

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



29 2018
ЧАСТЬ I

16+

думанную корпоративную стратегию естественной монополии или корпорации с государственным участием.

3. Жесткая привязка PR-кампаний к государственной политике в данной отрасли — поэтому неизбежно встает проблема ясного (и очевидного для целей PR) понимания государственных интересов, артикулировать которые также должны соответствующее министерство или корпорация.

4. Концентрация информационного потока, тщательный внутриведомственный/межведомственный или внутрикорпоративный контроль за полнотой и достоверностью сообщаемой СМИ информации.

5. Создание специальных инструментов влияния на информационный поток (например, тематических отраслевых полос в ведущих периодических печатных СМИ), способных выполнять задачи «точечного» воздействия на общественное мнение. [6]

В деятельности государственного PR, помимо уже упомянутых функций и задач, необходимо осветить еще один весьма значимый момент. В государственном секторе для PR особое значение имеет устойчивый механизм моделирования обратной связи. На сегодняшний день это весьма значимый и перспективный курс в системе государственных коммуникативных структур. Существенным каналом создания обратной связи в настоящее время является продуманная и планомерная работа с самыми раз-

ными политическими и общественными объединениями и организациями, представляющие гражданское общество. Пример такой обратной связи — построение коммуникации между государственным органом и общественным объединением в следствии сотрудничества. Главными принципами взаимодействия в этом случае обязаны быть:

- независимость участников;
- взаимное доверие;
- добровольность и отчетливое разделение ролей;
- информированность о деятельности другой стороны в результате сведений, предоставленных добровольно;
- объединение совместных усилий относительно очерченного круга вопросов, интересующих все стороны;
- согласованность действий и обязательный учет принципов другой стороны;
- эффективное направление совместных усилий в решении проблемных вопросов.

Таким образом, главная задача PR в государственной структуре заключается в формировании, посредством имеющихся средств и инструментов, эффективного образа руководителя, способного наиболее продуктивно решать стоящие перед ним задачи по управлению государством, вызывая доверие граждан своим авторитетом, значимостью, успешностью и компетенцией.

Литература:

1. PR против кризисов / Под общей редакцией А. Ю. Борисова. — М.: РАСО, 2005 г. — 325 с.
2. Связи с общественностью в органах государственной власти: учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Рушаков. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. — 218 с.
3. Роль PR в государственной системе / В. В. Лазутин. — М.: Смарт, 2005 г. — 325 с.
4. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 343 с.
5. Взаимодействие с органами гос. власти или government relations в России. / Брыкин А. Б. — М.: Наука, 2013—256 с.
6. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / Марков А. А. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 190 с.
7. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. — 352 с.
8. Связи с общественностью в защите имиджа от негативной информации СМИ. Монография. / Марков А. А. — СПб: РГГМУ, 2014.
9. Проблемы государственного PR в России. / Рябых Д. [Электронный ресурс] — URL: <http://www.marketing.spb.ru/conf/2002-02-lbs/tspt.htm>

Анализ эффективности бизнес-кейса как метода оценки персонала

Слепнева Даниэла Андреевна, студент;

Золотов Роман Андреевич, и.о. начальника отдела по связям с работодателями

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

В статье проанализированы особенности бизнес-кейса как метода оценки персонала. Рассмотрены вопросы развития данного метода в России, его эффективность и причины востребованности у специалистов отделов управления персоналом.

Ключевые слова: оценка персонала, управление персоналом, бизнес-кейс, группы методов.

Эффективность функционирования современной системы управления организацией характеризуется достижением высокой результативности. Важной составляющей в управлении качеством персонала является его оценка.

Множество работ, посвященных проблемам оценивания персонала, было написано, как зарубежными исследователями, так и отечественными. Но несмотря на это, единой системы, описывающей сам процесс оценки персонала, не существует, так как мнения авторов (на содержание процедур, времени проведения и классификацию) расходятся.

М. Н. Берулава определяет оценку персонала как комплекс мероприятий по определению индивидуально-типологических, деловых и профессиональных качеств работника [1]. С. И. Самыгин и Л. Д. Столяренко рассматривают оценку кадров с позиций анализа деятельности, ссылаясь на возможность ее улучшения путем изменения исполнительской деятельности работников и развитием личной карьеры внутри организации [5].

Б. В. Прыкин характеризует оценку персонала как определение уровня потенциала личности работника, формирования его персональных способностей как профессионала, позволяющих нужных жизненных ситуациях реализовать имеющиеся знания и опыт» [4].

Но во всех случаях под оценкой персонала понимается индивидуальная характеристика работника, которая сопоставляется с эффективностью его работы на организацию.

Методы оценки персонала почти во всех организациях можно отнести к эмпирическому подходу. В основном он базируется на сравнении полученных в ходе исследования характеристик сотрудника с характеристиками «эталонного образца».

В учебной литературе принято разделять эмпирические исследования на группы. По мнению В. А. Дятлова, специалисты в области управления персоналом различают качественные, количественные и комбинированные методы оценки персонала. Последняя группа объединяет в себе подходы как количественных, так и качественных методов [3].

Методики, включенные в первую группу основаны на психодиагностике, которая определяет индивидуальные качества опрашиваемого. К таким относят метод «360 градусов», метод групповой дискуссии, метод эталона и др. Вторая же группа методов является объективной и направлена на более глубокое исследование мотивов и знаний сотрудника (система графического профиля работника, коэффициентная оценка уровня деловых качеств работника и др.).

Последняя группа методов — это комбинированные. Они представляют собой совокупность описательных методов с применением количественных аспектов. К ним можно отнести тестирование, метод суммируемых оценок, метод оценочных центров и др.

К комбинированному методу следует отнести набирающий популярность новый формат игрового тестирования — бизнес-кейс. Первыми его разработали и применили на практике специалисты Гарвардской школы бизнеса. Они полагали, что успех будущего работника должен основываться на современных теоретических знаниях, подкрепленных практическим умением найти эффективную стратегию для смоделированной проблемы [2].

В России переход к бизнес-кейсам, как к одному из универсальных методов оценки персонала, начался с 90-х годов. Актуальность и востребованность советских учебников потеряли свою значимость, в то время как новые пособия еще не были разработаны. Благодаря развитию и общей доступности к информационным ресурсам зарубежных компаний, достаточно новая для российских обывателей методика бизнес-кейсов приобретает значительный интерес и обширность.

Широкое распространение метод решения кейсов нашел и в образовании. Его эффективность в технологии обучения отмечают ведущие вузы России, а для работодателей бизнес-кейс является критерием отбора студентов для стажировки.

Такой метод оценивания персонала объективно определяет наличие у работника таких качеств, как логика, стрессоустойчивость, способность кандидата к нестандартным подходам к трудностям, насколько он уверен в своих силах и правильности принятого решения. Стандартное собеседование не всегда позволяет полно оценить данные характеристики у кандидата.

Как отмечают Н. Д. Стрекалова и В. Г. Беляков, кейсы позволяют кандидату «окунуться» в проблему и «прожить» с ней некоторое время. Они становятся альтернативными ситуациями, с которыми сотрудник в реальной жизни мог и не сталкиваться, а следовательно, у него отсутствует личный профессиональный опыт в решении подобных проблем. Но данный метод следует рассматривать не как замену, а как дополнение к традиционным методам обучения или оценивания [6].

В статьях, опубликованных с начала 2000-х годов, авторы приводят различные классификации кейсов, которые сохраняют актуальность и на сегодняшний день.

Была выведена классификация бизнес-кейсов, разделяющая их по сложности решения, профессиональной подготовке, структуре организации и множеству других. Формат кейса предусматривается составителем и может быть в любом виде — от печатного до электронного видеоматериала.

Существенные различия наблюдаются и в структурах поставленных задач, исходя из этого выделяют: структурированные — ситуация излагается предельно ясно, точно и коротко; неструктурированные — обычно информации в них содержится достаточно много, но с их по-

мощью можно оценить способность выделять и использовать нужную информацию, скорость мыслительного процесса.

Решение кейсов проходит в несколько этапов: исследование заданной ситуации; сбор и обработка информации, которая необходима для решения проблемы; обсуждение различных вариантов решения проблемы; разработка и представление наилучшего решения. За эти четыре стадии можно определить и проверить знания будущих сотрудников во время собеседования.

Следует отметить, что тенденция приобщения к бизнес-кейсам возросла в последние годы у российских ученых и преподавателей. Данный факт можно объяснить интернационализацией образования, переходом высшей школы на новые образовательные стандарты третьего по-

коления, которые требуют применения интерактивных форм и методов обучения, использования инновационных технологий.

Таким образом, все современные методы оценивания персонала являются сложными, поэтапными процессами. Но именно комбинированные методы оказываются более приближенными к реальным ситуациям и чаще всего используются на практике современными предприятиями и организациями при приеме на работу, либо при взаимодействии со студентами во время практик и стажировок. Одним из таких является бизнес-кейс, решение которого позволяет получить высокую объективность полученных результатов, определить готовность к выполнению поставленных задач, провести психодиагностику кандидата в поставленных условиях.

Литература:

1. Берулава М. Н. Психология и педагогика менеджмента. — Бийск: НИЦ, Б и ГПИ, 1995
2. Гозман О., Жаворонкова А., Рубальская А. Путеводитель по MBA в России и за рубежом. — Москва: Begip Group, 2004.
3. Дятлов В. А. Оценка персонала: «Быть или не быть?» и «Как это сказали по-русски»//Управление персоналом, № 21, 2006
4. Прыткин Б. В., Прыткина Л. В., Эриашвили М. Д., Усман З. А. Общий курс менеджмента. — М.: ЮНИТИ, 1998.
5. Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Менеджмент персонала. — Ростов-на-Дону: Феникс, 1977.
6. Стрекалова Н. Д., Беляков В. Г., Разработка и применение учебных кейсов: практическое руководство. — СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург, 2013.

Особенности реализации стратегических преобразований

Шафикова Залия Амандыковна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Бархатов Виктор Иванович, доктор экономических наук, профессор

Челябинский государственный университет

В статье представлены основные особенности процесса реализации стратегии, которые необходимо учитывать и изучать при проведении стратегий. Оценивается влияние на принятие стратегических решений основных условий реализации стратегии (структура, культура организации, мотивация и система управления).

Ключевые слова: реализация стратегии; этапы реализации стратегии, условия реализации

Процесс реализации стратегических изменений включает в себя несколько основных этапов, такие как: организация работ по оперативному управлению процессом реализации стратегий; обеспечение мотивации и стимулирования персонала на реализацию стратегии; учет и контроль выполнения стратегии; анализ эффективности выполнения стратегии; регулирование процессов управления и внесение корректировок; оперативное управление в чрезвычайных ситуациях.

Таким образом, процесс реализации стратегии можно определить как совокупность стратегических изменений (во всех внутренних переменных организации) и управления ими. [1]

В вопросе описания реализации стратегии существует множество точек зрения. Есть авторы, которые не выделяют отдельно сам процесс реализации стратегии, считают, что это обычный процесс в работе управленца. А, например, А. Л. Гапоненко и А. П. Панкрухина считают, что управление реализацией стратегии отличается и от функционального управления, и от управления развитием.

Если рассматривать процесс реализации стратегии с точки зрения управленческих задач руководителя, то можно определить следующие моменты:

— разработка бюджета организации, обеспечивающего реализацию планируемой стратегии, и контроль за эффективным использованием этих ресурсов;