмента. Предмет и метод менеджмента

3. Культура, социально-культурная сфера и менеджмент

4. Менеджмент в социально-культурных учреждениях

1. Научные основы социально-культурного менеджмента

Менеджмент рассматривают в качестве вида человеческой деятельности, который направлен на достижение конкретной одной цели либо нескольких целей. Благодаря менеджменту происходит социальное и экономическое развитие. Научные основы менеджмента являются совокупностью теорий, систем, способов и принципов управления.

Как наука менеджмент ориентирует усилия на то, чтобы обеспечить связи между следствиями и причинами, определяет условия и факторы, с которыми общий человеческий труд может оказаться наиболее эффективным и приносить больше пользы. С точки зрения науки, в системе менеджмента можно выделить следующие научные направления: финансовый менеджмент, операционный менеджмент, налоговый, отраслевой, региональный менеджмент, менеджмент маркетинга, инвестиционный менеджмент и др. Данными научными течениями менеджмента изучаются особенности проявлений науки управления, и они представляют собой неотъемлемую часть базы этой научной сферы.

Цель менеджмента как науки состоит в установлении принципов, методов и форм, закономерностей и законов деятельности людей в сфере управления.

Компоненты науки в менеджменте следующие: теория – взаимозависимые правила и концепции систематически сгруппированы, они формируют рамки либо являются связующим звеном существенной сфере знаний; организованные знания – знания в менеджменте упорядочены, термины, теории и методы составляют его основу; термины (концепции) – научным подходом задаются требования в чётких понятиях. В менеджменте есть своя терминология, которая определяет определённые ситуации и методы, при помощи которых их можно решить; принципы и методы; практика – теоретические положения менеджмента являются результатом практики, все имеющиеся знания в данной области не ограничиваются, они пересматриваются и видоизменяются в зависимости от современных экономических либо социальных и политических условий.

Основные научные школы менеджмента

Менеджмент в данный момент времени является научным направлением, которое имеет разнообразные научные подходы и школы. Школа научного управления. Характерна для периода времени 1890-1920 годов. Основателями данной школе считаются Г. Гатт, Ф. Тейлор, Х. Эмерсон и др. Представителя данного направления убеждены, что при использовании замеров, наблюдений, анализа и логики, возможно произвести совершенствование большинства ручных операций, при этом происходит более эффективное выполнение работы.

Административная школа управления (характерна для периода 1920-1950 годов). Основатели: Дж. Муни, А. Файоль, Л. Урвик и др. Данное научное направление старалось ответить на вопросы, которые относятся к эффективному управлению компанией в целом. Основное внимание последователей ориентировано на сущность и содержание управленческой деятельности.

Поведенческий подход, или школа человеческих отношений (с 30-х годов до настоящего времени). Является объединением нескольких научных направлений: школа человеческих отношений, ранний бихевиоризм и бихевиористский научный подход.

Количественная школа (с 60-х годов по текущий период времени). Основное внимание уделено математическим аппаратам, кибернетике, статистике, компьютерным технологиям с целью принимать оптимальные управленческие решения.

2 . Сущность и содержание менеджмента. Предмет и метод менеджмента

Понятие и сущность менеджмента, его основные черты

Термин MANAGEMENT американского происхождения не переводится на русский язык дословно. В русском переводе этот термин является аналогом понятия «управление», что не в полной мере соответствует действительности, хотя и отражает общую суть обоих понятий применительно к управлению организацией. Для корректности использования терминов «менеджмент» и «управление» в сфере управления следует отразить их содержательные отличия.

Понятие «управление» намного шире. Оно применяется во многих видах человеческой деятельности и в разных её сферах (управление в неживой природе, биологических системах, управление государством и т.д.).

Термин «менеджмент» применяется лишь к управлению социально-экономи-ческими процессами на уровне предприятия, корпорации.

В упрощённом понимании, менеджмент может быть представлен как деятельность по достижению поставленных целей организации, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей.

В современном мире термин «менеджмент» употребляется для определения различных понятий:

как определённый вид деятельности по руководству людьми в различных организациях для достижения их целей;

область знаний, помогающая осуществить профессиональную деятельность по управлению достижением желаемого результата;

определённая категория людей, которые осуществляют работу по управлению.

В литературе имеются различные определения данного понятия. Рассмотрим наиболее распространённые.

1. Менеджмент – это достижение целей организации посредством скоординированных усилий, работающих людей.

2. Менеджмент – это особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную, целенаправленную и производительную группу (организацию).

3. Менеджмент – это процесс планирования, организации, руководства и контроля для достижения целей организации посредством скоординированного использования человеческих и материальных ресурсов.

Несмотря на различия, приведённые определения менеджмента позволяют выделить его общие черты:

обязательное наличие цели при управлении;

особый интеллектуальный характер указанного вида деятельности;

управление имеет место только в организации;

менеджменту присуща совокупность основных процессов управления: планирование, организация, руководство и контроль.

Сущность менеджмента составляет управление организацией (хозяйствующим субъектом) в условиях рынка, с учётом использования методов и механизмов хозяйствования в рыночной экономике. Прежде всего, это проявляется в направленности деятельности организаций на

удовлетворение общественной потребности и спроса рынка, на обеспечение требований конкретных потребителей, на разработку и производство тех видов продукции и услуг, которые могут быть реализованы и обеспечат получение желаемой прибыли. Особенностью менеджмента, определяющей его содержание, является постоянная адаптация деятельности предприятия и управления к внешней среде, включая корректировку целей и программ их достижения в зависимости от конъюнктуры рынка и изменений социально-экономической среды. Важной составляющей менеджмента, отражающей его сущность, является также направленность управления на постоянное повышение эффективности производства за счёт получения наилучших результатов с наименьшими затратами. Эффективный менеджмент предполагает также хозяйственную самостоятельность субъектов, обеспечивающую свободу принятия управленческих решений теми, кто несёт ответственность за конечные результаты деятельности предприятия и его подразделений, а также необходимость использования современной информационной базы и компьютерной техники для многовариантных расчётов при принятии обоснованных и оптимальных решений.

Учитывая изложенное, определение менеджмента может быть уточнено.

Менеджмент – самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение намеченных целей предприятия (корпорации) в ходе любой хозяйственной деятельности в рыночных условиях, путём рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов его механизма.

Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности предполагает, что менеджер независим от собственности на капитал компании (предприятия), в которой он работает. Он может владеть её акциями, а может и не иметь их, работая в обоих случаях по найму в

качестве управляющего. Менеджмент объединяет усилия работников различных специальностей, включая инженеров, проектировщиков, маркетологов, экономистов, психологов, бухгалтеров и др., которые работают под руководством менеджера, управляющего предприятием, производственным отделением или корпорацией в целом. Понятие менеджмент определяет принадлежность конкретного специалиста к профессиональной деятельности в качестве управляющего независимо от занимаемого им организационного уровня управления в иерархии предприятия, а также сферы его профессиональной подготовки и практической работы. Профессиональный менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности предполагает наличие в качестве субъекта этой деятельности специалиста-менеджера и в качестве объекта – хозяйственную деятельность предприятия, его конкретную сферу или подразделение (производство, сбыт, финансы, НИОКР, другие сферы и подразделения).

Характерные черты менеджмента

Характерные черты менеджмента отражают отличительные особенности управления предприятием.

Во-первых, менеджмент представляет собой особый вид деятельности, присущий рыночной экономике. При этом под менеджментом следует понимать профессиональное управление, существенными элементами которого, определяющими его особенности, являются всесторонний анализ и учёт конкретных условий функционирования предприятия в процессе управления (принятия управленческих решений), разработка, реализация и управление нововведениями, формулирование стратегии и тактики развития предприятия и т.д.

Во-вторых, менеджмент основывается на экономических методах управления, которые, в свою очередь, ориентированы на получение экономической выгоды (прибыли) или социального эффекта.

В-третьих, управление предприятием направлено на достижение эффективной организации труда при его функционировании, постоянное повышение производительности труда и качества продукции, которые являются главными элементами формирования конкурентных преимуществ предприятия, определяющими его позицию и успех на конкретном рынке.

В-четвёртых, менеджмент – это система гибкого управления, позволяющая предприятию современно перестраивать свою деятельность, чутко реагировать на конъюнктуру рынка, а также на изменение условий конкурентной борьбы и социальные факторы развития (страны, региона, отрасли и самого предприятия). Центральным звеном организации гибкого управления предприятием является развитие и повышение эффективности его маркетинговой деятельности и использование маркетингового подхода в менеджменте.

В-пятых, менеджмент следует рассматривать как науку и искусство организации и координации совместной деятельности людей (персонала предприятия, его подразделений), умение работать с ними для достижения целей предприятия, используя наиболее подходящие для конкретных условий стили и методы руководства. Современный менеджмент отличает гуманизация управленческой деятельности, которая выражается в направленности работы менеджера на повышение благосостояния персонала предприятия.

3 . Культура, социально-культурная сфера и менеджмент

Под менеджментом в содержании данной дисциплины понимается система управленческой деятельности, обеспечивающей успешное функционирование самых различных социальных институтов – организаций, призванных осуществлять социально значимую деятельность. Менеджмент - один из видов управления, обеспечивающего успешное функционирование различных социальных институтов -

организаций, призванных осуществлять некоторую социально-значимую деятельность. Менеджмент - управленческая деятельность в условиях рыночной экономики. В этом его главная особенность. По сути дела, он представляет собой систему профессионально организованных технологий управления деловой активностью в условиях рыночных отношений. Менеджмент имеет место практически во всех сферах жизнедеятельности общества (коммерческом и некоммерческом бизнесе, политике, науке, образовании, конфессиональной активности и т. д.). Конкретные способы осуществления менеджмента, т. е. технология, зависят от социально-экономического развития общества и конкретной сферы, информационного обеспечения, действующего законодательства и целого ряда других факторов.

Содержаниепонятия«культура»врамкахизучаемойдисциплиныцелесо образнорассматриватьвдвухаспектах:

1.Как способ бытия человека в качестве социального существа, а к системе наследуемого социального опыта. В этом плане культура образует материальную и духовную среду, способствующую формированию и возвышению человека.

2. Как конкретная сфера жизни общества (сфера культуры), включающая сохранение и использование культурно-исторического наследия (музейное, библиотечное и архивное дело, национальные и местные традиции, праздники и т. д.), художественное образование и детское творчество, искусство, творческую (преимущественно художественную) деятельность, исполнительство, концертную деятельность, организацию досуга и развлечений, любительство, этнографические искусства и ремесла, а так же деятельность, их обеспечивающую (экономика культуры, право, финансирование, управление, информация, подготовка и переподготовка профессиональной среды, развитие материально-технической базы и т. п.).

Деятельность в сфере культуры осуществляется организациями, учреждениями, предприятиями различной ведомственной принадлежности (государственными, муниципальными, частными, общественными организациями) и формы собственности, а также частными лицами.

В наше время культура и сфера культуры имеют отношение к деятельности любых фирм (не только сферы культуры). Современный менеджмент, не только в культуре, проявляет все большую зависимость от своего социально-культурного контекста, от социально-культурной среды фирмы, но и сам приобретает черты технологии социально-культурного нововведения. Более того, каждая фирма все более отчетливо предстает носителем определенной культуры. Таким образом, становится очевидной актуальность изучения технологии менеджмента в социально-культурной сфере.

Г.Л. Тульчинский выдвигает следующие аргументы по этому поводу:

Во- первых, в технологическом содержании менеджмента раскрывается все богатство менеджмента вообще, в сфере культуры действуют самые различные фирмы. Во-вторых, перспективы такого рассмотрения важны для уяснения возможностей сотрудничества со сферой культуры других сфер деловой активности. Главная особенность менеджмента в сфере культуры заключается в том, что деньги в этой сфере зарабатываются преимущественно не на основе простой коммерции, а на основе привлечения средств заинтересованных доноров: спонсорства, патронажа, благотворительности. В-третьих, еще более очевидно другое обстоятельство — нарастание требований к менеджментной компетентности специалистов и работников социально-культурной сферы. Переход от сугубо административно-распределительной технологии управления сферой к более широкому использованию экономических методов, от чисто дотационного бюджетного финансирования структур к финансированию программ, к конкуренции за бюджетные средства, необходимости широкого привлечения внебюджетных средств,

хозяйственная самостоятельность — все это радикально меняет требования к профессионализму менеджера в социально-культурной сфере.

Представляется, что специфика менеджмента в социально-культурной сфере заключается в его многообразном применении. Социально-культурная сфера включает в себя деятельность как сугубо некоммерческую (нон-профитную), так и коммерческую (платные услуги), как местного, так и международного масштаба. Общность проблем и интересов современного бизнеса и сферы культуры обусловлены не только их технологическим содержанием. Сами эти технологические особенности обусловлены глубоким и принципиальным обстоятельством. Это дает основания утверждать, что современный бизнес и социально-культурная сфера должны взаимодействовать в своем развитии, и именно технология менеджмента является здесь необходимым условием эффективности такого взаимодействия. Социально-культурная сфера уже не может существовать и развиваться как сфера исключительно государственных интересов. Привлечение внебюджетных источников финансирования, все более активное сотрудничество социально-культурной сферы с финансовым, промышленным и торговым капиталом, общественными движениями и организациями – одно из необходимых условий сохранения культурно-исторического наследия, воспроизводства творческого потенциала, развития культурной жизни.

Однако и бизнес заинтересован в сотрудничестве с социально-культурной сферой, в частности осуществление коммуникативной политики любой организации сегодня невозможно без обращения к социально-культурным технологиям. Так, например, формирование и продвижение имиджа и репутации фирмы, спонсорство, патронаж и благотворительность, работа с персоналом, расширение сотрудничества, даже рекламные кампании и акции по стимулированию продаж – все это неосуществимо без проведения праздников, конкурсов, выставок,

культурных программ. Бизнес и культура в современном обществе, по мнению Г.Л. Тульчинского, «скованные одной цепью» — предполагают и дополняют друг друга, немыслимы друг без друга. Эта «обреченность» на сотрудничество имеет глубокий смысл, чрезвычайно важный для развития и преобразования общества. Дело в том, что это сотрудничество, по сути дела, является способом реализации гражданского общества — не декларирования его, а наращивания его реальной ткани, его механизмов, процедур и «мускулов». Культура в современном обществе во все большей степени выступает и осознается не как результат, следствие социально-экономического и политического развития, а как необходимое условие, важнейший фактор этого развития, нравственный стержень личности и общества.

Механизмы менеджмента в социокультурной сфере оказываются расчлененными на разрозненные фрагменты планирования, контроля, отчетов. Отсутствие целостной системы механизмов менеджмента, рассогласованность задач, отсутствие целевой установки и гарантированной оплаты труда, размер которой соответствовал бы трудовому вкладу каждого конкретного работника, существенно сдерживают развитие нормальных рыночных отношений и необходимых управленческих механизмов.

Управление является одной из важнейших сфер обеспечения жизнедеятельности организации, но оно в значительной мере зависит от квалификации, профессионализма, психологических качеств менеджеров. Это и вызывает обоснованное высокое внимание специалистов к анализу места и роли менеджеров в процессе обеспечения эффективности работы организации.

Роль менеджера в деятельности организации следует рассматривать как непосредственное, персонифицированное выражение процесса менеджмента, как его важнейшую структурную часть.

Изучение теории и практики социокультурного менеджмента, тех форм, методов и систем управления, которые стремительно развиваются в российской действительности, не будет эффективным, если не обратиться к истории и механизмам их формирования.

Не детализируя исторические факты и события становления и развития менеджмента как такового, отметим два принципиально важных положения:

1) в каждом конкретном виде деятельности, будьто промышленное производство, торговля, бытовой сервис, социальная, социально-культурная сферы, культура и т.д., менеджмент имеет свои характерные особенности и специфические признаки;

2) характер и тип менеджмента связаны с ментальностью людей различных эпох, с системами религиозных верований, с формами правления и видами законодательства, типами производственных отношений.

Управление социокультурной деятельностью - это управление социально-экономическими условиями культурной деятельности, условиями создания и потребления культурных ценностей.

Такие условия могут быть непосредственными - материальные, свобода творчества, моральные стимулы и опосредованными — бюджет свободного времени, развитие средств коммуникации, уровень образованности творцов и потребителей.

Современная управленческая культура должна строиться на принципах "открытости" культурной системы, перехода от вертикальных властных связей в ее управлении на горизонтальные добровольно-общественные методы управления.

Собственно и термин "управление" мало гармонизирует с понятиями "духовность", "культурные ценности", "нормы", "идеалы", то есть теми категориями, которые составляют сущность культуры.

Итак, управлять можно предприятиями, производящими музыкальные инструменты, автоклубы, театральные костюмы, парковую аттракционную технику и т.д., коллективами учреждений культуры.

Органы, обеспечивающие реализацию культурной политики государства, могут создавать условия для развития культуры, обеспечивать деятельность учреждений культуры экономически, финансово, методически, технологически и, таким образом, управлять развитием культуры, но управлять духовной и материальной культурой по своей сути абсурдно.

Управление социокультурной деятельностью - это сознательная деятельность государственных институтов по регулированию субъект-объектных отношений во всем их многообразии для достижения определенных, социокультурных цепей.

Специфические особенности управления социокультурными процессами заключаются в том, что управление концентрируется на механизмах регулирования социокультурной деятельности в соответствии с нормами и принципами, целями и задачами культурной политики, включая регулирование финансовых, правовых, организационно-управленческих, кадровых и др. процессов функционирования и развития социокультурной деятельности.

4. Менеджмент в социально-культурных учреждениях

Профессиональное назначение менеджера социально-культурной деятельности заключается в осуществлении следующих функционально-должностных видов деятельности: менеджера отделов и комитетов культуры, менеджера-администратора всех уровней, менеджера клубных учреждений, парков культуры и отдыха, кинотеатров, центров досуга, народного творчества, туристических и молодёжных центров, центров социальной реабилитации, центров физической культуры и спорта, ночных

клубов, казино, государственных, коммерческих, частных и других учреждений социокультурного типа.

Менеджер социально-культурной деятельности обладает высоким уровнем профессионализма в области современного социокультурного менеджмента, маркетинга, а также имеет высокий уровень общей культуры и эрудиции.

В основе профессиональной подготовки менеджеров социально-культурной деятельности лежит изучение таких дисциплин, как: менеджмент, маркетинг, экономика, финансовая и хозяйственная деятельность, предпринимательство, социально-культурные технологии, мировая культура, культурное наследие, литература, история искусств, педагогика, психология, имиджелогия, этикет, реклама, иностранные языки.

В этих условиях совершенно объективно возникает потребность в подготовке не только таких специалистов управления, как менеджеры социально-культурной деятельности, но и арт-менеджеров, менеджеров выставок и презентаций. Подчеркнем, что речь идет не о новых специальностях, а об углубленной специализации в указанных видах деятельности уже выпускаемых кадров.

Типы менеджеров

Творческие группы (сектора) становятся мини-коллективами и выполняют менеджерские функции по отношению ко всем участникам творческого процесса подготовки и осуществления культурных проектов и программ, включая реальных и потенциальных посетителей учреждения культуры, аудиторию.

Разумеется, уровень профессионализма, профессиональная управленческая культура, профессиональная компетентность менеджеров социально-культурной деятельности далеко не однозначны, и могут быть условно разделены на четыре типа:

Первый тип. Менеджер социально-культурной деятельности обладает высоким профессиональным уровнем и оптимально мотивирован к работе в своей сфере. Его профессиональные качества, целеустремленность в работе гарантируют высокую эффективность деятельности.

Второй тип. Менеджер положительно мотивирован к работе в социокультурной сфере, но имеет низкий профессиональный уровень. Его положительная мотивация, стремление "выложиться" на работе приносит мало пользы, а иногда может "наломать дров" из-за своего низкого профессионализма.

Третий тип. Менеджер с низким профессиональным уровнем и недостаточной мотивацией в работе социокультурных учреждений. Такой тип относится к балласту управленческой системы, который тормозит развитие, отрицательно воздействует на коллег и структуры управления.

Четвертый тип. Менеджер обладает высоким профессиональным уровнем, но слабо или вообще не имеет мотивации к работе в учреждениях социокультурной сферы. Он пассивен, безразличен к целям и задачам учреждения культуры, качеству и эффективности работы и всегда может уйти с работы на более, выгодное для него место.

Его высокий профессионализм и низкая мотивация в работе отрицательно сказываются на других сотрудниках, "расхолаживают" коллектив и тем самым наносят вред общему делу.

Особенности деятельности менеджера СКД

Менеджер социально-культурной деятельности, как и любой другой специалист, деятельности может считаться профессионально компетентным, если имеет достаточно высокий уровень образования, владеет необходимыми навыками, умениями, имеет профессионально-деловой опыт, обладает организаторскими способностями.

Таким образом, менеджмент осуществляет непосредственный вклад в развитие экономики конкретного региона и социально-культурной сферы. Способствует развитию образования, СМИ, туризма, индустрии развлечений. Обеспечивает функционирование социально-значимых видов деятельности, организацию отдыха, позитивно влияет на сознание людей, отношения между ними, способствуют духовному развитию личности и общества в целом, создаёт условия для творческой самореализации личности, аккумулирует и транслирует базовые ценности общества. Такие современные технологии бизнеса и менеджмента, как реклама, publicrelations, работа с персоналом, реинжиниринг корпораций, формирование корпоративной культуры и фирменного стиля, невозможны без использования традиционных форм социально-культурной деятельности и прочно вошли в деловую жизнь общества.

Литература

1. Кротова Н.В., Клеппер Е.В. Управление персоналом: Учебник. М.: МГУКИ, 2001.359с.

2.Чижиков В.М. Маркетинговые модели социокультурного менеджмента // Актуальные проблемы социокультурного менеджмента. М.: МГУКИ, 2002. С. 69-90.

3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. [Текст] / М. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури. - М.: 2002.- С.135-170.