

воплощение лучших нравственных качеств: порядочности, доброжелательности, внимательности к другим, готовности прийти на помощь и т.п.;

4) «Служитель» - такой лидер всегда стремится выступать в роли выразителя интересов своих приверженцев и группы в целом, ориентируется на их мнение и действует от их имени.

Благодаря понимая сферы предприятия или организации, можно понять какой лидер нужен в коллективе для более продуктивной работы. Именно поэтому очень важно подбирать нужный тип лидера, для каждой группы, чтобы понять какой же именно лидер нужен в коллективе, нужно провести несколько действий: провести опрос или анкетирование персонала для понимая типологии сотрудников; определить тип лидера необходимый для коллектива и выполнения поставленной задачи;

К примеру, на производственном предприятии, больше востребованы авторитарный тип лидера с содержанием исполнителя, такой лидер сможет

привести коллектив к выполнению плана производства, но в тоже время в научной деятельности необходим лидер совсем другого типа, в такой сфере необходим лидер либерального стиля с вдохновительным содержанием.

#### Список литературы:

1. Алексеев А, Пигалов В, «Деловое администрирование на практике», М., 2003.
2. Блейк Р.Р, Мутон Дж.С., «Научные методы управления», Киев, 1999.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. М., 2003.
4. Веснин В., «Основы менеджмента», М., 2001.
5. Виханский О.С., Наумов А.И., «Менеджмент», М., МГУ, 2000.
6. Кабушкин Н.И., «Основы менеджмента», Мн: БГЭУ, 2000.
7. Казелецкий Ю., «Человек многомерный.», Киев, 2001.

### СТИЛИ ЛИДЕРСТВА

*Заварин Василий Александрович*

*студент 4 курса*

*Московского Автомобильного-Дорожного Технического Университета (МАДИ)*

*г. Москва*

### USE AUDIO LOGGING DURING THE TRIAL

*Zavarin Vasilii Alexandrovich*

*4 year student*

*Moscow Automobile and Road Technical University (MADI)*

#### Аннотация

Авторитарный стиль. Демократический стиль. Попустительский стиль. Типология Блейка-Моутон. Стили управления по Блейку-Моутон. Типология Херси-Бланшара. Стили управления по Херси-Бланшару.

#### Abstract

Authoritarian style. Democratic style. The conniving style. Blake-Mouton Typology.

Blake-Mouton Control Styles. Herse-Blanchard typology. Hersey Blanchard Management Styles.

#### Стили лидерства

Стиль лидерства - типичная для руководителя система приемов деятельности, используемая в работе с членами группы.

Типология К. Левина. Классический эксперимент проведен под руководством К. Левина (1938). Группа детей-подростков (мальчики 11-12 лет) под руководством взрослых лепили маски из папье-маше. Руководители трех групп (взрослые руководители, а не лидеры, стихийно выдвинувшиеся из среды детей) демонстрировали разный стиль руководства, а экспериментаторы сравнивали затем эффективность деятельности трех групп. Именно этот эксперимент позволил выделить три основных стиля руководства/лидерства:

- авторитарный (директивный);
- демократический (коллегиальный);

- попустительский (разрешительный, либеральный).

Каждый из стилей имеет две характеристики - формальную (Ф), в которую входят приемы и способы руководства, и содержательную (С), которая определяет решения, предлагаемые группе.

Рассмотрим характеристики каждого из стилей руководства.

#### Авторитарный стиль

Ф: деловые, краткие распоряжения; запреты без снисхождения, с угрозами; четкий язык, неприветливый тон; похвала и порицания субъективны; эмоции игнорируются; позиция лидера - вне группы. С: дела в группе планируются заранее во всем их объеме; определяются лишь непосредственные цели, дальние неизвестны; голос руководителя решающий.

#### Демократический стиль

Ф: инструкции в форме предложений; товарищеский тон; похвала и порицание с советами; распоряжения и запреты с дискуссиями; позиция лидера - внутри группы. С: мероприятия планируются не заранее, а в группе; за реализацию предложений отвечают все; все разделы работы не только объявляются, но и обсуждаются.

#### Попустительский стиль

Ф: отсутствие похвалы, порицаний; никакого сотрудничества; позиция лидера - незаметно в стороне от группы. С: дела в группе идут само собой; лидер не дает указаний; работа складывается из отдельных интересов участников группы.

Левин в своих работах рекомендовал именно демократический стиль как наиболее эффективный стиль руководства. Эту позицию разделяли у нас многие специалисты по психологии управления, то есть задачей руководителя считалось "совершенствование индивидуального стиля руководства в сторону его демократизации".

Типология Блейка-Моутон. Типология стилей управления по Левину сейчас рассматривается как несколько устаревшая. Большинство исследователей пользуется типологией Блейка-Моутон (1971), поясняемой рис. 1.

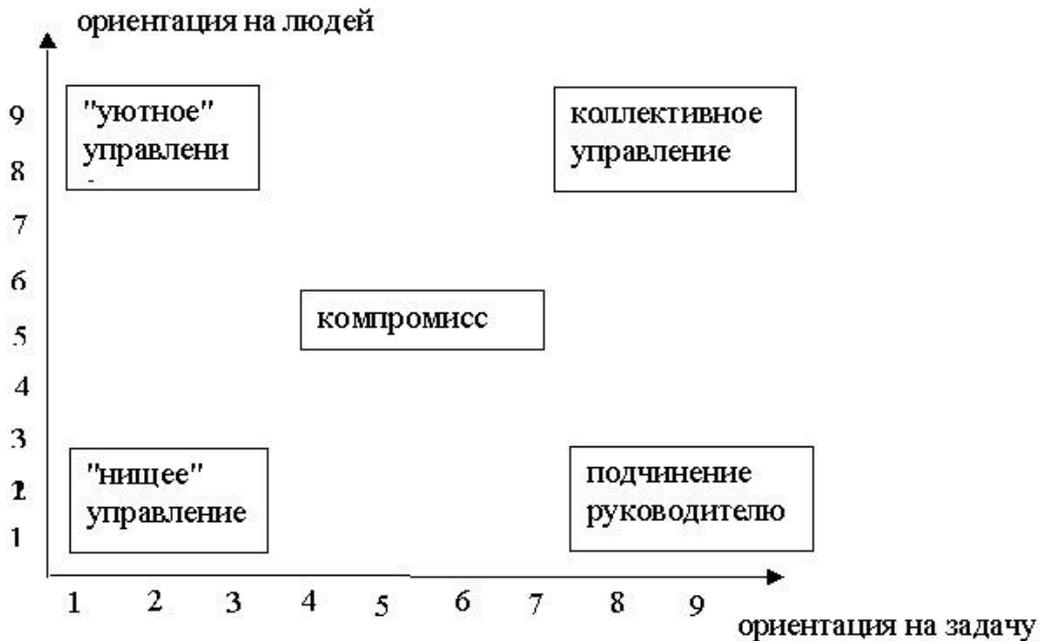


Рис. 1. Стили управления по Блейку-Моутон

Охарактеризуем стили управления по Блейку-Моутон:

1.1 - руководитель прилагает минимальные усилия, достаточные лишь для того, чтобы сохранить организацию;

1.9 - внимательное отношение к людям, что создает приятную, дружественную атмосферу в организации (атмосферу "загородного клуба");

9.1 - руководитель обеспечивает высокий уровень функционирования организации, при этом пренебрегая интересами людей;

5.5 - баланс между необходимостью выполнять работу и поддерживать моральное состояние людей на удовлетворительном уровне;

9.9 - выполнение работы осуществляется преданными делу людьми, понимающими цели организации, что создает отношения доверия и уважения.

Блейк и Моутон также, как и К. Левин, выделяют самый эффективный, по их мнению, стиль - 9.9 - но признают, что при изменении ситуации (особенно в конфликте) возможна перестройка основного стиля.

Типология Херси-Бланшара. В 70-е гг. 20 в. к изучению организаций стали применять теорию систем и системного подход, в соответствии с которыми организация рассматривается как открытая система, активно взаимодействующая с внешней средой. Это привело к отказу от универсализма и возникновению ситуационной теории управления, в соответствии с которой не существует идеального управления, а его эффективность зависит от адекватности действий руководителя в зависимости от ситуации. Этой теории соответствует типология Херси-Бланшара (рис. 2).

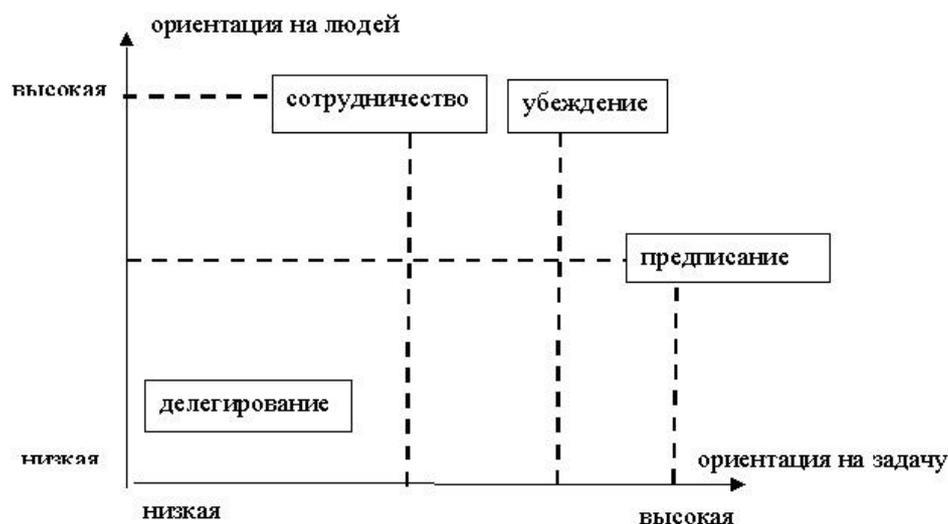


Рис. 2. Стили управления по Херси-Блэншару

Сильная ориентация на людей означает, что для руководителя важен микроклимат в коллективе (группе), насколько сотрудники заинтересованы заданием, поручают ли они удовольствие от порученной им работы. Слабая ориентация на людей, в свою очередь, не означает, что руководителя вообще не волнуют нужды его подчиненных; она означает, что в данной ситуации (при решении данной задачи) руководитель непосредственно не решает проблемы создания благоприятного микроклимата, его контакты с подчиненными минимальны.

Ориентация на задачу означает степень структурированности задания (руководитель лишь обозначает проблему или четко указывает, что, как и в какие сроки должно быть сделано). Другими словами, слабая ориентация на задачу вовсе не означает, что руководителя на заботит конечный результат.

Дадим характеристики стилей руководства по Херси-Блэншару.

**Предписание** - руководитель точно ставит задачу перед подчиненным, при этом ему не важно, насколько его взгляды разделяются в коллективе, он не принимает предложения подчиненных и не объясняет им происходящих процессов. Работа персонала строится в соответствии с четко определенными инструкциями, строго контролируется руководителем; поощряется четкое следование инструкциям и четкое выполнение задания.

**Убеждение** - руководитель рекламирует свою позицию и идеи, посредством убеждения старается превратить своих сотрудников в союзников. Возникающие идеи могут обсуждаться совместно с подчиненными. Идеи группы принимаются, но при этом руководитель сам контролирует и направляет работу.

**Сотрудничество** - руководитель на равных с подчиненными участвует в формировании задачи. Инициатива в определении тактики и ее реализации принадлежит группе, а задача руководителя - постоянно поддерживать инициативу и

заинтересованность подчиненных, наравне с ними участвовать в работе и не слишком контролировать.

**Делегирование** - руководитель делегирует право принятия решения группе (или подчиненному), однако при необходимости готов оказать помощь. Группа самостоятельно определяет задачи, вырабатывает тактику и выполняет работу. Процесс обсуждения проблем может происходить и без руководителя. Руководитель лишь наблюдает за ходом выполнения работы (не всегда напрямую), но ответственность за конечный результат лежит на нем.

Как мы видим, руководитель/лидер должен владеть разными стилями руководства в зависимости от обстановки. При выборе конкретного стиля руководства нужно учитывать по меньшей мере три фактора:

1. Ситуация (спокойная, стрессовая, неопределенная). В ситуации дефицита времени оправдан авторитарный стиль (крайний пример - военные действия).

2. Задача (насколько четко структурирована). К решению сложных проблем необходимо привлечь экспертов, организовывать дискуссии, и здесь необходим демократический стиль.

3. Группа (ее особенности по полу, возрасту, времени существования). Для сплоченного коллектива, заинтересованного в решении задачи, адекватен демократический стиль; в пределе, в творческих коллективах и при решении творческих задач - либеральный стиль (ситуация типа мозгового штурма и т.д.).

Эффективный руководитель должен иметь в своем арсенале все четыре стиля и использовать их в соответствии с конкретной ситуацией. Однако в реальности у каждого руководителя есть свой доминирующий, вспомогательный и нежелательный для него стиль. Это, в частности, подтверждается на практических занятиях.

Проблемы лидерства являются ключевыми для достижения организационной эффективности. С

одной стороны, лидерство рассматривается как наличие определённого набора качеств, приписываемых тем, кто успешно оказывает влияние или воздействует на других, с другой – лидерство – это процесс преимущественно несилового воздействия в направлении достижения группой или организацией своих целей. Лидерство представляет собой специфический тип управленческого взаимодействия, основанный на наиболее эффективном сочетании различных

источников власти и направленный на побуждение людей к достижению общих целей.

#### Список используемой литературы

1. Прыгин Б.Д. Руководство и лидерство. Л. 2000
2. Кретов Б. И. Типология лидерства. Социально-гуманитарные знания. №3 2000
3. Смольков В. Г. Сущность и типология социального лидерства. Социально-гуманитарные знания. №6 2001.

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

DOI: [10.31618/nas.2413-5291.2020.3.51.134](https://doi.org/10.31618/nas.2413-5291.2020.3.51.134)

*Кочина Елена Александровна*

*кандидат социол. наук, доцент*

*Хакасский Государственный Университет им. Н.Ф. Катанова  
г. Абакан*

*Зайцева Мария Владимировна*

*Магистрант направления подготовки*

*39.04.02.Управление в социальной сфере*

*Хакасский Государственный Университет им. Н.Ф. Катанова  
г. Абакан*

### MARKETING TOOLS OF PROMOTION OF SERVICES OF THE ORGANIZATIONS OF THE PHYSICAL CULTURE AND SPORTS ORIENTATION

#### Аннотация

В статье представлен результат исследования, цель которого является анализ применения маркетинговых инструментов для продвижения услуг организации физкультурно-спортивной направленности на примере комплексной специализированной детско-юношеской спортивной школы олимпийского резерва. В статье акцентируются специфические черты маркетинга в дополнительных образовательных организациях. Полученные данные с помощью анкетирования свидетельствуют об ориентации тренеров на определённые инструменты маркетинга продвижения услуг.

#### Abstract

The article presents the result of a study aimed at analyzing the use of marketing tools to promote the services of the organization of physical culture and sports orientation on the example of a complex specialized children's and youth sports school of the Olympic reserve. The article focuses on the specific features of marketing in additional educational organizations. The data obtained by means of a questionnaire indicate the orientation of trainers to certain marketing tools for promoting services.

**Ключевые слова:** маркетинг, образовательный маркетинг, инструменты маркетинга, образовательные организации, услуга.

**Keywords:** marketing, educational marketing, marketing tools, educational organizations, service.

Актуальность обусловлена тем, что дополнительные образовательные организации всё больше осознают необходимость в понимании, выявлении, продвижении интересов собственного образовательного учреждения. Хотя традиционно образование и социальная сфера в целом были преимущественно объектом внимания и поддержки государственных структур, это и объясняет, почему организации этой сферы медленно принимают концепцию маркетинга и необходимость его использования. Однако, в условиях рыночной и структурной трансформации и реформирования, маркетинг обретает особую актуальность для системы отечественного образования, следовательно, разумное использование инструментов маркетинга позволяет обеспечить развитие инфраструктуры, повысить качество образовательных услуг.

На современном этапе существует более двух тысяч определений понятия маркетинга. Только у основоположника теории маркетинга Ф. Котлера, существует несколько определений данного понятия. Под маркетингом Ф.Котлер определяет и концепцию управления, и совокупность мероприятий направленных на производственно-сбытовые отношения с целью удовлетворения потребностей человека, на качественно высоком уровне, и социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов а также групп посредством создания и предложения, обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими [4]. Образовательный маркетинг как показывает анализ теоретических источников, имеет также несколько интерпретаций, так например, в работе Бакун Т.В. маркетинг рассматривается как формирование