

Три кита менеджмента
Three Foundations of Management
Три кити менеджменту

Сулова И. М.

*Московский государственный университет культуры и искусств,
Москва, Россия*

Iraida Suslova

Moscow State University of Culture and Arts, Moscow, Russia

Сулова І. М.

*Московський державний університет культури та мистецтв,
Москва, Росія*

Раскрываются три направления современного менеджмента: стратегический и кадровый менеджмент, социально-этический маркетинг, развитие которых в управлении библиотекой составляет ключевую задачу информационно-библиотечного менеджмента.

Three main trends in modern management are described: strategic, personnel and social-ethic. The development of these trends is the key task of information-library management.

Розкриваються три напрями сучасного менеджменту: стратегічний і кадровий менеджмент, соціально-етичний маркетинг, розвиток яких в управлінні бібліотекою складає ключову задачу інформаційно-бібліотечного менеджменту.

Современный мир меняется с пугающей быстротой, рождая как новые возможности, так и новые угрозы. Стало общим местом утверждение: «Для поиска и отыскания путей развития в XXI веке человечество нуждается в новой парадигме, которая обеспечила бы баланс экономического, социального и экологического развития». Но какова она эта новая парадигма? Отчетливо проявляется ограниченность традиционной модели «рационального управления». Рационализм связывается, прежде всего, с возможностью предельно упорядочить и регламентировать организацию библиотеки, происходящие в ней процессы, достичь стабильности и устойчивости деятельности структурных подразделений. Несмотря на большую привлекательность четкости, определенности управленческих действий, заложенных в рациональной модели, она лишена главного – гибкости, столь необходимой в современных условиях. Сегодня одним из самых популярных понятий менеджмента является «неопределенность», не в смысле незнания, а как постоянная изменчивость условий, возникновение новых связей, быстрая переориентация функционирования в ответ на динамику потребностей. В условиях динамизма жизнедеятельности полный учет и просчет заранее, до мелочей всех деталей становится малореальным. Поэтому задача управления состоит в создании адаптивных, гибких управленческих моделей, а руководителя – в реализации комплексных и системных подходов.

Менеджмент эффективно решает проблемы создания таких моделей. В прошлом столетии менеджмент как новый социальный институт, новая ключевая социальная функция, новая, лидирующая в обществе группа менеджеров, возник и развивался с необычайной быстротой, стал незаменимым. И никогда прежде новый институт не охватывал земной шар с такой легкостью, пересекая границы рас и культур, языков и традиций, как это сделал менеджмент в течение одного поколения. И действительно, там, где внедрялся компетентный менеджмент, начиналось стремительное развитие. По-видимому, мы имеем дело с крупнейшей социальной инновацией.

Питер Друкер, который сумел распознать, обобщить и описать появление нового могущественного фактора развития, пишет: «Всюду, где мы вкладывали только экономические факторы производства, особенно капитал, мы не добивались развития. В немногих случаях, когда мы могли породить энергию менеджмента, мы порождали стремительное развитие. Развитие, иными слова-

ми, – дело скорее человеческой энергии и придание ей направления есть задача менеджмента. Менеджмент – двигатель, развитие – следствие».

Со всей определенностью можно утверждать, что хороший менеджмент – это не просто управление, которое стремится быть рациональным и правильным. Менеджмент пытается сделать невозможное, имея дело не только с логикой, а, прежде всего, с интересами и пользователями библиотеки, и ее сотрудников. Поэтому менеджмент все время находится в состоянии поиска и поэтому все время развивается теория менеджмента, отражающая наиболее успешные образцы управленческой деятельности, лучшую практику управления.

Прочное здание современного менеджмента покоится на трех китах, символизирующих его главные направления. Первое из них – *стратегический менеджмент*, который приобретает особое значение в связи с динамизмом и неопределенностью внешней среды библиотеки. Понятие стратегии, поначалу казавшееся совершенно чуждым в текущей упорядоченной библиотечной жизни, привлекает все большее внимание отечественных библиотечников, становясь неотъемлемой частью деятельности руководителей. Стратегическое управление опирается на человеческий потенциал, ориентирует всю библиотечную деятельность на читательские потребности, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в библиотеке, отвечающие требованиям внешней среды и позволяющие стабильно функционировать, что в совокупности дает возможность библиотеке развиваться в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей. Содержание и структуру стратегического управления составляет определение миссии и целей библиотеки, анализ среды, выбор стратегической альтернативы, организация выполнения стратегии. Стратегический менеджмент – тип управления, который в высокой степени отвечает современным особенностям развития библиотеки, поскольку позволяет достаточно точно определить стратегические позиции в динамично изменяющихся условиях на основе исследований по согласованию внешних и внутренних факторов.

Стратегический менеджмент сегодня переживает период диверсификации. Среди различных элементов стратегического менеджмента специалисты выделяют управление проектами, которое в библиотечном деле включает в свою сферу все большее число объектов и формируется как сравнительно самостоятельное направление со своей методологией, понятийным аппаратом и методами. В силу направленности на решение наиболее актуальных проблем, управление проектами становится особенно эффективным сегодня – в период крупномасштабных изменений, поскольку проводимые реформы представляют собой совокупность разнообразных по масштабам и сложности проектов. Библиотеки участвуют в различных классах проектов. Это – мегапроекты, представляющие собой целевые программы развития культуры на областном или краевом уровне; мультипроекты – комплексные программы, связанные с определением стратегического развития библиотек на уровне малого города; монопроекты, осуществляемые на уровне одной библиотеки и призванные решать комплексные задачи ее развития.

Одной из главных узловых проблем библиотечного менеджмента являются инновации. Высокие темпы социального и информационного прогресса выдвинули вперед те системы управления, которые оказались способными быстро и эффективно осваивать нововведения. В связи с этим инновационный менеджмент может рассматриваться в русле разработки и реализации стратегических направлений информационно-библиотечной деятельности. Главные направления формирования инновационного менеджмента: разработка организационно-методологических основ освоения новшеств, создание гибкой системы обучения кадров, определение мотивов и факторов сопротивления изменениям и уменьшение их влияния, расчет параметров необходимого ресурсного обеспечения инновационных процессов и мотивации. Перспективна, на наш взгляд, реорганизация методической деятельности библиотек на принципах инновационного менеджмента.

Второе направление современного менеджмента – *управление персоналом*, то понятие, которое отсутствовало в нашей управленческой практике. Признано, что персонал является основным ресурсом любой организации, ее главным богатством, определяющим успех всей деятельности. В связи с этим, основу концепции управления персоналом в настоящее время составляют возрастающая роль личности каждого сотрудника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед библиотекой.

Было время, когда считалось, что автоматизированная технология вытеснит библиотекаря из большинства информационных процессов и окончательно утвердит превосходство техники над

работником. Однако, хотя компьютер и стал полновластным хозяином во многих технологических и управленческих процессах, роль и значение библиотекаря не только не упали, но и возросли. Человек стал не только самым ценным ресурсом любой организации, но и самым дорогостоящим. Хорошая организация стремится максимально эффективно использовать потенциал своих работников, создавая все условия для наиболее полной их отдачи на работе и интенсивного развития их потенциала. В соответствии с этим главная цель системы управления персоналом: обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития.

На смену теории, рассматривающей персонал как издержки, которые надо сокращать, появилась теория управления человеческими ресурсами, в соответствии с которой персонал представляет собой один из ресурсов, которым надо грамотно управлять, создавать условия для его развития, вкладывать в него средства.

Взаимосвязь перечисленных факторов привела к появлению персонал-стратегии, включающей такие элементы, как: цель деятельности; система планирования; отношения высших управленческих кадров; организационная структура служб управления персоналом; доступность, полнота и обоснованность используемой информации; образование руководителей (всех уровней управления); взаимосвязь с внешней средой.

Создавшаяся в нашей стране ситуация, изменения социально-экономической действительности одновременно несут как большие возможности, так и серьезные угрозы для каждой личности, устойчивости ее существования, вносят значительную долю неопределенности в жизнь практически каждого человека. Управление персоналом в такой ситуации приобретает особую значимость: кадровый менеджмент позволяет обобщить и реализовать целый спектр вопросов адаптации индивида к внешним условиям, учета личностного фактора в построении системы управления персоналом библиотеки.

Третье направление современного менеджмента – *социально-этический маркетинг*. К середине девяностых годов усилиями отечественных библиотекведов происходит переосмысление маркетинга как чрезвычайно эффективной для современной библиотеки концепции управления, позволяющей адаптировать библиотечную деятельность к сложным явлениям окружающей среды. Даже названия выходящих изданий резко изменили содержательные аспекты с рыночных на управленческие. Свидетельством широкого распространения маркетинговой концепции служит большое количество литературы, рассматривающей теоретические и практические проблемы библиотечного маркетинга, сферу его применения в различных направлениях библиотечно-информационной деятельности, составные элементы комплекса маркетинга в библиотеке, систему маркетинговых коммуникаций, принципы управления маркетингом. На этом фоне, даже при всей неоднозначности подходов к содержанию библиотечного маркетинга, можно говорить о наличии определенного маркетингового пространства, в котором библиотеки чувствуют себя достаточно уверенно. Решающий момент в эволюции маркетинга – переход маркетинга в библиотеке из утилитарно-инструментальной фазы поисков дополнительного финансирования в разряд общей концепции, объединяющей все функции управления современной библиотекой.

Принципиально новый подход обосновывается в исследованиях последних лет, направленных на включение библиотеки в систему некоммерческого маркетинга, что способствует систематической профессиональной деятельности на научной основе. Библиотечный маркетинг, понимаемый как система управления, ориентированная на реально существующие и потенциальные потребности населения в книге, информации, всех видах библиотечного обслуживания, обретает огромную социальную значимость. Органичное единство миссии библиотечной деятельности и направленности социально-этического маркетинга на повышение общественного благосостояния создает принципиальную основу для включения мощного потенциала научного маркетинга в решение стратегических проблем библиотеки.

Развитие всех трех направлений современного менеджмента в руководстве библиотечной деятельностью – стратегического управления, кадрового менеджмента и социально-этического маркетинга – определяют позитивные перспективы библиотеки.