

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦИАЛЬНО-РЫНОЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСОБАЯ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ

© 2011 Т.И. Кириченко

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

E-mail: OET2004@yandex.ru

Исполнение целевой установки на развитие сферы социальных услуг возлагается на соответствующий менеджмент. Предложена авторская система понятий менеджмента социально-рыночного предприятия, определен субъектно-объектный состав, сформулированы цели и задачи руководства предприятием. Активизация инициативы и заинтересованность в результатах деятельности позволят обеспечить расширение сферы социального сервиса.

Ключевые слова: концепции менеджмента, управленческая активность, понятия менеджмента социально-рыночного предприятия, субъектно-объектный состав, цели, задачи руководства, сбалансированное решение.

Экономический механизм социального сервиса, в отличие от производственного или сферы платных услуг, наиболее сложен с точки зрения определения баланса административных и рыночных механизмов регулирования. Значительная часть социального сервиса (в самом широком смысле этого слова - в сфере здравоохранения, образования, культуры и т.д.) в настоящее время предоставляется государственными и муниципальными учреждениями. В то же время с момента начала рыночных реформ постоянно происходит поиск способов адаптации работы данных учреждений к рыночным условиям хозяйствования, формируются механизмы предоставления социальных услуг на платной основе при сохранении их общедоступности и требуемого качества. Одно из последних значимых изменений в этой сфере - изменение хозяйственного механизма автономных бюджетных учреждений¹, которые наделяются значительно большей свободой ведения предпринимательской деятельности в социальной сфере². Однако новый организационно-правовой статус данного учреждения есть только форма функционирования организации определенного типа - социально-рыночного предприятия.

Особенности работы социально-рыночного предприятия - выполнение обязательств перед государством по обеспечению тех функций, которые возложены на него уставными задачами, а также предложение широкого спектра платных услуг. Таким образом, у предприятия формируются несколько бизнес-процессов - одни предопределены государственным заданием, другие

предприятие может формировать и регулировать самостоятельно. Управление организацией с различными бизнес-процессами, реализуемыми в одной отрасли, требует разработки особого подхода, который может быть обозначен как менеджмент социально-рыночного предприятия.

Менеджмент социально-рыночного предприятия - это особая форма управления экономической системой, возникающая лишь в условиях развитой рыночной экономики, когда активно действуют как государственные институты, так и различные некоммерческие организации. Более того, в теории идеального свободного рынка подобного рода предприятия практически не рассматриваются - все социальные функции выполняет государство, а производители предоставляют товары и услуги на рыночных основах за плату на базе существующего спроса. На практике даже самые либеральные рыночные страны обладают мощными социальными системами, основу которых составляют предприятия, оказывающие общественно значимые услуги в области здравоохранения, образования, культуры и иных социальных сервисов на базе использования смешанного механизма - государственного заказа, платных услуг и различных спонсорских поступлений.

Управление подобными предприятиями существенно отличается от руководства организациями бизнеса и само выступает значимым фактором развития социальной сферы. Можно предположить, что в отечественных условиях при расширении участия социально-рыночного предприятия в хозяйственной жизни до уровня, принятого

в наиболее развитых странах с мощной социальной сферой, роль и значение менеджмента данной сферы значительно возрастут. Это обстоятельство обуславливает разработку основных положений менеджмента социально-рыночного предприятия как самостоятельной концепции управления особой экономической системой.

В общем виде менеджмент социально-рыночного предприятия представляет собой управление отношениями, связанными со стратегическим и тактическим планированием, анализом, регулированием, контролем деятельности системы социально значимого сервиса, а также управление финансами, персоналом, осуществляющим технические и хозяйственные операции, договорными процессами. Иными словами, это управление отношениями, касающимися формирования и использования средств предприятия из разных источников: государственного задания, платы за услуги, спонсорских и благотворительных поступлений. Ведущими методологическими элементами менеджмента социально-рыночного предприятия на операционном уровне выступают финансовый менеджмент (особенно в части бюджетирования) и управление персоналом, что обусловлено структурой объекта, на который направлены управляющие воздействия - предоставление массового социального сервиса. Кроме того, учитывая высокую степень законодательного регулирования деятельности социально-рыночных предприятий, менеджмент в этой сфере должен рассматриваться как организационная деятельность, направленная в первую очередь на соблюдение установленных требований и нормативов для организаций данного типа.

Методологической основой реализации менеджмента социально-рыночного предприятия выступают достаточно разработанные управленческие подходы в различных отраслях сферы услуг, где произошел переход к оказанию платных услуг населению. Многие исследователи при формировании систем менеджмента уделяют внимание социальным аспектам функционирования сервисных систем. Так, Н. Зайцева рассматривает менеджмент совместно в социально-культурном сервисе и в туризме³. Управление учреждениями социальной сферы значительно сложнее руководства предприятиями общественного питания и досуга, которым посвящены отдельные работы по менеджменту. Однако специальных теоретико-методологических разработок не мно-

го. Исследователи В.Н. Иванов и В.И. Патрушев рассматривают в качестве самостоятельного направления социальный менеджмент⁴. Г. Тульчинский и Е. Шекова разрабатывают основные положения менеджмента в сфере культуры⁵.

Отечественные ученые уделяют внимание и новым видам сервиса, сформировавшимся относительно недавно. И.В. Мишурова посвящает исследования менеджменту профессиональных услуг⁶ - управлению такими новыми направлениями сервисной деятельности, как консалтинг, информационное обслуживание и т.д., что востребовано в процессе модернизации отечественной сферы сервиса и должно быть реализовано в составе менеджмента социально-рыночных предприятий.

Существование достаточно разработанных концепций менеджмента в сфере платного сервиса с полным правом позволяет рассматривать менеджмент социально-рыночных предприятий как самостоятельное направление, обладающее собственной управленческой спецификой.

Формирование концепции менеджмента социально-рыночных предприятий учитывает значимость данного направления экономического управления, которое выходит за рамки появления новой формы руководства организациями бюджетной сферы. Речь идет о более сложных и глубоких процессах, связанных с ростом институтов гражданского общества, без чего не могут эффективно работать рыночные механизмы. Целевая ориентированность, задаваемая органами государственного регулирования экономической активностью данного вида предприятий, при сочетании с достаточной свободой хозяйственной деятельности позволяет в рыночных условиях находить способы достижения одновременно как коммерческих, так и социально значимых целей.

На функциональном уровне сфера менеджмента социально-рыночного предприятия охватывает построение процессов по рациональному управлению денежными потоками (значительная часть из которых является бюджетными) и использованию знаний и опыта персонала для обеспечения бесперебойного предоставления социально значимых услуг в требуемом количестве и качестве. Таким образом, *менеджмент социально-рыночного предприятия - это особая управленческая активность, связанная с ведением хозяйственной деятельности по обеспечению осуществления общественно значимых функций*. С этой точки зрения (как вид управленческой де-

тельности), менеджмент социально-рыночного предприятия выступает как система разработки управляющих воздействий на объект управления, в качестве которого выступают: установленные хозяйственные операции для конкретного вида производства услуг; расчетно-кассовые операции, характерные для бюджетных организаций; иные действия, в том числе контрольные, по соблюдению нормативов финансово-экономических показателей и т.д. Все воздействия на указанные объекты осуществляются с особой целью - не просто рационального использования ресурсов, функционирования и получения прибыли, а достижения заданных социальных целей путем обеспечения процессов обслуживания всего населения или определенных контингентов.

Действие социально-рыночного предприятия на основе использования различных источников финансового обеспечения уже само по себе формирует ряд проблем управленческой деятельности. Прежде всего, это невозможность полного совпадения экономических интересов социально-рыночного предприятия как целостной экономической системы. С одной стороны, данное предприятие действует в направлении решения поставленных задач и основу его финансирования составляют бюджетные средства. С другой стороны, как самостоятельный субъект хозяйствования, оно заинтересовано в росте и освоении возможностей увеличения реализации услуг, которые могут быть предложены на рыночной основе. Не исключена вероятность, что эти две разнонаправленные группы интересов могут препятствовать выработке последовательной экономической политики предприятия данного типа. В данной связи важная задача его менеджмента - сформировать четкую и последовательную политику экономической деятельности, найти сбалансированное решение согласования различных направлений хозяйственной активности. Кроме того, формирование отечественных социально-рыночных предприятий происходит в процессе постоянного изменения внешних условий. Это требует соответствующей реакции с его стороны - анализа финансовой и экономической ситуации, изыскания новых способов решения текущих технологических и хозяйственных задач, что требует от менеджмента высокого профессионализма и разработки стратегии собственного развития.

Социально-рыночные предприятия, в отличие от частных, действуют в определенной иерар-

хической системе обслуживания (школы - как организации системы просвещения, больницы и поликлиники - здравоохранения, музеи и библиотеки - культуры и т.д.). Изменяются не только сами социально-рыночные предприятия, но и вся система, а также само общество. Социально-политические и административные перемены в обществе порождают трудности развития социальной сферы, препятствуют взаимодействию функциональных структур бюджетных организаций, обмену информацией и координации усилий на региональном и федеральном уровнях. Из-за отсутствия эффективного взаимодействия основных участников социального обслуживания, формирующих условия предоставления соответствующих услуг, ухудшаются основные качественные параметры и показатели деятельности предприятий данной сферы, усложняются процессы принятия управленческих решений, затрудняется оценка преимуществ и недостатков выбранных решений. Все эти обстоятельства не способствуют решению задач менеджмента социально-рыночного предприятия.

Резюмируя представленные концептуальные подходы к пониманию менеджмента социально-рыночного предприятия, сформулируем его определение, как *системы управления отношениями по формированию и использованию ресурсов социальной сферы в условиях множественности источников осуществления хозяйственной деятельности*. Основным критерием успешного менеджмента социально-рыночного предприятия выступает не объем реализуемой продукции и услуг, как на коммерческом предприятии, а устойчивое предоставление услуг в установленных объемах и качестве.

Как было отмечено, спецификой менеджмента социально-рыночных предприятий является не полностью самостоятельная система управления - она формируется вышестоящим органом управления (учредителем) и подотчетна ему. Однако это не должно препятствовать формированию механизмов самостоятельного реагирования предприятия на внешние воздействия, нарушающие его нормальное функционирование, что реализуется в форме корректировки способов достижения стратегических целей с помощью оперативной информации и обратной связи. Несмотря на зависимость менеджмента социально-рыночного предприятия от вышестоящих организаций, он обязан осуществить самостоятельное ре-

шение целевых задач, разработку средств и методов их реализации, создание неформальных синергетических связей.

К проблемам менеджмента социально-рыночного предприятия в современных российских условиях прибавляется отсутствие единообразной технологии управления организационно-экономическими процессами в рамках существующего нормативно-правового и информационного обеспечения.

Содержание менеджмента социально-рыночного предприятия раскрывается через его ключевые положения.

Цель менеджмента социально-рыночного предприятия - обеспечение качественного, количественно достаточного и непрерывного предоставления социальных сервисов определенных видов (образование, медицинская помощь, культурно-досуговые услуги и т.д.) - детализирована по отдельным значимым приоритетам функционирования социальной сферы: устойчивое обеспечение потребителей всеми видами социальных услуг; достижение массовости использования социальных сервисов; повышение комфортности предоставления разнообразных услуг.

Предмет менеджмента социально-рыночного предприятия - формирование и функционирование хозяйственных процессов, обеспечивающих социальное обслуживание населения.

Объект менеджмента социально-рыночного предприятия - процессы принятия решений по реализации различных видов социальных сервисов, управление потоками бюджетных и собственных средств. Объектами управления в менеджменте социально-рыночного предприятия выступают собственно процессы социального обслуживания, кадры и материально-финансовые средства, обеспечивающие функционирование данных процессов.

Субъектами менеджмента социально-рыночного предприятия являются как его руководство, так и аппарат управления вышестоящей организации, устанавливающий цели и задачи функционирования. Следует специально подчеркнуть сложный состав субъектов менеджмента как его особую характеристику. Социально-рыночное предприятие, деятельность которого достаточно полно регламентирована нормативно-правовыми актами, имеет прямые управленческие воздействия со стороны органов государственного регулирования через соответствующие отраслевые

министерства и ведомства, которые вмешиваются в хозяйственную деятельность данного субъекта хозяйствования. Вмешательство производится в порядке, установленном как законом, так и ведомственными нормативными актами.

Задача менеджмента социально-рыночного предприятия - выработка и практическое применение методов, средств и инструментов для достижения целей функционирования сервисной системы путем использования рациональных форм обслуживания, формирования методических основ оптимальных организационных структур и режимов работы функционально-технологических систем по предоставлению социальных сервисов при заданных параметрах.

Основные функции менеджмента социально-рыночного предприятия:

- стратегическое планирование и разработка программы действий по достижению заданных результатов на основе установленных целей;

- выполнение обязанностей распорядителя материально-финансовыми средствами, ведение хозяйственных и финансовых операций для обеспечения деятельности по достижению поставленных целей;

- ведение соответствующей нормативной документации, составление бухгалтерской и статистической отчетности;

- контроль за осуществлением процесса обслуживания населения.

Иные функции менеджмента социально-рыночного предприятия совпадают с управленческими функциями в других экономических сферах.

Главные характеристики менеджмента социально-рыночного предприятия представляют собой взаимосвязанные и взаимозависимые системные параметры:

- технологической функциональности процессов обслуживания;

- рациональности организационного построения системы обслуживания;

- финансово-бюджетной эффективности.

Определение субъектно-объектного состава менеджмента социально-рыночного предприятия раскрывает более глубокое социально-экономическое содержание организаций подобного типа, нежели удовлетворение потребностей населения. Оно заключается в формировании новых механизмов всей системы общественного потребления, прежде всего в социальной сфере: комму-

нально-бытовой, в здравоохранении, образовании, культуре, спорте и т.д. С учетом состояния и перспектив развития отечественной экономики на рыночных основах должна быть модернизирована вся управленческая деятельность в сфере социального потребления. Необходимо подходить к ее организации с позиций сочетания рыночных и бюджетных отношений, наличия многообразных форм собственности в социально-культурной сфере, что диктует задачу формирования новых научно-методических и управленческих подходов в системе их регулирования.

Менеджмент социально-рыночного предприятия как вид профессиональной управленческой деятельности, имея похожую структуру руководства разными организациями, включает традиционные классические компоненты:

- организацию производства и аппарата управления системы обслуживания;
- принятие решений по производственным, организационным и финансовым вопросам, их конкретизацию и разработку методов реализации;

- разработку и реализацию планов развития с применением различных финансовых инструментов;

- финансовое планирование и контроль.

Менеджменту социально-рыночного предприятия присущи особенности, проявляющиеся:

- в объединении рыночных и бюджетных источников обеспечения социальной сервисной деятельности;

- специальной организации предоставления сервиса;

- недостаточности только экономических соображений для принятия управленческих решений;

- необходимости учета общественных и индивидуальных интересов при предоставлении сервисов.

Структура менеджмента социально-рыночного предприятия по видам управляемых процессов образуется из трех укрупненных блоков задач и этапов работы: проектно-аналитического, организационно-производственного и контрольно-экспертного (см. рисунок).

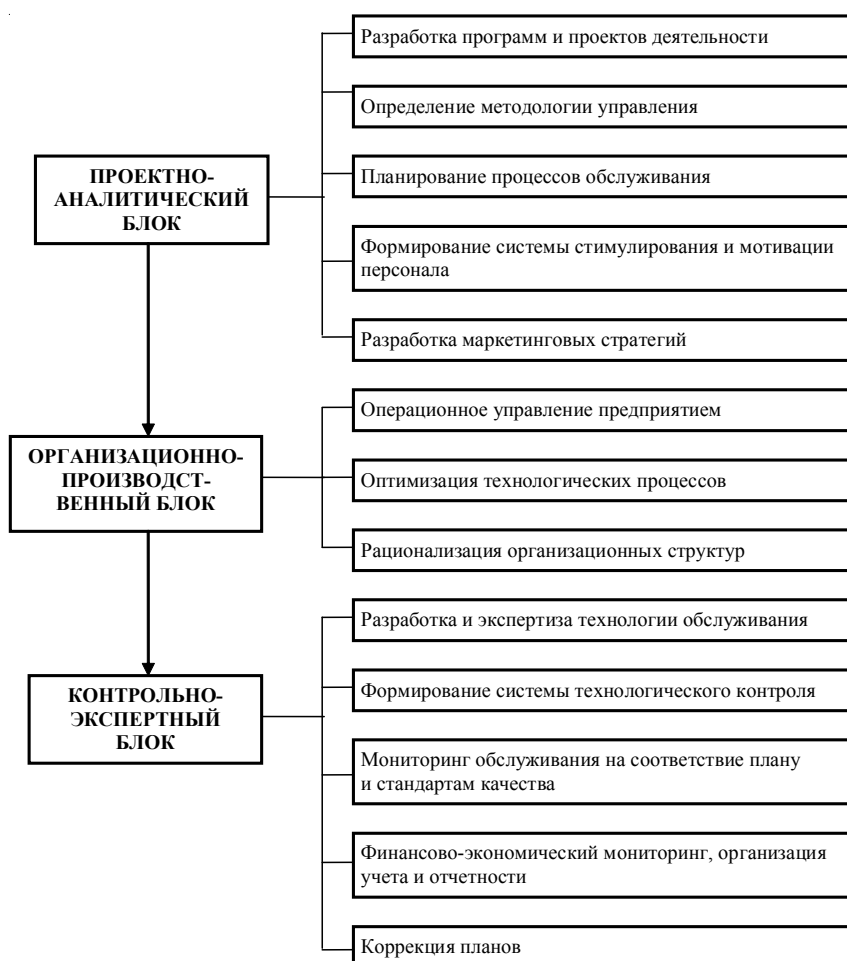


Рис. Структура менеджмента социально-рыночного предприятия

Мы убеждены, что формирование теоретико-методических основ менеджмента социально-рыночного предприятия имеет значение не только для исследования становления сферы социального сервиса, но и в целом для развития теории экономического управления, так как данный вид менеджмента соединяет достижения конкретных экономических и социальных наук, связанных с функционированием сервисных систем. Разработка его основ, кроме практического, имеет теоретическое значение, поскольку указанный управленческий подход будет способствовать развитию теоретических основ становления всей социально-экономической системы в рыночных условиях хозяйствования. При этом утрачивает силу сложившаяся на практике концепция административного воздействия на экономику.

Процессы развития невозможны без роста и расширения сфер деятельности. В представленных положениях менеджмента социально-рыночного предприятия рассмотрены основные блоки и элементы, обусловленные особенностями управленческой деятельности.

Развитие и рост социально-рыночных предприятий характеризуются специфическими осо-

бенностями. Они созданы целевым образом на бюджетные средства, и традиционные механизмы инвестирования, обеспечивающие экономический рост, практически не задействованы в функционировании социальной сферы. Это актуализирует исследования сущности инвестиционных процессов и формирования специальных управленческих инструментов в инвестиционной деятельности социально-рыночных предприятий.

¹ Об автономных учреждениях: федер. закон от 3 нояб. 2006 г. № 174-ФЗ // Парламент. газ. 2006. 9 нояб.

² О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений : федер. закон от 8 мая 2010 г. № 83-ФЗ // Рос. газ. 2010. 12 мая.

³ Зайцева Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. М., 2003.

⁴ Иванов В.Н., Патрушев В.И. Социальный менеджмент. М., 1998.

⁵ Тульчинский Г., Шекова Е. Менеджмент в сфере культуры. М., 2003.

⁶ Мишурова И.В. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и тактика. М. ; Ростов н/Д, 2004.

Поступила в редакцию 06.12.2010 г.