

По результатам разработки проект Доктрины регионального развития был направлен около 300 адресатам для рецензирования в различные регионы России и страны СНГ. Разработчиком получено около 30 рецензий. В целом рецензенты отмечают высокий уровень проработки документа. Предпо-

лагается, что в течение 2009 года будет подготовлен полный пакет сопроводительных документов к проекту Доктрины, включая финансово-экономическое обоснование, который будет направлен заинтересованным субъектам законодательной инициативы.

Особенности управления организациями региональных средств массовой информации

Н.В. Мироненко

ГОУ ВПО «Орловская региональная академия государственной службы»

г. Орёл

Управление и организация работы по созданию информационного продукта средств массовой информации требует не только экономически грамотных решений, но и более высокого уровня управленческого воображения и предвидения, высокого качества руководства, чем управление работниками физического труда. Управление данной структурой основывается не на жестких запретах, правилах и инструкциях, а на разработке и реализации правильной политики и практики управления, основанной, как правило, на творческом риске.

Оптимизационный подход к управлению редакцией средства массовой информации, на наш взгляд, должен ориентироваться: с одной стороны, на создание новых информационных возможностей, т.е. на создание новых информационных продуктов и формирование новых информационных потребностей. С другой стороны, необходимо оптимизировать отдачу от задействованных внутренних ресурсов.

Редакция средства массовой информации, с точки зрения экономического анализа, является организацией, в которой соединены три вида основных процессов: производства информационного продукта; формирование аудитории, повышение собственного рейтинга на основе воспроизводства имеющихся ресурсов (материальных и творческих аспектов). При этом каждый из этих процессов не является постоянным и, в процессе развития,

подвергается различным инновациям. Данные процессы рассмотрены на рисунке - 1.

Редакция не будет иметь высокой внешней эффективности, если у нее низкая внутренняя эффективность использования ресурсов. Конечно, если редакция выпускает невостребованный информационный продукт, она будет убыточной, но соответствовать определенным информационным задачам, решение которых и оправдывает, с точки зрения тех, кто оплачивает, ее убыточность. Таким образом, внутренняя эффективность – это минимальное условие внешней эффективности. Современное управление подразумевает установление баланса между обоими видами эффективности. Однако, для организации, выпускающей информационный продукт на рынок региональных средств массовой информации, управленческие задачи многократно усложняются.

В теории управления воспроизводственные процессы рассматриваются различными экономическими школами. Неоклассическая теория фирмы рассматривает воспроизводственные функции как процессы возобновления ресурсов, управляемой и неуправляемой эволюции производственной функции. Изменение последней трактуется как эффект действия «научно-технического прогресса – внешнего по отношению к предприятию процесса создания и распространения организационно-технологических новшеств.

В рамках институционального подхода процессы воспроизводства служат предметом обсуждения только в том случае, если они институционально оформлены. Достаточно подробно рассматривается вопрос об управлении и распоряжении специализированными активами на предприятии, о полном или частичном делегировании этих полномочий. Однако роль этих активов в результатах деятельности предприятия не определяется и генезис внутрифирменных процессов и институтов остается не раскрытым.

Модельный «портрет» каждого предприятия в модифицированной неоклассической концепции фирмы представляется восьмью основными зависимостями, составляющими «пучок воспроизводственных функций». В совокупности они образуют систему описывающих деятельность предприятия после осуществления полного производственно-воспроизводственного цикла через значения показателей до начала цикла, а также характеристик стратегии и внешней среды предприятия. Необходимо отметить, что в неоклассических моделях: [1, с.54]

- производственная функция не считается объектом воспроизводства, поэтому воспроизводственная функция не строится;

- влияние маркетинга в неоклассической теории не рассматривается, поэтому функция реализации продукта не рассматривается;

- функция принятия воспроизводственных решений не является индивидуальной и представляется для каждого предприятия в виде модели оптимизации прибыли;

- «кадровая» функция не рассматривается как самостоятельная и индивидуальная. Предполагается, что при наличии средств на оплату труда всегда можно нанять необходимых специалистов для реализации любого комплекса работ.

Между тем производственные и воспроизводственные процессы в организациях региональных средств массовой информации (редакции) регулируются одними и теми же людьми, протекают в соответствии с принятыми на предприятии способами решения проблем и механизмами принятия решений. Отсюда следует, что в «портрет» редакции должна входить не только производственная функция как модель преобразования ресурсов в результаты производства, но и ряд воспроизводственных функций – разнообразные технико-экономические, финансовые, социальные и управленческие процессы, протекающие в организациях региональных СМИ.

Их можно разделить на три группы [2, с.139]: - процессы использования имеющегося потенциала для производства информационного продукта (выполнения работ, оказания услуг)-производство;

- процессы создания, наращивания и модернизации ресурсного потенциала редакции;

- процессы обеспечивающие создание и развитие самой воспроизводственной базы редакции, то есть создание подсистемы редакции, обеспечивающей реализацию воспроизводственных процессов – «воспроизводство воспроизводства».

Пользуясь этой классификацией, можно соответствующим образом структурировать и управленческие решения. Решения касающиеся использования имеющегося потенциала производственной базы, целесообразно относить к тактическим. Наиболее важные решения, относящиеся к процессам формирования (создания, пополнения, изменения) потенциала, можно отнести к стратегическим. Наконец, решения, которые определяют потенциал для формирования ресурсной базы организаций региональных средств массовой информации, можно было бы назвать суперстратегическими, и их взаимосвязь с основными производственными процессами представлены на рисунке -2.

Каждый из этих процессов находится под влиянием внешних для организации региональных средств массовой информации факторов и демонстрирует реакцию на изменение этих факторов.

Поэтому каждый C:\Documents and Settings\Мироненко\Мои документы\кафедра 08-09\статья в Барнаул09.docуровень данной классификации процессов имеет следующие обозначения: P1 – процессы реакции формирования ресурсной базы при изменении внешних факторов; P2 – процессы реакции воспроизводства ресурсов на изменение внешних факторов; P3 – процессы реакции производства информационного продукта на изменение внешних факторов. П1– процессы развития воспроизводственной базы редакции; П 2 – процессы воспроизводства ресурсов; П3 – процессы производства информационного продукта; П4 – процесс распространения информационного продукта.

Основными модельными представителями указанных типов процессов функционирования организаций региональных средств массовой информации являются следующие виды факторных моделей:

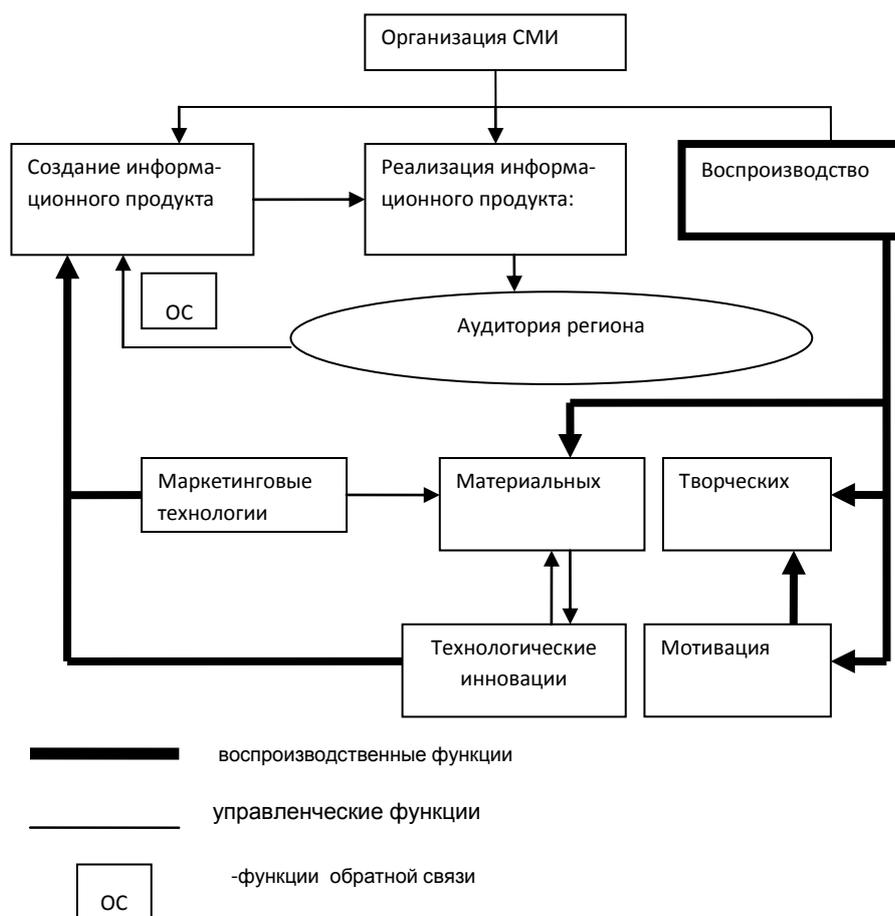


Рисунок 1 - Организации регионального средства массовой информации как единство основных хозяйственных и воспроизводственных процессов

для процесса производства информационного продукта:

- производственная функция – модель зависимости охвата аудитории (читательской – тираж; зрителей и слушателей - мощность и количество ретрансляторов) от применения производственных факторов;

- функция реализации – зависимость объемов охвата аудитории (и уровень качества информационного продукта) от управляемых факторов;

- функция издержек – зависимость величины издержек производства информационного продукта от выбранной типологии организации регионального средства массовой информации и других факторов;

для процесса формирования производственной базы организации, выпускающий информационный продукт:

- воспроизводственное отображение – зависимость производственной функции от размеров ресурсов, затрачиваемых на обновление производственной технологии;

- функция капитальных вложений (инвестиционная) – зависимость обновления структуры основных фондов в прирост капитала;

- функция мотивации – зависимость структуры и формы оплаты творческих работников от объема средств, затрачиваемых на поощрение и обучение сотрудников.

Для процессов воспроизводства ресурсного потенциала организаций средств массовой информации:

- модель принятия воспроизводственных решений, то есть зависимость структуры распределения ресурсов редакции между производственными и воспроизводственными процессами от показателей состояния предпри-

ятия регионального средства массовой информации и его производственной (хозяйственной) среды.

В современных условиях возрастает внимание организаций средств массовой информации к вопросам изучения информационной инфраструктуры региона, освоения новых видов информационных услуг (например, Интернет-сайты организаций СМИ), сохранения и привлечения потребителей информационных услуг, то есть к инструментам стратегического менеджмента, которые первоначально использовались предприятиями региона. Стратегический менеджмент в работе организаций региональных средств массовой информации предполагает определение следующих целей: удовлетворение информационных потребностей населения региона; удовлетворение собственных потребностей организации регионального СМИ как участника рынка; мотивация персонала; постоянный поиск сравнительных преимуществ. Интере-

сен опыт управления и организации работы по созданию информационного продукта средств массовой информации в Орловской области, где соединили государственный или властный интерес к местной прессе со свободой для личной инициативы журналистов и редакций в целом. Получился своеобразный симбиоз, когда единая правленческая система на уровне редакций соединилась, с творческим хаосом самых разнообразных подходов. Это делает каждую газету узнаваемой и своеобразной. При многих редакциях районных газет действуют клубы и студии юных журналистов. Бывшие юнкоры стали инициаторами развития сети районного радио- и телевидения и в помощь талантливую молодежь в Орле открыли отделение журналистики на литфаке ОГУ и специальность «теле-режиссура» на режиссерском факультете ОГИИК.



В городе Ливны (Орловской области) весьма популярны передачи местной телестудии «Принт-ТВ», в райцентре Хомутово Орловской области пятнадцать молодых тележурналистов объединяет местная телестудия, интересные собственные передачи начали выпускать в эфир на телестудии при редакции районной газеты «Нарышкино-ТВ» (ее даже называют «наше НТВ»). Школы юных журналистов в Болхове и Шаблыкино ведут большую краеведческую работу, молодежь, занимающаяся в этих школах или вышедшая из нее – это наиболее активные граждане во всех сферах жизни, и кадровый резерв районов.

Свобода творчества не определяется только достаточным или недостаточным финансированием - она зависит и от таланта, гражданской позиции журналиста, от управленческих способностей редактора, от общей информационной стратегии администраций районов и областей.

Представляет интерес опыт создания районных газет в Смоленской области - частных независимых изданий. Это газеты «Авоська-Ельня», «Авоська-Починок», «Авоська-Рославль» и т. д. Такие издания созданы уже в девяти районах. Они учреждены жителем г. Десногорска Смоленской области и московским ООО «Новейшие технологии связи». Этих газет нет в реестрах на дотации ни у Министерства печати, ни у областных или районных властей. В данных изданиях избрана рыночная модель выпуска газеты. Постоянно анализируются ресурсы районного рынка, оценивается работа службы распространения, рекламной службы, разработаны меры по стимулированию сбыта – самореклама, служба рекламных объявлений граждан и т.д.

Районные издания, в меру способностей коллектива, заботятся о качестве своей журналистской продукции. Но основной проблемой подавляющего большинства районных изданий является проблема адаптации к динамично меняющимся экономическим условиям, а также формирование и развитие гибкой управленческой системы, обеспечиваю-

щей эффективное функционирование в условиях рынка.

На наш взгляд сущность формирования потенциала организаций региональных СМИ заключается в использовании нижеследующих элементов.

Применение опережающей базы сравнения при планировании социально-значимых показателей качества информационного продукта; формирование базы ретранслирования, отвечающей высокотехнологичным разработкам.

Обеспечение по возможности пропорционального по качеству и количеству развития внешней среды системы стратегического менеджмента (макросреды, информационной инфраструктуры региона, микросреды организации регионального СМИ).

Активное применение закона эффекта опыта выполнения работ или освоения новой продукции аналогична схеме действия закона масштаба. Очевидно, что если человек выполняет работу впервые, то он затратит времени в несколько раз больше, чем после полного освоения методов, приемов и навыков данной работы.

Отслеживание руководителем и специалистами организации проявления закона конкуренции. В соответствии с которым на информационном пространстве в мире происходят объективные процессы постоянного повышения качества информационной продукции и услуг, способствующего снижению удельной цены информационного продукта. В авторской формулировке данный закон конкуренции является объективным процессом «вымывания» с рынка некачественной информационной продукции.

Список литературы

1. Институциональная экономика / под ред. Львова Д.С. - М.: Инфра - М, 2001.- 318 с. ISBN – 5-16-000592-7.
2. Иванов Ю.М. Соотношение экстенсивных и интенсивных процессов в расширенном воспроизводстве. – М.: Экономика, 1980. – 152 с.