

Семенова Д. В.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В принятом Международной Организацией Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР) в 1993 году документе, инновация определяется, как конечный результат инновационной деятельности, получившей воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Для того, чтобы быть способной к разработке и внедрению перспективных инноваций, организация должна обладать следующими классическими характеристиками:

- 1) наличие программы комплексного развития организации, нацеленной на инновации;
- 2) корпоративная культура, направленная на поддержку инноваций (коллектив сознательно идет на внедрение новшеств в свою деятельность);
- 3) существующая практика рассмотрения и внедрения инноваций и соответствующие организационные системы (например, заместитель директора по развитию и подчиняющиеся ему подразделения);
- 4) команда высшего менеджмента, возглавляющая инновационные процессы и осуществляющая ответственный контроль и корректировку внедрения инноваций;
- 5) имеющаяся практика создания современных команд для разработки и реализации отдельных инновационных проектов;
- 6) подчиненные в организации наделены необходимыми полномочиями для работы над инновационными проектами.

Современное учреждение культуры должно стать обучающейся организацией, которая постоянно повышает свои способности путем освоения новых способов деятельности адаптироваться в постоянно меняющейся среде, реализовать свой потенциал, реально влиять на общественные процессы и повышать авторитет культуры в обществе.

Для эффективного управления учреждением культуры можно представлять организацию как «стратегическую пирамиду». Сверху вниз у этой пирамиды следуют:

- миссия;
- цели;
- стратегическая концепция;
- концепция развития подсистем организации;
- организационная модель (модель тактического менеджмента);
- виды и структура деятельности учреждения.

Для построения эффективной стратегии развития и оценки сущности инноваций, необходимо выявление ресурсного потенциала.

Таким образом, приоритетной целью всей системы стратегического управления организацией является качественный анализ каждого ресурса, анализ внешней и внутренней среды.

Внешнюю среду организации необходимо рассматривать не только как среду реализации услуг, но и как источник постоянного представления новых возможностей для развития организации – это особый бизнес-ресурс. В его состав входят: рынок труда (человеческий ресурс), рынок капитала (финансовый ресурс), рынок технологий (технологический ресурс), рынок поставщиков оборудования (ресурс кооперации), рынок всех других факторов (системный ресурс факторов бизнеса).

Для продуктивного исследования внешней среды учреждения культуры необходимо использовать PEST – анализ (в переводе с английского: P – политика, E – экономика, S – общество, T – технология), как эффективный инструмент стратегического анализа исследуются политический, экономический, социокультурный и технологический аспекты внешней среды организации.

Внутренний же анализ учреждения культуры заключается в том, чтобы определить конкретный и наиболее полный набор имеющихся сильных и слабых сторон, что необходимо при разработке адекватных реакций внутренней среды организации на те или иные изменения во внешней среде.

Для стратегического анализа внутренней среды организации используется SNW – подход. Он подразумевает градацию информации на сильные (S), нейтральные (N) и слабые (W) стороны для развития организации.

SWOT – анализ и PEST – анализ являются эффективными методами для исследования внутренней и внешней среды учреждения культуры,

В настоящее время уровень разработки и внедрения эффективных инноваций может стать критерием продуктивности учреждения культуры и эффективности его менеджмента.

Отличие инновационного менеджмента состоит в том, что сохраняя положительный опыт, переосмысляя его, он внедряет в процесс деятельности организации совершенно новые, порой неожиданные технологии, позволяющее в

разы увеличить эффективность и результативность этой деятельности.

Мариинский театр в Санкт-Петербурге является пионером внедрения инновационных методов коммуникации в мировой театральной среде. Именно Мариинский театр впервые в истории театра провел в 1999 году прямую on-line трансляцию оперного спектакля. 15 апреля 2010 года Мариинский театр провел первую в мире прямую телевизионную трансляцию балета в формате 3D. Зрители в России и в Европе впервые в истории смогли наблюдать объемное изображение балета в прямом эфире. Партнером Мариинского театра по организации первой в мире прямой телевизионной трансляции балета в формате 3D выступила российская научно-производительная компания Дженерал Сателайт.

Вид инноваций, который использует Мариинский театр можно отнести к технологическому виду, рассчитанному на получение прибыли, работу на бренд, обслуживание различных слоев населения, популяризацию фрагментов легендарных балетов из «золотого фонда», рекламу бренда Дженерал Сателайт, и конечно, привлечение внимания прессы к новому веянию в среде Мариинского театра.

В Чувашии же впервые технологический вид инноваций применил новый научно-технический музей «Истории трактора», создателем которого выступил концерн «Тракторные заводы России». Выставочные залы, данного музея оснащены современными технологиями, например, стеклянный пол с подсветкой, где можно отследить хронологическую последовательность этапа развития технологического и промышленного прогресса, картины в 3D формате, что придает экспонату зрительный объем, натуральные планы диорам, удобный конференц-зал, где можно проводить презентации и просматривать научные видео материалы.

Безусловно, инновационным является, недавно появившаяся в Чебоксарах творческая площадка «Узел связи» – первый творческий кластер в Чувашии.

«Узел связи» – это помещение более 500 кв. метров, где активно разворачивается творческая, образовательная, культурная, развлекательная деятельность, это место, где происходят авторские встречи, поэтические вечера, семинары, лекции на актуальные темы, тематические дискотеки, место, где разворачиваются дебаты, дискуссии, проводятся фотовыставки, показ мод и т.п. Данная некоммерческая организация оказывает бесплатную помощь всем талантливым людям, помогая провести свои мероприятия, презентации, организовать фотовыставки, предоставляя свою площадку, музыкально-техническое оснащение, призывая всех и каждого не потреблять, а создавать творческий продукт. Творческая площадка «Узел Связи»/ «Hubspace» – уникальный проект города Чебоксары, который формирует благоприятные условия для воплощения различных инновационных идей в сфере культуры и концентрирует ресурсы, связи, опыт и знания для претворения идеи в жизнь.

Одним из эффективных методов для успешного развития инновационного менеджмента в сфере культуры является использование бизнес-планирования и инвестиционного проектирования.

Тактика реализации стратегии организации разрабатывается на основе бизнес-планирования.

Бизнес-план обычно следует разрабатывать на один год с разбивкой по кварталам.

В сфере деятельности культуры и искусства следует использовать интегрированный маркетинговый и проектный (программный) подход. Термины «проектный» и «программный» по своей сути являются равнозначными и несут одинаковую семантическую нагрузку, однако между ними все же есть различие, которое состоит в отнесении их к объекту исследования. Проект, как правило, характеризует один объект исследования, а программа – несколько, или даже комплекс объектов исследования.

Так как маркетинговый подход в планировании и управлении в полной мере использует инструменты проектного подхода, а проектное – инструменты маркетинга, то можно сделать вывод, что интеграция обеих методологий является объективным процессом, который по мере развития современных методов управления в сфере культуры и искусства будет усиливаться.

Проект, как и сам будущий интеллектуальный продукт, моделируемый в этом проекте, имеет жизненный цикл. Фазами жизненного цикла проекта являются:

1. разработка замысла проекта;
2. постановка цели (целей) проекта;
3. подготовка (разработка) проекта;
4. реализация (осуществление) проекта;
5. достижение (завершение) поставленных целей проектом.

Также эффективным инструментом управления являются целевые комплексные программы, позволяющие управлять системой по конечным результатам.

На основе целевых программ можно обеспечить:

эффективную координацию деятельности хозяйствующих субъектов культуры и искусства как по вертикали (отраслевые). Так и по горизонтали (региональные, межотраслевые, межрегиональные);

создание при необходимости новых организационных структур, видов деятельности в существующей организации;

максимально возможное эффективное использование ресурсов, выбирая для этого наиболее прогрессивные направления деятельности;

интеграцию инновационных и инвестиционных процессов;

использование свободного финансового капитала.

Итак, под целевым проектом понимается комплекс спроектированных во

времени и пространстве мероприятий, направленных на достижение существенной для данной организационной системы и ее внешней среды цели (создание спектакля, произведения, новой концертной программы), сбалансированной по ресурсам, реализуемой с помощью исполнителей под централизованным руководством и опирающейся на определенную концептуальную идеологию организации.

Следовательно, в современном мире бизнес-планирование и инвестиционное проектирование являются наиболее эффективными методами, которые жизненно необходимы для успешного развития инновационного менеджмента в сфере культуры.

Управление развитием культуры должно, насколько это возможно, превосходить, рассчитывать реально достижимые цели, а также своевременно предвидеть возникновение фактов, мешающих их достижению и реагировать на них до того, как их действие приведет к негативным последствиям.

Значит, главное внимание в инновационном менеджменте следует уделять выработке стратегии инновации мер, направленных на ее реализацию. Разработка и внедрение новых культурно-образовательных стандартов и программ становится приоритетным направлением стратегии культурно-образовательного учреждения, так как определяет все остальные направления ее развития.

Литература

1. Зайцева Г. А. «Инновационный менеджмент в сфере культуры» // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2009. – №1. – С. 52-56.
2. Орлов А. И. Менеджмент: учебник. – М.: Издательство «Изумруд», 2003.
3. Переверзев М. П., Косцов Р. В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007.
4. Халапсин Д. С. Россия на пути выхода из экономического кризиса: сборник научных трудов. – СПб.: Институт бизнеса и права, 2010.
5. Узел связи // <http://www.cheboksary.ru/>