

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ, ВЫБОРА И ВЫПОЛНЕНИЯ СТРАТЕГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ КУЛЬТУРЫ

Белоусова А.Е., Вотановская М.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

Создание и распространение культурного продукта — основная функция организации в культурной сфере. И главная цель учреждения является выбор той стратегической возможности, которая будет максимально способствовать долгосрочной эффективной деятельности учреждения. Общая стратегия развития, оказывает сильное влияние на всю дальнейшую судьбу организации. И перед выбором, руководство должно представлять себе четкую концепцию будущего компании. Выбор стратегии должен быть однозначным и основываться на тщательном исследовании и объективной оценке деятельности учреждения. В менеджменте культурной сферы, важно знать и анализировать внешнюю среду организации. В эту среду входят: общество, государство, средства массовой информации и так далее. Для успешного управления социокультурной организацией важно знать интересы каждой группы и заранее предусмотреть возможные кризисы, связанные с ними, поскольку именно эти факторы играют важную роль в определении дальнейшей деятельности организации [1, с.22].

Такие факторы, как научно-технический прогресс, состояние экономики, политическая и социокультурная ситуация в стране не имеют прямого влияния на работу организации, но косвенно влияют на эффективность ее деятельности. Изменение сочетание этих факторов может оказывать обоюдное влияние друг на друга. Для организации, работающей в культурной сфере, взаимосвязь между этими переменными может быть разной, поскольку, политические и социокультурные факторы здесь не косвенные, а непосредственно влияющие на всю деятельность организации. Так, результаты научно-технического прогресса за последнее десятилетие имели большое влияние на мировое культурное пространство. И как следствие, правительства многих стран начали пересматривать пути и средства, которые они используют для стимулирования своих национальных культур. В ответ на подобные изменения политики, различные культурные учреждения должны разработать соответствующие модели менеджмента культуры. По-прежнему очень актуальна модель, которую предложил в свое время Рикки У. Гриффин.

Анализ окружающей среды в этой модели включает в себя следующие аспекты:

- экономический фактор рыночной системы, статистика, инфраструктура налогов и финансов;
- административное влияние (стабильность, международная торговля и государственный контроль);
- социокультурная ситуация (демография, духовные ценности, духовный климат) [2, с.161].

А сам процесс структурирования стратегического менеджмента в культурной сфере можно условно разделить на пять этапов.

1) Оценка прошлой деятельности с использованием основных параметров как критериев для оценки эффективности организации. На этом этапе необходимо получить информацию о том, что определило успех бизнеса или, наоборот, привело к банкротству, почему запланированное не было исполнено, насколько расходы были сопоставимы с доходами.

2) На следующем этапе должно происходить исследование окружения. Это очень важно для стратегического менеджмента, поскольку внешние переменные составляют основу его структуры. Но из каких именно компонентов состоит эта структура? Если брать за основу модель стратегического управления, сформулированную Гриффином, то для социокультурных организаций актуальны следующие внешние переменные: факторы экономического, социального и политического влияния, международный и отечественный

рынок культуры, социокультурная и экологическая ситуация, средства массовой информации и коммуникации, научно-технический прогресс.

3) Выбор возможных альтернатив, для новой стратегии. Под разными вариантами развития организации, подразумевается процесс их изменений. Возникающие проблемы и тенденции будут иллюстрировать эти изменения и указывать на рост организации или наоборот, ее регресс.

4) Анализ сильных и слабых сторон организации. Исследования, проведенные на этом этапе, помогут руководству получить информацию о возможности начала новой стратегии, ориентируясь на возможное совершенствование старой.

5) На завершающем этапе происходит определение новой политики и образа деятельности. Здесь внимание сосредоточено на соответствии основной деятельности организации и ее культурной миссии, разрабатываются системы представлений о новой политике и основные направления будущей деятельности. Этому помогает исследовательская работа, проведенная на предыдущих этапах, во время которых появились наметки новой стратегия деятельности, основанной на правильном выборе возможных альтернатив развития, сформировалось понимание того, как организация реализует свои задачи, представление о сильных и слабых сторонах учреждения.

Трудно переоценить значение информации, которую можно получить после глобального анализа внешней среды. Чем глубже полученная информация, тем более четкую цель, миссию и стратегию можно сформировать. Как уже отмечалось ранее, культурному сектору в основном присущи такие внешние переменные как: социокультурная, экономическая, технологическая, международная, политическая и информационная. Изучение взаимодействия организации с этими переменными позволяет выявить возможные варианты ее развития в помощь в выборе и реализации наиболее подходящей стратегии. Проблемы, возникающие при внедрении, будут сигнализировать об эффективности выбранной стратегии.

Список литературы

1. Менеджмент в сфере культуры: учеб.пособие / Н. Г. Федотова, НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с.

2. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. 4-е изд. / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер, — 1088 с