

ДЕЯКІ МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

*Плаксіна В.А.
Полтава, Україна*

Науковий керівник: Школяр С.П. – к.т.н., доцент

Сьогоднішній стан розуміння ринкового середовища передбачає використання концептуальних підходів ліберальної системи цінностей, наріжним каменем яких є отримання заздалегідь заданої норми прибутку. Для отримання останнього в конкурентній боротьбі за опанування ринків товарів та послуг використовується високотехнологічна продукція та пов'язані з нею поняття інновацій, інтелектуальної власності та трансферу технологій. При цьому базовими інформаційними потоками, що витікають з промов на самому високому світовому рівні, які лунають з трибун глобальних міжнародних форумів, наголошується на концепції сталого розвитку, прогресу, пріоритету міжнародного права над національним законодавством, а той взагалі передачі суверенних прав тієї чи іншої держави до транснаціональних структур прийняття рішень та управління [4]. В цьому контексті формуються реалії, проблемами яких є донесення знань певного мережевого рівня, з одного боку, у чітко сформованій вертикалі глобального управління, з іншого боку, а також гармонійного поєднання цих нерівновеликих частин задля цілісного сприйняття світу.

Проте, одним з питань розвитку України є реалізація соціальної політики, створення ефективної системи соціального захисту населення на регіональному рівні, впровадження соціальних проєктів. В умовах фінансової кризи, та у посткризовий період, що вимагає жорсткої економії бюджетних коштів, а переважна більшість людей не в змозі самостійно забезпечити для себе гідний рівень життя – зростає роль ефективної соціальної допомоги держави, що вимагає удосконалення механізмів державного управління соціальними проєктами на регіональному та загальнонаціональному рівні. Засади функціонування системи державного управління соціальним захистом населення в умовах ринкової економіки у своїх працях висвітлили відомі західні вчені: В. Беверідж, Г. Браун, А. Мюллер-Армак, Дж. Хабермас. Специфіку реформування системи соціального захисту населення в умовах трансформаційних перетворень української економіки проаналізували А. Вдовиченко, В. Близнюк, Е. Лібанова, А. Гвелесіані, І. Літвін, О. Новікова та інші. Комплекс питань, пов'язаних з ефективним функціонуванням механізмів державного управління соціальними проєктами на регіональному рівні в Україні вимагає подальшого висвітлення, визначення основних напрямів, шляхів та пріоритетів удосконалення механізмів державного управління соціальними проєктами на регіональному рівні.

В рамках системного підходу щодо опрацювання та аналізу базових інформаційних потоків на ринковому середовищі [3], розглянемо деякі механізми реалізації соціального проєкту. Перш за все після затвердження проєкту необхідно отримати фінансування на його реалізацію, при цьому потенційні джерела фінансування визначаються на етапі планування проєкту. Етап його реалізації слід почати з підготовки документації про потреби у фінансових ресурсах в тому вигляді, в якому його бажає бачити потенційний фінансовий партнер. Слід зазначити, що потрібно бути готовим до того, що проєкт може не відразу знайти підтримку. Може бути передбачено, що рішення щодо фінансування соціального проєкту може прийматися як заочно без участі заявника, так і за його безпосередньої участі. В останньому випадку необхідно бути готовим до захисту свого проєкту, для цього рекомендується наводити переконливі аргументи. Дані прийоми переконання можна також використовувати в переговорах з представниками різних цільових аудиторій, що мають безпосереднє відношення до соціального проєкту в процесі його реалізації. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах [1] показують, що результативність переговорів залежить від великої кількості факторів, серед яких найбільш суттєвими є:

- відповідність соціальному замовленню тематики соціального проєкту;
- наявність зв'язків з особою, відповідальною за розподіл коштів;
- наявність позитивного досвіду в реалізації проєктів (портфоліо);
- відповідність заявки вимогам, що пред'являються фінансовим ангелом.

З відкриттям фінансування необхідно вибрати відповідний тип організаційної структури управління проєктом. Рекомендуються: функціональна структура управління, структура проєктного управління і матрична система управління. У першому випадку роботи за проєктом розділяються між структурними підрозділами компанії, кожне з яких має свою чітку задачу та обсяг роботи. Відповідальність розподіляється між керівниками окремих видів робіт. У разі структури проєктного управління відповідальність несе менеджер проєкту. Під його відповідальність, тобто під проєкт, виділяються фінансові, матеріальні, людські та інші ресурси. Для управління використанням ресурсів формується окрема команда проєкту. а менеджер проєкту володіє всіма необхідними повноваженнями.

Матрична система керування являє симбіоз вище перелічених структур. Управління в компанії здійснюється за двома напрямками: проєктного і функціональному. Керівник відповідає за хід реалізації проєкту і керує двома групами виконавців: постійними членами проєктної групи і працівниками інших підрозділів на тимчасовій основі. Виконавці проєкту перебувають у подвійному підпорядкуванні: керівнику проєкту і керівнику структурного підрозділу, в яких вони працюють.

Далі слід вибудувати соціальні мережі та системи співпраці зацікавлених сторін в рамках соціальних проєктів. Для цього слід визначити хто, з якою метою і на яких умовах може брати участь у реалізації проєкту або сприяти йому. Для цього необхідно здійснити збір інформації про потенційних ділових

партнерів і заздалегідь визначити обсяг і характер участі кожного з них. Бажано документально зафіксувати досягнуті домовленості. Виділяються наступні фактори успішності в побудові соціальних мереж: чіткі завдання; сфокусований посил, виражений в найбільш дієвою формою і переданий найбільш ефективним способом; люди. Це – правильна цільова аудиторія, залучена в проблему, мобілізована / готова до дій. При виборі цільової аудиторії важливо знати про людей наступне:

Що вони знають про проблему і як вони до неї ставляться?

Що їх турбує, навіть якщо це не пов'язано з проблемою?

Наскільки вони згодні з позицією проєкту?

Наскільки сприйнятливі вони будуть до посилу команди проєкту?

Наскільки сильно той вплив, який вони можуть надати на проблему?

Наскільки вони готові надавати цей вплив?

При просуванні соціального проєкту слід враховувати існування інших точок зору. Дані точки зору можуть ґрунтуватися на майнових, власницьких інтересах, відмінностях у шкалі цінностей, альтернативних поглядах на майбутнє. Щоб нейтралізувати ці точки зору, необхідно зрозуміти природу і підстава аргументів «проти».

Далі слід реалізація заходів соціального проєкту, при якій всі необхідні ресурси повинні надходити вчасно і в потрібному обсязі. Необхідно дотримуватися таких правил: по-перше, призначати виконавців тільки на роботи, по-друге, на роботу призначати тільки одного виконавця. Якщо це неможливо, то треба деталізувати роботу; по-третє, відповідальність за конкретну роботу може бути покладена тільки на одного працівника.

У ході реалізації проєкту необхідно вести постійний моніторинг і при необхідності своєчасно вносити коригування [2] виділяє наступні фактори, що сприяють реалізації проєкту: чіткі цілі, компетентний керівник, підтримка вищого керівництва, компетентні члени команди проєкту, достатній рівень ресурсів, адекватне інформаційне супроводження, релевантні механізми управління, наявність зворотного зв'язку між усіма зацікавленими сторонами, чуйність до клієнтів, механізми пошуку і корекції відхилень, постійний склад учасників проєкту. Після завершення всіх робіт за проєктом необхідно провести загальну оцінку реалізації проєкту за розробленими критеріями. Такими критеріями можуть виступати: об'єктивні показники, кількість публікацій у ЗМІ про хід реалізації проєкту, тон публікацій, особисті враження учасників, особисті враження журналістів і т.д. Аспекти підготовки фахівців до опрацювання та аналізу базових інформаційних потоків на ринковому середовищі. Важливо надати результати звіту всім зацікавленим сторонам. Доведення інформації до громадськості можливо через ЗМІ, буклети, електронні листи, звіти і т.д. Висвітлення ходу реалізації соціального проєкту в ЗМІ займає особливе місце в оцінці його успішності. Публікації в ЗМІ дозволяють збільшити зростання інтересу до компанії з боку суспільства, зробити компанію більш прозорою, підвищити лояльність партнерів і споживачів, посилити бренд, ступінь мотивації і корпоративний дух в компанії і т.д.

Однак соціальний проєкт не є PR-проєктом компанії, незважаючи на те, що він дає хороший інформаційний привід цього. Соціальні проєкти – це скоріше, репутаційний PR з метою виходу на більш високий рівень розвитку компанії і можливості її взаємодії з більш великими інститутами, такими як суспільство і влада. Подібна необхідність виникає при загостренні конкуренції, в боротьбі за кадри і при зростанні ролі нематеріальних активів (бренду).

Список використаних джерел:

1. Гриньова В.М. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах: [навч. посіб.] / В.М. Гриньова, В.В. Власенко. – Х.: ІНЖЕК, 2005. – 200 с.
2. Технология социального проектирования: метод. пособ. / А.М. Минзакирова. Казань; РЦМПП, 2008. – С. 13.
3. Школяр С.П. Елементи системного підходу у підготовці майбутніх менеджерів. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: Педагогіка та психологія*. 2015. С. 230–235.
4. Школяр С.П. Аспекти підготовки фахівців до опрацювання та аналізу базових інформаційних потоків на ринковому середовищі. *Педагогічні науки*. 2015. Вип. 12. С. 356–361.

ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS У МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ

*Половинка Д.С.
Полтава, Україна*

Вивченню проблеми «SOFT SKILLS» присвячені дослідження Кучая О.В, Находа С.А., Шандрука С.К та інших. Розрізняють м'які та жорсткі навички. М'які навички – це сукупність продуктивних рис особистості, які характеризують відносини в середовищі. Ці навички можуть включати в себе соціальні комунікативні здібності, мовні навички, особисті звички, когнітивну або емоційну співпереживання, управління часом, колективну роботу та риси лідерства. Визначення, що пропонується в літературі, пояснює м'які навички як термін для навичок за трьома ключовими функціональними елементами: навички людей, соціальні навички та особисті кар'єрні ознаки. Національна асоціація бізнес-освіти вважає, що м'які навички є критичними для працездатності на сучасному робочому місці. М'які навички є доповненням важких технічних навичок, для продуктивної роботи на робочому місці та повсякденних компетенцій (Arkansas Department of Education, 2007). Жорсткі навички були єдиним показником, необхідним для кар'єри. Проте ці навички необхідно характеризувати для кожної професії окремо. Наприклад, для професії програміста необхідно знати мови для програмування, для інтернет-маркетолога – володіння інструментами аналітики, для графічного дизайнера – знання професійних програм. проведеному Гарвардським університетом, зазначено, що 80% досягнень у кар'єрі визначаються м'якими навичками.