

МЕНЕДЖЕР КАК СПЕЦИАЛИСТ В ОБЛАСТИ ОКАЗАНИЯ ПЛАТНЫХ УСЛУГ КЛУБНЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ

М.Л. Ньюшенкова

ФГОУ ВПО «Самарская государственная академия культуры и искусств», г. Самара

Ключевые слова и фразы: клубные учреждения; коммерческий сектор; массовый досуг; менеджер социально-культурной деятельности (СКД).

Аннотация: Рассматривается роль менеджмента в деятельности клубных учреждений. Описываются способности и умения, которыми должен обладать менеджер СКД, приводится перечень его основных обязанностей. Кроме того, рассматривается учебно-воспитательный процесс, нацеленный на формирование предпринимательской культуры будущего специалиста СКД.

В современных условиях клубные учреждения любых форм собственности и организационно-правовых форм, обладают законодательным правом привлекать внебюджетные источники финансирования. Используя свои возможности, они оказывают платные услуги населению, организуют работу структурных подразделений профильного и непрофильного характера, развивают предпринимательскую деятельность, преимущественно (о чем свидетельствуют реальные данные), посредническую.

Мы остановимся на проблемах анализа опыта оказания платных услуг клубными учреждениями и приобретения соответствующих навыков менеджерами СКД, подготовка которых осуществляется в Самарской государственной академии культуры и искусств.

В структуре современной социально-культурной сферы значительное место занимают не государственные, а частные, коллективные по виду собственности организации культурно-досуговой деятельности (коммерческие организации). Они более оперативно и гибко реагируют на конъюнктуру рынка досугового спроса, смену досуговых приоритетов в постоянно меняющейся социально-культурной среде.

Коммерческий сектор, представленный центрами досуга, концертными агентствами, учебными центрами восточных единоборств, бодибилдинга, шейпинга, клубами с гимнастическим и атлетическим оборудованием, клубами лечебно-профилактического характера с бассейнами, теннисными кортами, массажными и косметическими кабинетами и др. Учитывая и удовлетворяя самые разнообразные вкусы и потребности потребителей, они ориентированы на интересы более зажиточных, предпринимательских кругов целевой аудитории.

Другими приоритетными направлениями в деятельности коммерческих и некоммерческих клубов является организация разнообразного массового досуга и развлечений: шоу-продюсерство, проведение фестивалей, конкурсов, праздников, создание прокатных структур (прокат фонограмм, компакт-дисков, видеокассет и т.п.)

Распространение в последнее время получили всевозможные конкурсы народного искусства, красоты, парады мод, круизы и т.п.

Тенденцией культурного развития является индивидуализация и дифференциация культурных потребностей населения. Учет индивидуальных запросов потребителей культурной продукции позволяют каждому клубному учреждению выработать номенклатуру платных услуг. Помогает в этом «Примерный перечень платных услуг, предоставляемых учреждениями культуры и искусства». В данном документе приведены основные виды платных услуг клубных учреждений:

- проведение тематических вечеров, встреч, выставок;
- организация платных курсов, студий, кружков;
- создание любительских объединений и клубов по интересам;
- организация лекториев и кинолекториев с привлечением специалистов;
- прокат звуко- и видеотехники;
- организация местных туристических маршрутов.

Существует и классификация платных услуг по преобладающему виду деятельности:

1. Учебно-познавательные;
2. Учебно-творческие;
3. Зрелищные;
4. Физкультурно-оздоровительные;
5. Досугово-бытовые;
6. Культурно-развлекательные.

С развитием новых возможностей организации, новых культурных технологий перечень платных услуг постоянно обновляется и пополняется.

Наибольшим спросом в государственных клубных учреждениях пользуются компьютерные, информационные технологии, рекреационно-оздоровительные, культурно-развлекательные, зрелищные технологии.

В современных рыночных условиях, когда существует безработица, пользуются спросом курсы по бухгалтерскому учету, маркетингу, менеджменту, секретарскому делу, делопроизводству, прикладному домашнему творчеству.

По каждому виду услуг составляется смета расходов.

Стоимость любого мероприятия рассчитывается с учетом следующих составляющих: заработная плата работников, занятых в оказании услуг; прямые расходы – затраты, направленные непосредственно на проведение события; эксплуатационные расходы; накладные расходы (амортизационные отчисления по основным фондам); планируемая рентабельность. Последняя устанавливается в процентном отношении к себестоимости мероприятия, услуги в размере 15–20 процентов.

Смета кружка, секции устанавливается от фактических расходов, включая рентабельность в размере 15–20 %. Она составляет чистый доход организации.

Клубное учреждение, определив систему предлагаемых потребителям услуг, заинтересовано в их продвижении, задачей которого является стимулирование спроса.

Организация заинтересована вести потребителей от простой информированности об услуге и ее характеристиках к пониманию соответствия их индивидуальным и групповым интересам, потребностям, запросам и, наконец, к формированию убежденности в жизненной необходимости для них услуги.

Организаторам платных услуг необходимо учитывать этапы жизненного цикла услуги, поддерживать спрос или модифицировать услугу в случае падения спроса.

Менеджер СКД, как субъект управления, обязан руководить и организовывать работу клубного учреждения по оказанию платных услуг населению.

Он участвует в выработке миссии, целей, задач организации в данном направлении, изучении культурных потребностей целевой аудитории, разработке номенклатуры услуг и их смет расходов, цен, материальной базы и кадрового обеспечения, составляет сводную смету доходов и расходов платных услуг, стимулирует спрос и мотивирует сотрудников.

Менеджер осуществляет постоянный мониторинг показателей эффективности деятельности клубного учреждения. Приоритетная социальная эффективность измеряется количеством посетителей, числом клубных формирований, мероприятий, новых форм культурного обслуживания в количественном и сравнительном измерениях. Экономическая эффективность измеряется средней ценой одного посещения, его себестоимостью, средней заработной платой работника и другими сравнительными показателями.

Важной стороной оценки эффективности деятельности клубных учреждений является учет мнений потребителей культурных услуг и экспертов сферы культуры и культурного обслуживания.

Менеджеру СКД необходимо обладать компетенциями – способностями решать определенный класс профессиональных задач. Профессиональные компетенции – это совокупность знаний, умений и навыков, ценностных ориентаций, которые характеризуют специалиста в профессиональной области. Особенно значимыми для специалиста становятся компетенции: «работа с информацией», «достижение результата», «работа с людьми», «личностное самосовершенствование».

Системно-функциональный анализ деятельности менеджера по оказанию платных услуг населению позволяет определить организацию учебно-воспитательного процесса, основанного на культурологическом, компетентностном, личностно-деятельностном, системном подходах,

нацеленного на формирование предпринимательской культуры будущего специалиста как составляющей общей культуры.

Отбор и конструирование содержания, сочетание форм и методов обучения на каждом этапе подготовки, направленных на реализацию целевых установок выступает основным дидактическим условием активизации процесса профессиональной подготовки специалиста.

Использование технологий, активизирующих самостоятельную работу студентов, основывается на привлечении методов диалогового обучения, специального подбора заданий, ситуаций, дискуссий, участия в проектах, деловых играх, групповых и индивидуальных методах выработки креативных решений, предложений (методы «Мозговая атака», «Дельфи» и другие), оценок сопоставительного, сравнительного характера.

Осмысление и оценка существующего опыта развития платных услуг клубными учреждениями, а также приобретение личного опыта, совершенствование в данном направлении являются основой профессионального становления менеджера СКД.

Список литературы

1. Ахиезер, А.С. Философские основы социокультурной теории и методологии / А.С. Ахиезер // Вопросы философии. – 2000. – № 9. – С. 29–45.
2. Боно, Э.М. Нестандартное мышление : самоучитель / Э.М. Боно ; пер. с англ. – ООО «Попури», 2000 – 224 с.
3. Денисова, А.Л. Основы изучения перспективных потребностей рынка труда в выпускниках системы профессионального образования / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова // профессиональное образование. – 2002. – № 11 – С. 18–24.
4. Ньюшенкова, М.Л. Клубные учреждения в новых условиях хозяйствования / М.Л. Ньюшенкова. – Самара : СГАКИ – С. 36.
5. Ньюшенкова, М.Л. Методология формирования предпринимательской культуры менеджера социально-культурной деятельности на основе компетентного подхода / М.Л. Ньюшенкова ; под ред. А.Л. Денисовой – Самара : Изд-во Самарского научного центра РАН, 2008 – 200 с.
6. Ньюшенкова, М.Л. Подготовка менеджеров к профессиональной деятельности в социально-культурной сфере на основе педагогики подвижного равновесия / М.Л. Ньюшенкова. – Самара : СГАКИ, 2004 – 28 с.

© М.Л. Ньюшенкова, 2009