



Социологические науки

УДК 331.104.2

М.В. Зуев

Зуев Максим Владимирович студент 2 курса группы СКД/бак-21 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: max.zuev54@gmail.com

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

**КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО
РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ
(НА БАЗЕ МОРСКОГО КУЛЬТУРНОГО ЦЕНТРА
Г. НОВОРОССИЙСКА)**

В статье рассматривается процесс командообразования как фактора, влияющего на успешное развитие бизнеса в социально-культурной сфере. Работа включает в себя рекомендации по формированию команды в учреждениях культуры для более эффективного продвижения коммерческих проектов.

Ключевые слова: командообразование, команда, бизнес, эффективность, фактор, предпринимательство, культура.

M.V. Zuev

Zuev Maksim Vladimirovich, 2nd year student of SKD/bak-21 group of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: max.zuev54@gmail.com

Research supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, doctor of philology, associate professor of department of social and cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: lexfati72@mail.ru

**TEAM BUILDING AS A FACTOR OF SUCCESSFUL BUSINESS
DEVELOPMENT IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE (ON THE
BASIS OF THE MARINE CULTURAL CENTER OF NOVOROSIYSK)**

The article examines the process of team building as a factor influencing the successful development of business in the socio-cultural sphere. The work includes recommendations on the formation of a team in a particular cultural institution for more effective promotion of commercial projects.

Key words: team building, team, business, efficiency, factor, entrepreneurship, culture.

Бизнес в социально-культурной сфере – это особый, сложный вид человеческой деятельности, подразумевающий создание не только материальных, но и духовных благ. Более того, институт социально-культурного сервиса, получивший особое место в жизни общества во время развития рыночных отношений и формирования его постиндустриальной модели, играет значительную роль в человеческом существовании [3, с. 133]. Именно он удовлетворяет духовные потребности, способствует формированию мировоззрения, является эффективным средством социализации личности. Все перечисленное

позволяет говорить о трудностях в организации и ведении коммерческой деятельности учреждениями культуры. Сложности связаны с многогранностью культурной сферы и большим количеством выполняемых культурой функций (например, оценочной, познавательной, гуманистической, досуговой, коммуникативной и т.д.). Удовлетворить социально-культурную потребность общества и при этом стимулировать процесс развития человека как работника, гражданина, личности – непростая задача, но сложности не ограничиваются спецификой самой сферы.

Так, например, существует выделенный учеными-экономистами ряд условий, которые «тормозят» развитие бизнеса в социально-культурной сфере, а конкретно – в учреждениях культуры:

- установленные рынком ограничения, которые объясняются необходимостью соответствия готового духовного продукта определенным стандартам;

- нестабильный спрос на услуги, предоставляемые учреждениями культуры. Причина кроется в несоответствии интересов разных слоев населения, а также в их финансовых возможностях;

- технологические особенности. Дело в том, что процесс создания культурных благ отличается продолжительностью. Причем как продолжительностью создания, так и продажи, возврата вложенных средств [1, с. 5].

Кроме перечисленных аспектов, следует также выделить проблему командообразования в учреждениях культуры, которая в настоящее время является одной из наиболее актуальных. Что представляет собой команда? В.В. Авдеев рассматривает команду как группу психологически совместимых лиц, которые объединены общими целями, задачами, интересами и имеют комплементарные навыки [2, с. 62]. Другими словами, это группа людей, которая работает для достижения цели, основываясь при этом на одних и тех же правилах, моделях поведения и проч. В свою

очередь, командообразование – это формирование таких взаимоотношений между членами команды, которые стимулируют раскрытие их профессионального, творческого и интеллектуального потенциала.

На сегодняшний день командообразование является одним из наиболее эффективных факторов повышения работоспособности каждого сотрудника, а значит, и развития бизнеса в целом, так как его процветание напрямую зависит от предлагаемых сотрудниками идей, качества выполнения их обязанностей, открытия новых способов привлечения клиентов.

Особенно важным раскрытие потенциала сотрудников становится в коммерческой среде социально-культурной сферы. Только новые подходы к созданию культурного продукта, оригинальный взгляд на привычные вещи, работа в команде позволят привлечь разные слои населения, и следовательно, расширить целевую аудиторию. Командная работа позволяет добиться лучших результатов еще и по той причине, что объединяет опыт и знания всех, кто принимает участие в решении какого-либо вопроса.

К сожалению, в настоящее время в учреждениях социально-культурной сферы не наблюдается интерес к рассмотрению командообразования как одного из решающих факторов развития предпринимательской деятельности. Отсюда – отсутствие у сотрудников ощущения себя членом группы, низкий уровень заинтересованности в результатах труда. Это подтверждается выводами из тестового опроса, проведенного среди штатных сотрудников Морского культурного центра г. Новороссийска (далее – МКЦ).

МКЦ г. Новороссийска представляет собой многофункциональный досуговый центр. По состоянию на 2022 год в коммерческих проектах учреждения участвуют следующие коллективы: Народный молодежный театр-студия «Сорванец», авиа-студия «Взлет», студия эстрадного вокала «Fortie», театр песни «Музыкальный проспект», детская вокзальная студия

«100 друзей», вокальные студии «Эрвис» и «PICCOLO», танцевальный центр «ПРОдвижение», хореографический ансамбль «Выкрутас», ансамбль кавказского танца «Арагви», ансамбль художественной гимнастики «Грация», клуб боевых искусств «Ника», клуб спортивного бального танца «Фортуна», гончарная студия «Sculptor», группа раннего развития «Эрудит», студия балета «Класс-балет», театрально-эстрадная студия «Контраст».

Для выявления проблем командообразования сотрудникам МКЦ было предложено пройти тест оценки психологической атмосферы Фидлера [4, с. 29] (Диагр. 1).

Исходя из полученных данных можно сказать, что средний профиль социально-психологического климата в коллективе равен 6,6. В дальнейшей работе с коллективом это позволило нам выявить определенные проблемы в командообразовании. Среди них необходимо отметить отсутствие у некоторых работников чувства соответствия между ожидаемыми и действительными результатами работы; отсутствие у части сотрудников возможностей для дальнейшего профессионального роста; недостаточность вдохновения на работе; несистематическая оценка и анализ проделанной работы; отсутствие тимбилдингов и иных мероприятий, направленных на сплочение коллектива. Что касается положительных аспектов, можно выделить понимание работниками полезности своей деятельности, поддержание здоровых взаимоотношений в коллективе.



Диаграмма 1. Средние значения социально-психологического климата в коллективе МКЦ

Несмотря на наличие нескольких существенно положительных сторон командообразования в МКЦ г. Новороссийска, данный фактор развития бизнеса и продвижения коммерческой деятельности рассматриваемого учреждения культуры нуждается в пересмотре и доработке. Данный вывод объясняется тем, что сплоченная команда, осуществляющая анализ проделанной работы и стремящаяся к новым достижениям, способна не только привлечь новую целевую аудиторию и пробудить у нее интерес к коммерческим проектам МКЦ, но и повысить эффективность деятельности в целом.

В связи с этим представляется целесообразным предложить комплекс методических рекомендаций по командообразованию в Морском культурном центре:

1. Обеспечить проведение совместных обсуждений стратегических проблем организации, прием и выбор новых идей.
2. Обратить внимание на проведение неофициальных корпоративных мероприятий (например, совместное празднование памятных дат и дней рождения).
3. Создать для коллектива возможность профессионального роста (направление на курсы по повышению квалификации, внедрение в совместные с другими учреждениями проекты).

4. Обратить внимание на формирование корпоративной культуры: общих традиций, миссии.

5. Проявлять благодарность за работу и достижения (грамоты, премии).

6. Организовать проведение тимбилдингов и деловых игр, которые способствуют сплочению коллектива и установлению отношений взаимопомощи и поддержки.

7. Перейти к использованию общего для сотрудников информационного хранилища.

8. Организовать семинары, лекции, мастер-классы.

Мы предполагаем, что данные рекомендации благоприятно скажутся на сплочении коллектива и поспособствуют увеличению причастности сотрудников к команде и организации, а также установлению позитивного настроя и развитию навыков работы в команде.

Таким образом, одной из проблем успешного развития бизнеса в социально-культурной сфере является недостаточная сконцентрированность внимания руководителей на таком факторе, как командообразование. Данное утверждение было подтверждено результатами применения методики Фидлера, а также последующим интервью с сотрудниками в условиях Морского культурного центра г. Новороссийска.

Соблюдение указанных рекомендаций и поддержание благоприятной атмосферы в коллективе напрямую влияет на то, насколько прибыльной и качественной будет осуществляемая учреждением культуры коммерческая деятельность. Это обусловлено увеличивающейся при благоприятных условиях эффективностью персонала, от которой зависит и эффективность бизнеса.

Список используемой литературы:

1. *Вицелярова, К.Н.* Теория и практика предпринимательской деятельности (предпринимательства). Содержание и виды предпринимательства в социально-культурной сфере / К.Н. Вицелярова, Е.В. Горшенина // Экономические исследования. – 2019. – № 3. – С. 1–9.
2. *Ермолаева, М.В.* Принципы командообразования в проектной деятельности / М.В. Ермолаева, Ж.М. Кокуева, А.В. Погодина // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. – 2020. – Т. 5. – № 3. – С. 103–119.
3. *Козлович, М.С.* Предпринимательская деятельность в сфере социально-культурного сервиса / М.С. Козлович // Научный журнал. – 2018. – № 5(28). – С. 133-135.
4. *Кузьмин, А.М.* Ситуационная модель руководства Фидлера один из инструментов, используемых в современных теориях организации / А.М. Кузьмин, Е.А. Высоковская // Методы менеджмента качества. – 2013. – № 6. – С. 29.