ВЕСТНИК КРАСНОДАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ИНСТИТУТА КУЛЬТУРЫ № 1(14), 2018

Социологические науки

УДК 338.984

Е.С. Журба,
К.М. Мартиросян

Журба Евгения Сергеевна, магистрант, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: zhurbazhurba@mail.ru

Мартиросян Карен Минасович, доктор исторических наук, доцент, декан факультета социально-культурной деятельности, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: dekanatfrskd@mail.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В АРТ-БИЗНЕСЕ

В связи с довольно интенсивным развитием арт-бизнеса, исследование стратегического проектирования в этой сфере особенно актуализируется, так как рынок требует научного анализа и теоретического обобщения сущности и специфических особенностей стратегического проектирования в арт-бизнесе.

Главная задача стратегического проектирования в арт-бизнесе состоит в том, чтобы, по возможности, учесть все аспекты рынка арт-индустрии, все инновационные открытия в этой сфере, а также теоретические и практические научные достижения в области рационального распределения ресурсов, все факторы влияния внешней среды, достичь оптимальной координации элементов во внутренней среде и правильно спроектировать свою деятельность на перспективу.

Ключевые слова: стратегическое проектирование, проектирование, проект, стратегия, принципы стратегического проектирования в арт-бизнесе, задачи стратегического проектирования . этапы стратегического проектирования.

E.S. Zhurba,

K.M. Martirosyan

Zhurba Evgenia Sergeyevna, undergraduate of Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: zhurbazhurba@mail.ru

Martirosyan Karen Minarovich, doctor of historical Sciences, associate Professor, Dean of the faculty of socio-cultural activities of Krasnodar state Institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: dekanatfrskd@mail.ru

STRATEGIC DESIGN IN ART BUSINESS

Due to quite intensive development of art business, the research of strategic design in this sphere is especially staticized as the market demands the scientific analysis and theoretical generalization of essence and specific features of strategic design in art business.

The main task of strategic design in art business consists in, whenever possible, to consider all aspects of the market of the art industry, all innovative opening in this sphere and also theoretical and practical scientific achievements in the field of rational distribution of resources, all factors of influence of the external environment, to reach optimum coordination of elements in the internal environment and it is correct to design the activity on prospect.

Keywords: strategic design, design, the project, strategy, the principles of strategic design in art business, problems of strategic design.stages of strategic design.

В связи с довольно интенсивным развитием арт-бизнеса, исследование стратегического проектирования в этой сфере особенно актуализируется, так как рынок требует научного анализа и теоретического обобщения сущности и специфических особенностей стратегического проектирования в арт-бизнесе [1].

Для того, чтобы понять что же такое стратегическое проектирование в арт-бизнесе и в чем его особенность, нам необходимо раскрыть термины «стратегия», «проектирование» и «стратегическое проектирование».

Проектирование – одна из форм опережающего отражения действительности; процесс создания прообраза предполагаемого объекта, явления или процесса посредством специфических методов.

Стратегия – это план действий в определенных условиях. Стратегия определяет направление действий организации, предпринимаемых для достижения необходимых результатов.

Сущность стратегии состоит в том, чтобы путем разработки комплексного проекта с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды повышать до предела эффективность проекта по достижению конечного результата [2].

Таким образом, стратегическое проектирование учитывает взаимодействие организации и окружающей среды и показывает, как и почему такое взаимодействие влияет на организацию.

Стратегическое проектирование в арт-бизнесе – это комплекс проектных действий в сфере арт-индустрии, которые содействуют достижению поставленных целей организации арт-сферы.

Главная задача стратегического проектирования в арт-бизнесе состоит в том, чтобы, по возможности, учесть все аспекты рынка арт-индустрии, все инновационные открытия в этой сфере, а также теоретические и практические научные достижения в области рационального распределения ресурсов, все факторы влияния внешней среды, достичь оптимальной

координации элементов во внутренней среде и правильно спроектировать свою деятельность на перспективу.

Процесс стратегического проектирования в арт-бизнесе предусматривает прохождение нескольких этапов:

– формулирование идеи стратегического проектирования наоснове маркетинговых исследований;

– системный анализ и структуризация проблемы (объекта);

– разработка структуры арт-проекта

– разработка норм и нормативов для определения эффективности проекта;

– подбор исполнителей арт-проекта;

– расчет потребности в различных видах ресурсов (по их видам, объектам и т. д.).

– технико-экономическое обоснование стратегического арт-проекта;

– согласование и утверждение проекта, передача его для использования (реализации) [3].

Стратегическое проектирование в арт-бизнесе предусматривает не только тщательную проработку всех направлений проекта, что само по себе очевидно, но обязательное участие в его разработке руководителей.

Специфической особенностью проектирования в арт-бизнесеявляется то, что в арт-индустрии рамки оценки эффективности проекта размыты за счет творческой составляющей. И чем больше индивидуальностей будет учувствовать в проектирование и реализации проекта, тем значительней вероятность искажения планируемого результата, требуемого заказчиком. Выполнение задач проектирования в большей степени зависит от людей, исполняющих те или иные задачи в проекте. Ключ к успеху – умение привлекать, мотивировать, развивать способности сотрудников, оказывать им поддержку, но при это контролировать от проектирования до завершения проекта [4].

Стратегическое проектирование в арт-бизнесе имеет ряд специфических принципов:

Принцип бюджетной рациональности. Проекты в арт-бизнесе зависят от того кто их исполняет и с помощью каких ресурсов, поэтому проект должен иметь достаточный бюджет, чтобы нанять профессионалов. Привлечение некомпетентных исполнителей приводит к мнимой экономии. Для того чтобы переделать в последствии неудачный проект понадобиться значительно больше ресурсов, чем изначально правильная реализация проекта.

Принцип командности. Даже самый опытный и профессиональный руководитель не сможет привести проект к успеху, если будет делать все сам. Необходимо, чтобы команда работала сообща и имела взаимопонимание.

Принцип ответственности. Чтобы проект в арт-бизнесе реализовывался эффективно, необходимо чтобы даже мелкие работы выполнялись ответственными людьми.

Принцип временного равновесия. В каждом проекте есть точка невозврата. Всегда имеет смысл сделать точный расчет сроков и его придерживаться. Исполнители не должны работать больше возможного времени, это снижает качество проекта.

Дисциплина. Договоры, штатные расписания, четкие технические задания, сроки – все это важно.

Общение – еще один очень важный принцип при стратегическом проектировании в арт-бизнесе. Без общения между руководителями и исполнителями. Необходимо чтобы все было комфортно. Необходимо дать понять, что руководитель не враг, он такой же участник проекта. Создание благоприятного климата даже на этапе проектирования эффективно скажется на его результате [5].

Технология стратегического проектирования позволяет превратить тысячи отдельных конкретных заданий в общий арт-проект, сбалансированный по материальным, кадровым и финансовым затратам.

Список используемой литературы:

1. *Ансофф И.Н.* Стратегическое управление. /Пер. с англ. М.: Экономика,1989
2. *Артемьев Д.* Стратегическое управление проектами: цели, этапы, инструменты / Д. Артемьев, Д. Гергерт, Т. Пономарева // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 3. – С. 106-115. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru
3. *Колбер, Ф.* Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия / Ф. Колбер, И.Эврар / Арт-менеджер / Журнал для профессионалов. – М.: ЗАО "Холдинговая Компания " Блиц-Информ", 2002. – № 3. – С.3-7.
4. *Мамаев В.* Стратегическое управление проектами развития малых и средних предприятий / В. Мамаев // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2013. – № 2. – С. 12-15.
5. *Маймистов Д.И.* Управление творческой командой проекта (на примере команд проектов мобильной коммерции) / Д. И. Маймистов // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 5. – С.197-200. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru.