Содержание

1. Анализ внешней среды организации

1.1 Формирование позитивного имиджа

1.2 Фирменный стиль организации

2. Эффективное взаимодействие с людьми

2.1 Процесс формирования и развития трудового коллектива

2.2 Создание благоприятного психологического климата в коллективе

2.3 Взаимодействие с подчиненными

2.4 Взаимодействие с коллегами

2.5 Взаимодействие и принципы работы с волонтерами в КООО РСМ

3. Аналитическая часть

4. Проектная часть

4. Проектная часть

4.1 SWOT-анализ

4.2 Изменение структуры функционирования аппарата КООО РСМ

Заключение

Список источников и литературы

Приложения

## Введение

Российский Союз Молодежи - общероссийская общественная организация, созданная в 1990 году. РСМ строит свою работу с учетом традиций молодежного движения потребностей современной молодежи. Российский Союз Молодежи самая массовая неполитическая организация России, главная цель которой - помочь молодому человеку найти свое место в жизни, самореализоваться.

Около 1 млн. человек ежегодно участвуют в программах РСМ, территориальные организации РСМ и представительства работают в 78 субъектах Российской Федерации.

Программы РСМ ориентированы на все категории молодежи: учащуюся, студенческую и работающую, молодых военнослужащих, предпринимателей, спортсменов. РСМ - это организация для молодежи и самой молодежи. Организация реализует более 20 общероссийских и 200 региональных программ для работающей, учащейся и студенческой молодежи.

РСМ представлен в Общественной палате РФ, экспертных советах Госдумы, Совета Федерации, Минобрнауки. Программы РСМ поддержаны федеральными и региональными органами власти.

Костромская областная общественная организация Российского Союза Молодежи является самостоятельной территориальной организацией РСМ, сфера деятельности - реализация молодежных программ.

Общей целью развития Костромской областной общественной организации Российского Союза Молодежи на период 2007-2010 годы определено развитие КООО РСМ, как организации:

эффективно работающей в большинстве муниципальных образований Костромской области;

защищающей и реализующей интересы и права членов РСМ,

занимающей ключевое место в процессе

реализации молодежных программ в Костромской области;

охватывающей своей деятельностью различные категории молодежи. (Приложение№1)

Сфера деятельности: реализация молодежных программ в Костромской области, защита прав и интересов членов Союза.

Основные заинтересованные группы:

студенты;

старшеклассники.

В настоящее время число членов РСМ в Костромской области составляет 2615 человек в 17 муниципальных образованиях Костромской области.

Высшим руководящим органом организации является конференция, которая в соответствии с Уставом проводится один раз в три года. Делегаты, избираемые местными организациями РСМ, решают на конференции принципиальные вопросы деятельности организации, а также избирают областной комитет РСМ, который собирается на свои заседания ежегодно.

На первом, после избрания, заседании областного комитета РСМ избирается состав постоянно действующего органа бюро областного комитета РСМ. Автор диплома является председателем областного комитета РСМ и осуществляет непосредственное руководство деятельностью выборных органов организации, а также людьми, профессионально работающими в организации.

В настоящее время в КООО РСМ профессионально, на постоянной основе работают 10 человек, с сентября по июнь каждого учебного года на работу по договорам принимаются также 10 руководителей местных организаций РСМ, общая численность работников КООО РСМ с учетом технического и обслуживающего персонала - 35 человек.

Для реализации целей и выполнения миссии организации важна правильная работа по формированию имиджа организации в глазах молодых людей, являющимися будущими ее членами, а также в обществе, поэтому именно на руководителя организации ложится задача координации данной работы.

## 1. Анализ внешней среды организации

## 1.1 Формирование позитивного имиджа

Многие из теоретиков менеджмента считают, что данное направление особенно активно будет развиваться в 21 веке именно в некоммерческом секторе.

Результаты деятельности любой организации существуют только за ее пределами, во внешней среде [7, с.21].

В связи с чем на первый план выходят вопросы формирования имиджа организации.

Позитивный имидж позволяет:

1) завоевать положение на рынке (в нашем случае в молодежной среде) и усилить свою позицию по отношению к позиции конкурента, имеющего более слабый имидж;

2) пользоваться имиджем как своеобразным гарантом качества, укреплять доверие потребителя к своим товарам и услугам и повышать их привлекательность;

3) сформировать положительное общественное мнение. Фирма, которая тратит деньги не только на производство и сбыт, но и на нематериальные ценности (good will), традиционно вызывает уважение;

4) снизить расходы и скоординировать деятельность по продвижению товара или услуги. Новые, но "защищенные" известным имиджем товары и услуги выводятся на рынок с меньшими затратами; на рекламу уже известных товаров тратятся меньшие средства; проработанная концепция имиджа позволяет выдерживать единый стиль при подключении разных специалистов на разных территориях;

5) диктовать цены, не опасаясь падения спроса. Престижность имиджа обуславливает желанность товара для потребителя и обеспечивает дополнительную ценность;

6) добиться вовлеченности персонала в общее дело, повысить профессиональную отдачу каждого сотрудника:

а) в условиях изобилия одинаковых товаров и не менее одинаковых рекламных сообщений воспринимать имидж как критерий выбора товара и фактор, подтверждающий правильность этого выбора;

б) относиться к имиджу как к гарантии стабильности ("моя организация", "мои духи", "мои сигареты",. .) и символу принадлежности к определенной социальной группе. Приобретение товара, марка которого престижна в той социальной группе, с которой хочет себя отождествить потребитель, в большей степени способствует повышению его самооценки, а персоналу организации испытывать чувство гордости, самоуважения и удовлетворения от работы и ощущать собственную значимость и сопричастность к общему делу. Общество в целом также заинтересовано в том, чтобы фирмы и организации заботились о собственном благоприятном имидже, поскольку:

• имидж служит организующим началом, повышающим уровень цивилизованности бизнеса;

• работа над имиджем способствует улучшению визуальной среды на фирме и за ее пределами (внутреннее и внешнее обустройство, вся исходящая информация);

• желание организации хорошо выглядеть в глазах разных целевых аудиторий приводит к реальным положительным сдвигам в ее деятельности.

Имидж может быть различным для разных целевых аудиторий, так как он должен отвечать ожиданиям, потребностям, установкам и стереотипам поведения, а у разных целевых аудиторий они не одинаковы. [6, c.118] Например, для широкой общественности наиболее предпочтительна гражданская позиция фирмы, для партнеров - обязательность и конкурентоспособность, для потребителей - надежность и высокое качество товаров и услуг и т.д. Поэтому для грамотного формирования позитивного имиджа необходимо выделить различные целевые аудитории, грамотно их исследовать и по результатам вести работу своими средствами по созданию имиджа для каждой группы общественности.

Для того чтобы выполнять свои главные функции - индивидуализации и дифференциации, такой имидж должен значительно отличаться от других имиджей, существующих на одном рыночном пространстве.

## 1.2 Фирменный стиль организации

Важнейшую роль в этом играет фирменный стиль как средство создания и поддержания образа организации.

Фирменный стиль - это набор постоянных элементов (словесных, графических, цветовых и пр.), которые, действуя совместно, обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров (услуг) фирмы, всей исходящей от нее информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Задача фирменного стиля - обеспечить индивидуальность фирмы, организации ее товаров и услуг, а также противопоставить фирму конкурентам и их товарам. [11, c.45] Элементы фирменного стиля помогают потребителю ориентироваться в потоке информации и безошибочно находить предложения конкретной фирмы. Надо сказать, что плохой товар или недобросовестные услуги, обманувшие ожидания покупателя, тоже немедленно связываются в его сознании с фирменным стилем, в результате чего любое проявление стиля превращается в антирекламу. Поэтому в нашем случае необходимо вначале безупречно наладить деятельность организации по оказанию услуг для молодежи, обеспечить их отличное и лишь затем разрабатывать и вводить фирменный стиль.

В систему фирменного стиля входят следующие элементы:

• товарный знак (фирменный знак, фабричная марка, торговая марка) - обозначение, идентифицирующее товары данной фирмы и зарегистрированное в установленном порядке;

• логотип - разработанное оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы;

• фирменный блок - структурное объединение товарного знака, логотипа и некоторой служебной информации о фирме (адрес, телефон, факс, банковские реквизиты и т.д., предназначенное для оформления фирменных бланков, конвертов, липких аппликаций, упаковки и т.д.;

• фирменный цвет (или набор цветов) - элемент фирменного стиля, способствующий созданию образа фирмы, привлечению внимания к ее товарам (услугам) и оказывающий на потребителя эмоциональное воздействие;

• фирменный шрифт (или набор шрифтов) - необходим для поддержания единства всех элементов фирменного стиля;

• слоган (система слоганов) - постоянный рекламный лозунг, девиз, фигурирующий в рекламном обращении и заменяющий товарный знак в звуковой рекламе.

Для каждого направления деятельности фирмы может быть разработан:

• отдельный слоган;

• фирменный формат всех видов изданий;

• фирменная система верстки;

• дизайнерские разработки: внутренние интерьеры офисных, производственных или иных помещений;

• внутренняя и наружная визуальная информация;

• дизайн костюмов и спецодежды.

## 2. Эффективное взаимодействие с людьми

## 2.1 Процесс формирования и развития трудового коллектива

Социально-экономическая эффективность труда при прочих равных условиях находиться в прямой зависимости от уровня сплоченности коллектива. Сплоченность коллектива означает единство поведения его членов, основанное на общности интересов, ценностных ориентаций, норм, целей и действий по их достижению. Сплоченность является важнейшей социологической характеристикой коллектива. По своей сущности она аналогична экономической характеристике его производственной деятельности - производительности труда. Помимо этого члены сплоченного коллектива, как правило, не спешат его покидать, т.е. уменьшается текучесть рабочей силы. [2,6]

По своей направленности сплоченность коллектива может быть положительной (функциональной), т.е. ориентированной на цели и задачи его трудовой деятельности и отрицательной (дисфункциональной), направленной на достижение целей, противоречащих общественным целям, целям деятельности организации.

Ключевым моментом в создании сплоченного коллектива является подбор людей на основе совпадения их жизненных ценностей относительно профессиональной деятельности и нравственных аспектов человеческого бытия. Различаются три стадии сплочения трудового коллектива, каждой из них соответствует определенный уровень его развития. [8,9]

Первая стадия - ориентационная, которой соответствует низкий уровень развития коллектива - этап становления. Эта стадия характеризуется тем, что простое объединение людей преобразовывается в группу с общими целями и задачами, идейной направленностью. Каждый член коллектива ориентируется в новом для него коллективе. Это может быть целенаправленная ориентация и самоориентация. Целенаправленная ориентация осуществляется руководителем путем подбора и расстановки кадров, подробной информации о целях и задачах, планах и условиях деятельности. При этом необходимо учитывать, насколько новые работники могут вписаться в формируемый коллектив, сработаться. Важно

правильно расставить работников на рабочих местах. Если на соседних, технологически взаимосвязанных местах оказываются люди, симпатизирующие друг другу, то это улучшает их настроение, повышает трудовую и творческую активность.

Каждый имеет свое личное представление о товарищах по работе, о том, каким ему хотелось бы видеть свой коллектив. Поэтому целенаправленная ориентация всегда дополняется самоориентацией.

Если в коллективе преобладает целенаправленная ориентация, то общая цель у большинства членов коллектива преобразовывается в их внутреннюю потребность и ориентационная стадия сравнительно быстро сменяется следующей.

Вторая стадия - взаимоадаптационная, которая представляет собой формирование единых установок поведения членов коллектива. Эти установки могут формироваться двумя способами: под целенаправленным воспитательным воздействием руководителя и путем самоадаптации, в результате подражания и идентификации. Подражание заключается в том, что человек неосознанно перенимает способы поведения других, их взгляды и реакции на определенные ситуации.

Это наименее управляемый способ формирования установок, который не всегда приводит к положительным результатам.

Идентификация - сознательное следование человека каким-либо образцам, нормам и стандартам поведения, отождествление (идентифицирование) с ними правил своего собственного поведения. [3, 18] В этом случае человек уже размышляет над поведением той или иной личности и сознательно определяет, следует ему так же поступать в аналогичной ситуации или иным образом.

Взаимоадаптационный стадии соответствует средний уровень развития коллектива, характеризующийся созданием его актива (активно действующей группы).

Третья стадия - сплоченная, или стадия консолидации, коллектива, этап его зрелости. Руководитель выступает здесь не внешней силой, а как человек, который наиболее полно воплощает цели коллектива. В таком коллективе преобладают отношения взаимопомощи и сотрудничества.

В зависимости от степени сплоченности различается три типа коллективов: сплоченный, или консолидированный, который характеризуется тесной взаимосвязью его членов, солидарностью и дружбой, постоянной взаимопомощи.

Состав такого коллектива относительно стабилен. Такой коллектив имеет, как правило, высокие производственные показатели, хорошую трудовую дисциплину, высокую активность работников.

Расчлененный (слабосплоченный), который состоит из ряда недружелюбно относящихся друг к другу социально-психологических групп, имеющих своих лидеров. Групповые показатели, уровень производственной дисциплины, ценностные ориентации, активность таких групп весьма различны; разобщенный (конфликтный) - по своей сущности формальный коллектив, в котором каждый сам по себе, личные дружеские контакты между его членами отсутствуют, они связаны чисто официальными отношениями. В таких коллективах часто возникают конфликты, наблюдается большая текучесть кадров.

Следует иметь в виду, что процесс сплочения и развития трудового коллектива - обратимый процесс. При определенных обстоятельствах он может остановиться и превратиться даже в противоположный себе процесс - в процесс распада. Причиной этому может служить смена руководителя или состава коллектива, целей его деятельности, уровня предъявляемых требований или какие-либо другие изменения в трудовой ситуации.

Управление процессом сплочения трудового коллектива осуществляется с помощью воздействия на факторы, обусловливающие сплоченность.

Следует отметить, что фактор сплоченности трудового коллектива играет решающую роль в общественной молодежной организации.

К общим (внешним) факторам относятся характер общественных отношений, уровень развития научно-технического прогресса, особенности механизма хозяйственной деятельности, а к специфическим (внутренним) - уровень организации и управления производства в самом коллективе его социально - психологический климат, личностный состав. [9,13]

Взаимоотношения в коллективе, его сплоченность в значительной мере зависят от того, что собой представляют сами члены коллектива, каковы их личностные качества и культура общения, проявляющаяся в степени эмоциональной теплоты, симпатии или антипатии. Трудовой коллектив формируется из отдельных работников, наделенных разными психическими свойствами, обладающими различными социальными характеристиками. Иными словами, члены трудового коллектива являются представителями различных темпераментов, половозрастных и этнических групп, обладают различными привычками, взглядами, интересами, которые по существу являются общностью или различием их социальных позиций.

Преобладание тех или иных личностных качеств у членов коллектива влияет на отношения, складывающиеся внутри коллектива, характер его психического настроя, придает ему определенную особенность, которая может способствовать или мешать его сплочению. Особенно сильно препятствуют сплочению коллектива отрицательные черты характера: обидчивость, зависть, болезненное самолюбие.

## 2.2 Создание благоприятного психологического климата в коллективе

Руководство коллективом - это сочетание науки и искусства. С точки зрения американского менеджмента, суть руководства состоит в том, чтобы выполнять работу не своими, а чужими руками. На самом деле еще более сложная задача - заставить работать не только чужие руки, но и чужие головы. Поэтому неразумно надеяться только на себя, считая себя всезнающим и все умеющим. Никогда не следует делать самому то, что могут и должны выполнять подчиненные (исключая случаи личного примера). Выполнение каждого задания следует обязательно контролировать и оценивать (формы контроля не должны быть тоталитарными); отсутствие контроля может навести работника на мысль о ненужности выполняемой им работы. Не нужно превращать контроль в мелочную опеку.

Если предлагаемое сотрудником самостоятельное решение проблемы не противоречит в принципе точке зрения руководства, нет нужды сковывать инициативу работника и вести споры по мелочам.

Каждое достижение работника и его инициативу нужно немедленно отметить. Можно благодарить подчиненного в присутствии других сотрудников. Человека ободряет положительная оценка его действий и огорчает, если не замечают и не ценят успехов в работе.

Когда работник оказывается в чем-то талантливей и успешнее своего руководителя, этого не является чем-то отрицательным; хорошая репутация подчиненных есть похвала руководителю и ставится ему в заслугу. [14,16] Не нужно делать подчиненному, совершившему незначительный проступок, замечания в присутствии других лиц, сотрудников или подчиненных; унижение человека - не лучший способ воспитания.

Нет смысла критиковать людей. Более конструктивной будет критика их ошибок с указанием, от каких недостатков могут происходить подобные ошибки. И уж тем более не нужно указывать на эти недостатки в человеке - он должен сделать все выводы сам. В конфликтной ситуации губительным будет применение резких, оскорбительных слов (если ситуация может быть разрешена без них).

Очень важно: искра уважения и тем более симпатии, зароненная руководителем в душу подчиненного способна зарядить его на творческую самоотверженную работу, не считаясь со временем.

Точное формулирование своих мыслей: в манере говорить проявляется профессиональная грамотность, управленческая компетентность, общая культура. Легко очерченная и сформулированная мысль располагает к общению, избавляет от потенциальной возможности конфликта, вызванного непониманием.

Правильно сделанное замечание исключает лишнее раздражение. Иногда полезно высказывать замечания в форме вопроса: "Не считаете ли вы, что здесь допущена ошибка?" или "Как по-вашему …"

Умение руководителя отстаивать интересы всего коллектива и каждого из подчиненных - хорошее средство завоевания авторитета и объединение работников в единую группу.

Доверчивость и недоверчивость - это важнейшее качество личности, от которого зависит социально-психологический климат в коллективе. Излишняя, чрезмерная доверчивость отличает неопытных, легкоранимых людей. Им трудно быть хорошими руководителями. Но хуже всего подозрительность ко всем.

Недоверчивость руководителя почти всегда порождает недоверчивость подчиненных. Проявляя недоверие к людям, человек почти всегда ограничивает возможность взаимопонимания, а значит, и эффективность коллективной деятельности.

Делегирование полномочий стимулирует раскрытие способностей, инициативы, самостоятельности и компетенции подчиненных. Делегирование часто позитивно воздействует на мотивацию труда сотрудников, на удовлетворенность работой. [15,4] Форма делегирования полномочий активно используется в деятельности КООО РСМ.

Сплочение коллектива предполагает прежде всего выявление причин конфликтования и проведение соответствующей профилактической работы, которая может вестись по следующим направлениям: улучшение организации и условий труда, обеспечение ритмичности и строгой координированности производственного процесса, что вызывает у работников моральную удовлетворенность трудом; подбор личного состава и правильная расстановка кадров с учетом их социально-профессиональных характеристик и психологической совместимости, что снижает вероятность конфликтования; развитие критики и самокритики.

Однако полностью избежать конфликтов в коллективе невозможно. Без конфликтов, как правило, не обходится ни один коллектив. Более того, конфликты имеют наряду с отрицательными и положительные последствия. Они помогают членам коллектива узнать друг друга, получить более полное представление о взаимных ожиданиях и претензиях, а администрации - о недостатках в организации труда, быта, управлении производством. Поэтому очень важно, чтобы столкновение взглядов, позиций конфликтующих не отдаляли их друг от друга, чтобы спорные вопросы разрешались и переставали быть спорными, чтобы конфликт не пошел по разрушительному пути. В этой связи особое значение приобретает поведение конфликтующих, культура конфликтования. Любым трудовым коллективом чтобы он не распался и продолжал выполнять возложенную на него целевую функцию необходимо руководить. При этом под руководством понимается целенаправленное воздействие лиц, наделенных функциями и компетенцией руководителей, на коллективы и индивидов, т.е. взаимодействие руководителей и исполнителей, целью которого является постоянное (непрерывное) обеспечение оптимального функционирования определенной системы в целом. [16,18]

Сущность и содержание процесса руководства раскрываются в его функциях: планировании, организации, координировании, стимулировании, контроле. Участие руководителя в достижение трудовым коллективом или отдельным работником поставленных целей определяется прежде всего содержанием и качеством выполнения им основных функций руководства.

Как организатор руководитель коллектива должен обеспечить высокий уровень организованности руководимого коллектива. Организованность коллектива - это прежде всего единство действий всех его членов, разных по характеру, темпераменту, физическим и психическим данным, их общая целеустремленность в решении задач повышения эффективности труда и производства. Поэтому руководитель первичного коллектива как организатор его трудовой деятельности должен уметь ставить перед коллективом конкретные цели и выделять среди них главные и второстепенные, рационально распределять по времени и пространстве усилия коллектива по достижению поставленных целей, определять средства и методы решения конкретных задач, развивать инициативу и способности членов коллектива, умело использовать их знания и опыт при распределении заданий по группам рабочих или специалистов. Руководитель должен заботиться о том, чтобы его подчиненные не простаивали без дела из-за плохой организации их труда, чтобы работа была справедливо распределена между работниками.

Руководитель как выразитель и защитник интересов подчиненного ему коллектива наделен полномочиями применять конкретные стимулы для поощрения тех, кто отличается высоким исполнительским мастерством, хорошими количественными показателями работы, дисциплинированностью. Вместе с тем он должен применять определенные формы взыскания и санкции по отношению к нарушителям трудовой дисциплины или лицам, недобросовестно выполняющих свою работу, с целью защиты интересов добросовестных и дисциплинированных работников и побуждения недисциплинированных улучшить свое отношение к труду. [8,15]

Кроме того, руководитель должен быть потребителем, генератором и распространителем знаний (информации). Информационная его подготовленность позволяет рационально управлять трудовым коллективом. Информация является своего рода энергией и сырьем для выработки управленческих решений. Наибольшее воздействие на отношение человека и коллектива к труду оказывают экономические методы руководства.

Административно - распорядительные методы используются для решения тех же задач, которые решаются преимущественно экономическими методами, но в отличие от последних не дают исполнителю альтернативы в выборе средств исполнения решений. Они осуществляются в форме приказов, указаний, распоряжений в устном или письменном виде, издаваемых вышестоящим руководящим органом или руководителем по отношению к нижестоящему, исполнителю.

Социально-психологические методы руководства основаны на использовании руководителем приемов и способов воздействия на отдельных работников или коллектив в целом, вытекающих из знания им психологии человека вообще, специфических черт и особенностей психологии отдельных работников в частности. Задача руководителя состоит в том, чтобы использовать эти знания для создания в коллективе таких отношений, которые позволяют подчиненным любое его распоряжение воспринимать как обоснованное, справедливое и соответствующее общественным нормам.

## 2.3 Взаимодействие с подчиненными

Значительная часть рабочего времени руководителя расходуется на взаимодействие с подчиненными. При этом основная его задача заключается в том, чтобы оказать на них влияние и добиться эффективного выполнения работ, необходимых для достижения целей организации и воплощения в жизнь ее миссии. Различают определенные стили руководства в зависимости от способов, которые выбирает руководитель для того, чтобы влиять на своих подчиненных: авторитарный, демократический и либеральный стили руководства. [15,17]

Авторитарный стиль руководства.

Если менеджер предпочитает самолично решать все вопросы и не склонен делегировать полномочия, то его стиль руководства можно определить как авторитарный. Менеджер-автократ строит свои отношения с подчиненными, исходя из следующих принципов. Опираясь на подобные представления, руководитель, склонный к авторитаризму, стремится сосредоточить в своих руках все рычаги управления, а для подчиненных устанавливает правила и рекомендации, которые фактически лишают их самостоятельности и отнимают всякую возможность проявления инициативы.

Демократический стиль руководства.

Менеджер, предпочитающий в управлении демократические методы, наоборот, стремится передавать свои полномочия, приветствует участие сотрудников в принятии решений. В своих отношениях с подчиненными руководитель-демократ руководствуется следующими положениями.

В отличие от авторитарного руководителя, большая часть времени которого уходит на то, чтобы решать возникающие проблемы и текущие вопросы, связанные с функционированием организации, менеджер-демократ тратит свое время на координацию, следит за тем, чтобы усилия, которые прикладывают сотрудники его подразделения для решения поставленных задач, не вступали в противоречие с общими целями фирмы, и заботится о том, чтобы подразделение получало необходимые для работы ресурсы вовремя и в нужном объеме.

Либеральный стиль руководства.

Наибольшей свободой в своем поведении и принятии решений пользуются подчиненные руководителя в том случае, если стиль его руководства определяется как либеральный. "Не трогайте, оставьте" - таков смысл этого слова во французском языке и именно таковы принципы, которые воплощает в жизнь руководитель-либерал.

Каждый из перечисленных стилей руководства имеет и свои достоинства, и свои недостатки. Если ставить во главу угла достижение максимальной производительности, то здесь скорее всего преуспеет руководитель-автократ. Его жесткие методы и скрупулезная регламентация всех действий подчиненных позволяют добиваться стабильно высоких производственных результатов. Однако здесь абсолютно не учитывается человеческий фактор, не уделяется внимание мотивации и отношениям в коллективе, тогда как именно это является сильной стороной демократичного стиля руководства. Либеральный стиль руководства находится на последнем месте по уровню производительности, но зато на первом - по степени лояльности к руководителю. При таком подходе появляется больше игры, и это наилучшая почва для инноваций. Подчиненные имеют почти полную свободу в определении своих целей и контроле за собственной работой.

Адаптивный стиль руководства.

Ни один из существующих стилей руководства не может быть одинаково эффективным во всех ситуациях, которые могут возникнуть в организации. Поэтому наилучшим можно назвать адаптивный стиль, или стиль, ориентированный на реальность, а наиболее эффективным руководителем в этом случае будет тот, кто сможет вести себя по-разному в зависимости от требований реальной ситуации.

В некоторых случаях эффективными окажутся подробное структурирование задач и непрерывный контроль за всеми действиями подчиненных, в других - предоставление большей свободы и возможностей для проявления инициативы.

Со временем те же самые руководители могут изменить стиль, сообразуясь с изменением характера задачи, с возникающими перед подчиненными проблемами, давлением со стороны высшего руководства и многими другими факторами, характерными для организации.

Власть руководителя над подчиненными обусловлена тем, что именно он назначает задания и определяет вознаграждение за их успешное выполнение, может способствовать карьерному росту и оказать помощь в тех или иных социальных вопросах. Влияние подчиненных на руководителя проявляется в том, что именно от них в конечном итоге зависит качественное выполнение заданий. Они поставляют информацию, необходимую для принятия большинства управленческих решений и, кроме того, могут оказывать влияние на своих коллег, формируя их мнение относительно многих важных вопросов.

Вдумчивый менеджер всегда должен учитывать эти нюансы и помнить, что показное и слишком явное использование власти может спровоцировать негативную реакцию подчиненных, и тогда они тоже захотят показать свою власть. Не предоставив вовремя нужную информацию или отказываясь от обработки текущей документации, подчиненные могут создать серьезные проблемы для руководителя и отрицательно повлиять на уровень достижения целей.

Позитивный менеджер скорее будет заботиться о реализации общих целей фирмы, помогать работникам организации в определении таких целей, обеспечивать подчиненных средствами для их достижения и оказывать им поддержку, а также утверждать для каждого объем его компетенции.

Следует отметить, что кроме взаимодействия с тем или иным сотрудником лично, в работе руководителя важное место занимает взаимодействие с группами. Различают формальные и неформальные группы. [15,18]

Формальные группы.

Это некрупные производственные подразделения, которые создаются по инициативе руководства для более эффективной организации работ. Во многом возникновение формальных групп обусловлено горизонтальным и вертикальным разделением труда.

Распределяя уровни управления и создавая функциональные подразделения фирмы, высшее руководство в итоге получает множество мелких формальных групп, каждая из которых решает свою определенную задачу. Организация в целом сможет эффективно выполнить свои глобальные задачи только при условии, что задачи каждого из ее структурных подразделений определены таким образом, чтобы обеспечивать деятельность друг друга.

Неформальные группы.

Как только создана формальная организация, она сразу же становится социальной средой, где люди взаимодействуют отнюдь не по предписаниям руководства. Люди из разных групп общаются за чашкой кофе, во время собраний, за обедом и после работы. Из социальных взаимоотношений рождается множество неформальных групп.

Руководство организации, как правило, не участвует в создании неформальных групп, но тем не менее такие группы могут играть достаточно серьезную роль в делах фирмы и даже влиять на управленческие воздействия руководителей. [9,13]

Более того, неформальные группы имеют свойство смешиваться друг с другом. Некоторые руководители часто не осознают, что они сами примыкают к одной или нескольким таким неформальным группам.

Отношение к неформальным группам у руководителей не всегда позитивное.

## 2.4 Взаимодействие с коллегами

При взаимодействии менеджера со своими коллегами важнейшим условием эффективности является принцип паритета.

Все функциональные подразделения организации тесно взаимосвязаны.

Такая тесная зависимость указывает на то, что только при доброжелательных отношениях в коллективе, при хорошо налаженном процессе обмена информацией между подразделениями возможна высокая эффективность работы организации в целом. Руководитель от 50 до 90% своего времени тратит на разговоры, поэтому здесь уместно будет остановиться на том, что же влияет на эффективность обмена информацией.

Как правило, большинство людей реагирует не на то, что в действительности происходит вокруг них, а на то, что воспринимается ими как происходящее, поэтому одну и ту же информацию люди могут интерпретировать по-разному, в зависимости от накопленного опыта и суждений. Если какое-либо сообщение противоречит привычным понятиям, оно может не восприниматься вообще или восприниматься в искаженном виде.

Чтобы попытаться хотя бы отчасти предотвратить возникновение подобных проблем при общении со своими коллегами, менеджер должен прежде, чем начать разговор, тщательно обдумать и проанализировать вопросы, проблемы или идеи, которые он намерен сделать объектом информационного обмена.

Люди передают информацию с помощью слов. Поэтому иногда возникают проблемы, связанные с использованием слов в качестве символов, т.е. семантические преграды. Например, если вы просите своего коллегу: "Сделайте то-то, как только вам представится удобная возможность", что вы имеете в виду: "как можно скорее" или "когда у вас будет время"?

Символ не имеет неповторимого неотъемлемого значения. Значение символа выявляется через опыт и меняется в зависимости от контекста - ситуации, в которой использован символ. Поэтому в каждом конкретном случае информационного обмена всегда есть опасность

недопонимания, когда собеседники придают разные значения одним тем же символам. [15,17]

Кроме вербальных символов (слов), существуют и другие способы передачи информации. Жесты, выражение лица, интонации, модуляция голоса, плавность речи - все это примеры невербальной передачи информации, которая предполагает использование любых символов, кроме слов. Доброжелательные слова, произнесенные с негативными интонациями в голосе, скорее всего не будут восприняты как таковые, поскольку невербальные символы очень сильны и зачастую полностью подавляют вербальные. Менеджер, который хочет эффективно взаимодействовать со своими коллегами, подчиненными и начальством, должен внимательно следить за тем, насколько его интонация, выражение лица и прочие невербальные знаки соответствуют смыслу информационного сообщения, которое он хочет донести до своего собеседника.

Чтобы информационный обмен был в действительности эффективным, необходимо удостовериться, что переданная информация воспринята и понята именно в том смысле, который придавался ей изначально. Для этого можно использовать следующие способы.

При взаимодействии со своими коллегами важно научиться не только эффективно передавать информацию, но и эффективно воспринимать ее. Необходимо уметь слушать. Исследования американских ученых показали, что умение слушать является важнейшим качеством эффективно функционирующего менеджера. Согласно тем же исследованиям большинство управляющих слушают лишь с 25% -ной эффективностью.

Существует еще один верный способ достичь взаимопонимания. Это - эмпатия и открытость. Коммуникабельный, открытый для общения человек всегда доброжелателен по отношению к своему собеседнику и проявляет эмпатию интуитивно. Тому же, кто чувствует необходимость в совершенствовании своего умения общаться, нужно помнить, что эмпатия - это готовность участвовать в жизни других людей, сопереживать им, искренне сочувствовать неудачам и радоваться их достижениям. [2,15]

Начиная беседу, необходимо прежде всего ясно определить для себя личность своего собеседника. Необходимо избегать скороспелых суждений, оценок и стереотипов. Гораздо полезнее попытаться понять точку зрения своего собеседника и взглянуть на ситуацию с его позиций. Это вовсе не означает, что следует соглашаться со всем, что говорит собеседник. Это значит только, что вы пытаетесь понять его слова.

## 2.5 Взаимодействие и принципы работы с волонтерами в КООО РСМ

Решение задач стоящих перед организацией невозможно без эффективной работы актива и персонала. Причем в развитии общественной организации наибольшую роль играет эффективна система привлечения волонтеров - добровольных помощников, поэтому у автора диплома в своей работе с персоналом стоит две задачи:

подбор и обучение персонала профессионально работающего в организации;

обучение и подготовка волонтеров, осуществляющих деятельность организации в муниципальных образованиях Костромской области. По мнению классика современного менеджмента Питера Друкера работникам умственного труда надо своевременно найти ответы на вопросы: Каково мое призвание? К чему у меня есть способности? Каков мой стиль работы? Где мое место в жизни? Каков мой личный вклад в дело организации? [5, c.72] Функционерам организации нужно научиться брать ответственность за налаживание взаимоотношений, им предстоит спланировать вторую половину своей жизни.

Вопрос об эффективности организации, как правило, связывают с ее способностью достигать поставленных целей, причем для общественной организации на первый план выходят не экономические цели (хотя без должного финансового обеспечения деятельность затруднительна), а социальные цели, социальная эффективность. В организации в настоящее время работают профессионально молодые люди, которые ранее участвовали в ее деятельности как волонтеры, прошли обучение в различной форме и в настоящее время стали наемными работниками.

В организации системы работы с людьми, профессионально, занимающимися реализацией программ КООО РСМ, применяется монетарная мотивация, что не исключает и различных других форм морального поощрения. Однако, большой сложностью для руководителя порой бывает определить меру участия того или иного работника в различных проектах.

В применяющейся сегодня мотивации труда присутствуют элементы теории справедливости (равенства) С. Адамса, которая подчеркивает, что свои усилия и вклад в трудовую деятельность работник может оценивать по ряду параметров. К ним относятся образование, трудовой стаж, квалификационный уровень, преданность делу и т.д. Вознаграждение также может рассматриваться комплексно и охватывать заработную плату, премии, дополнительные льготы, моральные поощрения и т.п. Многие из методов стимулирования, изложенные в данной теории применяются на практике в КООО РСМ.

Работая с людьми, работник КООО РСМ должен учитывать несколько основных принципов, которые позволят организовать взаимодействие наиболее эффективно.

Отличительная черта - независимость молодых людей. Она проявляется в том, что их поведение ориентируется на определенную цель. Товары или услуги, предоставляемые организацией, могут приниматься или отвергаться клиентом в той мере, в которой они способствуют достижению его целей. Понимание этого и своевременное приспособление к изменяющимся потребностям молодежи являются важными критериями эффективности работы работника аппарата КООО РСМ.

На поведение людей влияют различные факторы, прежде всего факторы внешней среды: законы и традиции, социокультурная среда, экономическая ситуация. Кроме этого, поведение во многом определяется личными особенностями, такими как характер, темперамент, образ жизни, увлечения, материальное положение и др.

Здесь может иметь значение все, включая внешность работника, его национальность, манеру говорить и даже цвет волос. Разброс индивидуальных предпочтений настолько широк, что практически невозможно предугадать, что именно может вызвать положительную реакцию, а что - отрицательную.

## 3. Аналитическая часть

## 3.1 Анализ деятельности КООО РСМ по развитию имиджа организации

Важнейшим вопросом в любой общественной организации является решение вопроса о формулировании миссии организации, к сожалению, на федеральном уровне в Российском Союзе Молодежи этот вопрос находится в стадии обсуждения и в настоящее время готовятся изменения в Устав общероссийской организации, в котором, вероятно, по новому будут сформулированы цели и задачи организации, а также ее мисия. Автор данной дипломной работы является членом рабочей группы по подготовке проекта нового Устава РСМ и уже внес предложения по необходимости уточнения формулировок целей и задач организации, а также формулирования ее миссии в понятной и принимаемой молодежью форме.

Костромская областная общественная организация РСМ, единственная из территориальных организаций РСМ приняла концепцию деятельности организации, в которой изложена ее миссия (Приложение №3)

Система принятия управленческих решений связана с деятельностью выборных органов КООО РСМ., ниже приводится схема принятия решений в Костромской областной общественной организации РСМ.

Если считать основной целью деятельности общественной организации реализацию молодежных программ и рост числа ее членов, то дерево целей, на основании нормативно-правовых документов организации возможно выстроить следующим образом:

Конференция КООО РСМ

(проводится не реже

одного раза в три года)

Заседания областного комитета РСМ

(проводится не реже

одного раза в год)

Заседания бюро областного комитета

**РСМ** ( проводятся не реже

одного раза в квартал)

Аппарат областной

организации РСМ

Общей целью развития Костромской областной

общественной

организации Российского Союза Молодежина период 2007-2010

годы определить развитие КООО РСМ, как организации:

- эффективно работающей в большинстве

муниципальных

образований Костромской области;

- защита и реализация интересов и прав членов РСМ,

- занимающей ключевое место в процессе

реализации

молодежных программ в Костромской области;

- охватывающей своей деятельностью различные

категории молодежи.

И другие

террито-

риальные

организа-

ции

РСМ

Центральные

программы

РСМ

Целью развития местных организаций РСМ определить: реализацию программ КООО РСМ на муниципальном уровне;

- защиту интересов и прав членов Союза;

- пропаганда идей РСМ, реализация программ КООО

РСМ на местном уровне.

Программы

КООО РСМ

Главная цель Российского Союза Молодежи —

создание условий для всестороннего развития

молодого человека в различных сферах

общественной жизни, раскрытия и реализации его

потенциала, защита интересов и прав членов РСМ

## 4. Проектная часть

Молодежь

Целью деятельности первичных организаций РСМ,

участников прграмм КООО РСМ определить:

- защиту интересов и прав членов Союза;

- проведение различных мероприятий для членов

организации;

- пропаганда идей РСМ, прием в члены организации;

## 4.1 SWOT-анализ

В ходе подготовки данной дипломной работы был подготовлен SWOТ - анализ деятельности КООО РСМ. В заполнении анкет и анализе приняло около 50 человек.

Форма анкеты для анализа внешней среды и варианты ответов выглядели следующим образом:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование факторов | возможности | К-во  ответов | угрозы | К-во  ответов |
| Факторы спроса | Участие в программах, обучение | 2 | Потребности молодежи слабо изучены (нет анализа, социсследований) | 2 |
|  | Участие в программах КООО РСМ дает возможность трудоустройства | 1 | Нет упора на рекламу символики | 2 |
|  |  |  | Мало крупных городских мероприятий | 1 |
|  | Есть потребность в организации на стадии становления личности | 4 | Программы имеют слабое развитие, некоторые утратили свою актуальность | 2 |
|  | Растет количество членов среди учащейся молодежи, широкое использование Тимуровского движения | 2 | Работе организации не хватает значимости и задачи не всегда понятны | 1 |
|  | Ребята хотят входить в организацию, им интересно друг с другом | 1 | Знания руководителей программ плохо пополняются | 1 |
|  |  |  | У многих молодых людей ценности - деньги | 2 |
|  |  |  | Нет работающей молодежи среди членов организации | 1 |
|  |  |  | Нет последовательности в работе с выпускниками | 1 |
|  |  |  | Много других общественных организаций | 1 |
|  |  |  | Не хватает авторитета | 1 |
|  |  |  | Мало квалифицированных руководителей | 1 |
|  |  |  | Не хватает гласности в реализации программ | 1 |
| 2. Факторы конкурен-  ции | Сотрудничество с другими молодежными организациями | 2 | Сильные возможности у конкурентов (финансовые), о них знают на их "халяву" идут | 6 |
|  | Большинство новых организаций носят политический характер и не являются нам конкурентами | 4 | Другие организации больше поддерживаются властью | 3 |
|  | Большинство конкурентов не развивается | 2 | Другие организации имеют большое количество раздаточного материала о своей деятельности | 3 |
|  | Есть возможность реализоваться в различных сферах | 2 | Развитие ОРЮР, движения "Наши", "Молодая Гвардия" | 3 |
|  | Многие программы организации уникальны, есть коллектив участников программ | 1 | Дети не понимают различия между программами | 1 |
| 3. Государст-во | Нормально все | 1 | Взаимодействие не особо развито | 3 |
|  | Есть взаимоотношения с администрацией  В Костромском районе есть поддержка администрации | 7 | "Наших" поддерживают больше | 1 |
|  |  |  | Уменьшение гос. поддержки | 1 |
|  |  |  | Взаимодействие только через механизмы конкурентных мероприятий | 1 |
|  |  |  | Несовершенство нормативно-правовой базы | 1 |
|  |  |  | Низкая активность общественных организаций | 1 |
|  |  |  | Гос. Органам нужна только отчетность, их мало интересует активная деятельность | 3 |
|  |  |  | Нет заинтересованности в стабильности действий | 1 |
|  |  |  | Нет поддержки лидеров | 1 |
|  |  |  | Мало приглашаем представителей других организаций на свои мероприятия |  |
| 4. Экономи-ческие факторы | Все нормально | 1 | В организации плохо установлены отношения со спонсорами | 1 |
|  | Возможность становления личности в проигрывании ролей | 1 | Плохая самоокупаемость программ | 1 |
|  | Поддержка деятельности детей (стимулирует снижение налогов предпринимателей) | 1 | Растет уровень жизни населения, молодежь зарабатывает больше денег | 1 |
|  | Спад демографического кризиса | 1 | Зарплаты пенсии повышаются на 15%. А коммуналка увеличивается на 20% | 2 |
|  | Уровень жизни повышается и это способствует включенности ребят в общественную деятельность | 3 | Развивается развлекательные центры и досуг молодежи | 1 |
|  | Уровень жизни не влияет | 1 | Детей сложно заинтересовать, они ждут современных методов стимулирования | 1 |
| 5. Политичес-кие факторы | У молодежи есть возможность выбора | 1 | Молодежь в настоящее время политически не образована | 8 |
|  | Почти все организации при политических партиях являются формальными | 1 | Не владею ситуацией | 4 |
|  |  |  | Рост авторитета "Молодой Гвардии" | 1 |
|  |  |  | Мечется из стороны в сторону | 1 |
|  |  |  | В период выборов возможна активизация движений при полит. партиях | 1 |
| 6. Правовые факторы | Если есть у организации юридическое лицо. То правовая защищенность выше | 1 | Молодежным организациям необходимы услуги приходящего юриста, т.к слабо знаем закон | 1 |
|  |  |  | Слабый уровень правовой культуры | 1 |
|  |  |  | Затрудняюсь ответить | 10 |
|  |  |  | Любая власть коррумпирована | 1 |
| 7. Социально-культурные и демографические факторы | Выше уровень образования и в РСМ больше придет людей | 2 | Падки на халяву | 1 |
|  | Молодежь хочет возможности дополнительного обучения. Люди за все хотят получать либо деньги, либо знания | 2 | Семья утратила свои позиции: много разводов и гражданских браков | 3 |
|  | Численность молодежи растет, растет количество студентов и уровень образования | 3 | Уезжают учиться и не возвращаются | 1 |
|  | Спад демографической жизни | 1 | Учатся, но не работают по специальности | 3 |
|  |  |  | Разрушена гос. система поддержки семьи | 1 |
|  |  |  | Стереотип западного поведения | 1 |
|  |  |  | Негатив со СМИ | 1 |
|  |  |  | Уменьшение количества молодежи, рост экстремизма | 1 |
|  |  |  | За людей все решают, большинство не имеют гражданской позиции | 1 |

Форма анкеты для анализа внутренней среды среды и варианты ответов выглядели следующим образом:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры оценки | Сильные стороны | К - во  ответов | Слабые стороны | К - во  отве-  тов |
| Организация | Наличие тесной связи Обкома с другими общественными организациями | 5 |  |  |
|  | Деятельность местных организаций становится лучше, когда за ними ведется контроль | 2 | Нет непосредственной связи с местными организациями | 2 |
|  | Есть выезды на мероприятия | 1 | Необходимо ставить более конкретные цели и задачи организаторам программ | 2 |
|  | Программный подход | 2 | Плохо распределены обязанности внутри аппарата Обкома РСМ | 3 |
|  | Слаженная работа коллектива при проведении мероприятия | 3 | Необходимо регулярное обучение сотрудников РСМ | 2 |
|  | Распределение обязанностей | 1 | Малое число выездов работников Обкома | 1 |
|  | Обмен новой информацией, новыми идеями. | 1 | Отсутствие на местах имиджевой продукции РСМа | 1 |
|  | Вовлечение местных организаций в большое количество программ | 1 | Больше организовывать местных мероприятий | 1 |
|  | Конкурс местных организаций | 1 | Слабое взаимодействие участников программ с участниками других программ | 2 |
|  | Оказание консультаций по акциям | 1 |  |  |
| 2. Показатели деятельности | Программы РСМ | 5 | Поощрять надо не только сильных, но и слабых | 1 |
|  | Хорошее поощрение | 1 | Слабое развитие организации в деревнях | 1 |
|  | Проведение областных мероприятий и участие в них команд из других регионов | 2 | Необходимо проводить больше областных мероприятий | 4 |
|  | Программы разнообразны, затрагивают различные интересы студентов | 3 | Сравнительно небольшая известность РСМ среди молодежи | 4 |
|  |  |  | Необходимость PR РСМ | 2 |
|  |  |  | Значимость в гос. Органах не значительная | 2 |
|  |  |  | Малая информированность молодежи о программах и деятельности РСМ | 2 |
|  |  |  | Боязнь молодежи вступать в политические организации | 1 |
|  |  |  | Слабая подготовка руководителей первичного звена | 2 |
| 3. Финансы | Возможность привлечения спонсоров | 5 | Необходимо проведение корпоративных тренингов | 1 |
|  | Регулярно выигрываются гранты по программам | 3 | Зарабатывать деньги вряд ли сможем | 1 |
|  | Появились постоянные спонсоры крупных мероприятий | 2 | Есть возможность выигрывать гранты, но не всегда хватает знаний | 2 |
|  | Финансирование областных мероприятий | 1 | Необходимо структурировать работу со спонсорами | 4 |
|  | Финансирование местных организаций | 1 | Нет возможности вкладывать деньги в молодежный рекламный проект, чтобы он помог зарабатывать деньги | 2 |
|  |  |  | Общие принципы распределения денежных средств | 1 |
|  |  |  | Привлечение спонсоров должно происходить на уровне начальства, а не рядовых сотрудников | 1 |
| 4. Инновации | В организации год от года появляются новые продукты | 6 | Традиционность программ | 3 |
|  | Новых программ немного, но они привлекают молодежь | 1 | Не понятна система включения в деятельность РСМ членов организации | 1 |
|  | Новизна соприкасается с  традициями и  опытом | 1 | Нет достаточного развития программ, т.к с их появлением старые программы остаются, а сотрудников не прибавляется | 3 |
|  |  |  | Инноваций мало, нужны профессиональные тренинги или повышение квалификации сотрудников | 2 |
| 5. Персонал | Высокий уровень квалификации сотрудников | 3 | Сотрудники варятся в собственном соку, их не учат | 3 |
|  | Сотрудники очень заинтересованы в развитии организации и прилагают к этому свои усилия | 5 | Сотрудники заинтересованы не в деятельности организации, а в развитии своих программ | 1 |
|  | Уровень общения очень высок, огромный оптимизм | 1 | Иногда уровень квалификации сотрудников низок, т.к нет оплаты в организации | 1 |
|  | Хорошее взаимодействие между руководителями | 1 | Нет связи между РСМовцами  различных категорий | 2 |
| 6. Маркетинг | Уровень качества выполнения рекламы | 2 | Плохая реклама | 8 |
|  | Репутация организации | 2 | Сильная реклама наших конкурентов, необходимы более массовые мероприятия и более обширное информирование населения | 5 |
|  | Через программы идет хорошая установка на деятельность организации | 2 |  |  |
|  | Реклама на КВНе | 1 | Реклама размещается внутри организации, изредка мелькает на телевидении | 1 |
|  | Наличие постоянных спонсоров | 1 | Не устраивает уровень качества не высокий | 2 |
|  | Выпуск собственной газеты организации | 1 |  |  |
|  | В последний год появилась хорошая тенденция рекламы РСМа | 1 |  |  |
|  | Реклама соответствует нормам этики | 1 |  |  |

Разброс факторов получился достаточно большим, а также оценка многих направлений деятельности достаточно противоречива. В результате коллективной работы по анализу результатов получилась, следующая таблица:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ВОЗМОЖНОСТИ  Участие в программах КООО РСМ дает возможность молодым людям удовлетворения потребностей в: общении, обучении, применении теоретических знаний на практике, получении трудоустройства. Многие программы организации уникальны, есть коллектив участников программ.  Сложились взаимоотношения с администрацией Костромской области, её структурными подразделениями. У организации есть возможность привлечения спонсоров и получения  грантовых средств. | УГРОЗЫ  Потребности молодежи слабо изучены (нет анализа, социсследований); вследствие этого некоторые программы имеют слабое развитие или утратили свою актуальность.  Сильные возможности у конкурентов (финансовые),  Нет упора на рекламу символики и организации в целом, проводится мало крупных городских мероприятий, вследствие чего не хватает гласности в реализации программ. |
| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ  Программный подход к деятельности организации.  Слаженная работа коллектива при проведении мероприятий.  Вовлечение местных организаций в большое количество программ  Возможность привлечения спонсоров. Появились постоянные спонсоры крупных мероприятий. Возможность привлечения грантовых средств. Хорошее взаимодействие между руководителями. Сотрудники очень заинтересованы в развитии программ. | Больше проявлять инициативы во взаимоотношениях с администрацией, участвовать в различных конкурсах, бороться за получение грантов. Организовать более тесное взаимодействие участников различных программ, чтобы они постоянно чувствовали себя частью большой организации Российского Союза Молодежи.  Развивать взаимодействие между руководителями программ. | Развивать новые программы и направления деятельности, которые интересны молодежи, для чего внимательно изучить данные проведенных исследований, а возможно сделать что-то самим.  Привлекать различных спонсоров к финансированию реализации мероприятий и программ КООО РСМ.  Организовать рекламу организации при проведении своих мероприятий, использовать РСМ - газету для этих целей в том числе, возможно использование каких-то форм наружной рекламы. |
| СЛАБЫЕ СТОРОНЫ  Необходимо ставить более конкретные цели и задачи организаторам программ. Плохо распределены обязанности внутри аппарата Обкома РСМ. Необходимо регулярное обучение сотрудников РСМ. Малая информированность молодежи о программах РСМ и деятельности всей организации в целом, слабое распространение имиджевой продукции организации. Слабое поощрение активных участников программ. Непонятна система включения в деятельность РСМ членов организации. Сотрудники заинтересованы только в развитии своих конкретных программ.  Сильна реклама наших конкурентов, необходимы более массовые мероприятия и более обширное информирование населения. Реклама размещается внутри организации, изредка мелькает на ТV. | Слабая подготовка работников КООО РСМ, а также актива местных организаций РСМ, может вызвать проблемы в решении поставленных целей.  Предполагаемое обновление кадрового состава администрации области потребует выстраивания взаимоотношений заново.  Ограниченность финансовых ресурсов может препятствовать реализации имиджевой кампании РСМ.  Массовый характер организации может препятствовать системе индивидуальной работы с членами организации. | Неконкретно сформулированные цели и задачи организации могут вызвать отток членов организации к конкурентам.  Активна рекламная кампания конкурентов может привести в оттоку членов организации.  Недостаток финансовых средств может привести к трудностям во взаимодействиях с местными организациями РСМ в муниципальных образованиях. |

## 4.2 Изменение структуры функционирования аппарата КООО РСМ

Данный анализ деятельности организации показал наличие проблем в подходах к фомированию имиджа организации в глазах молодежи, установлении и развитии взаимоотношений с другими организациями, а также четко просматривается кризис аппарате управления КООО РСМ, т.к ранее он работал по следующей структуре:

Данная структура являлась функциональной, специализировалась на работе с двумя категориями молодежи: студентами и старшеклассниками. В период развала общественного молодежного движения в нашей области этого было достаточно, однако в настоящее время, особенно в год проведения выборов в различные органы власти, другие молодежные организации начали активную мобилизацию своих ресурсов, эта система управления приводила к определенной замкнутости участников внутри своих программ, сложному реагированию на вновь возникающие проблемы.

Старая схема управления аппаратом КООО РСМ

Председатель областного

комитета

Заместитель

председателя

Заместитель

председателя

Заведующий

отделом

студенческой

молодежи

Заведующий

отделом

учащейся

молодежи

Руководитель

программы

Руководитель

программы

Руководитель

программы

Руководитель

программы

В ранее действующей управленческой структуре прослеживалась четкая вертикаль в принятии решений, однако эта система управления приводила к определенной замкнутости участников внутри своих программ, сложному реагированию на вновь возникающие пробмемы, поэтому было принято решение об изменении функциональных обязанносте работников аппарата КООО РСМ, начале строительства дивизиональной структуры, а также о необходимости дополнительного обучения работников. Новая схема аппарата КООО РСМ выглядит следующим образом:

В функционал заместителя председателя обкома РСМ входят вопросы реализации и проведения имиджевой кампании организации. В своей деятельности он контактирует со всеми работниками областного комитета РСМ и отслеживает реализацию имиджевых программ в рамках деятельности каждого работника.

Часто в организациях существует один или несколько сотрудников, которые постоянно генерируют идеи. Необходимо знать этих сотрудников, поддерживать с ними дружеские отношения. Им организации должно быть интересно и мы получим новый источник идей.

Других сотрудников вы можете заинтересовать помочь вам с идеями, просто обратившись к ним со словами: "Нужна твоя помощь", "Нужен твой совет". Не стоит недооценивать силу этих фраз. Это работает. В каждом человеке подсознательно заложено желание помочь, особенно когда к нему обращаются за этим с просьбой.

Мощным источником идей может быть "коллективный разум". Мозговой штурм является часто используемой формой работы в организации.

Построение системы обратной связи - это определение параметров, которые жизненно важны для оценки вашей деятельности. На набор этих показателей влияют многие факторы: тип и размер компании, вид рынка, требования руководителей, интенсивность конкуренции, тип товара (вид услуги) и многие другие. Такой обратной связью в организации является деятельность ее выборных органов, а средством донесения информации до членов организации - печатный орган "РСМ - газета", которая ежемесячно издается в Костромской областной общественной организации РСМ.

В марте 2008 года состоялось заседание областного комитета РСМ, на котором была принята схема построения имиджевой кампании Костромской областной организации РСМ.

1. Формирование имиджа организации через СМИ и ресурсы интернет:

А) через СМИ: рассылка пресс-релизов о планируемых мероприятиях, приглашение корреспондентов, самостоятельная подготовка материалов для публикации в различных СМИ (газеты, радио, телевидение);

Б) через ресурсы интернет: обновление и работа сайта организации, активное участие в различных молодежных форумах.

Схема формирования имиджа Костромской областной общественной организации Российского Союза Молодежи

Формирование

имиджа

организации

через

СМИ и

ресурсы

интернет

Формирование

имиджа

организации

через

реализацию

программ

КООО РСМ

Формирование

имиджа

организации

через

деятельность

местных и

первичных

организаций

КООО РСМ

Формирование

имиджа

организации

через

взаимодействие

КООО РСМ

с органами

власти

Формирование

имиджа

организации

через

взаимодействие

КООО РСМ

с различными

партнерами

Задачи КООО РСМ по развитию имиджа организации:

- информирование молодежи о целях, задачах и

программах организации;

- создание положительного имиджа организации

среди населения Костромской области и в органах власти.

2. Формирование имиджа организации через реализацию программ КООО РСМ: использование имиджевой продукции, информирование участников о деятельности КООО РСМ при реализации программ.

3. Формирование имиджа организации через деятельность местных и первичных организаций КООО РСМ: использование имиджевой продукции, информирование участников о деятельности КООО РСМ при реализации программ.

4. Формирование имиджа организации через взаимодействие КООО РСМ с органами власти: участие в деятельности общественной палаты Костромской области; взаимодействие с органами по делам молодежи, образования на всех уровнях.

5. Формирование имиджа организации через взаимодействие КООО РСМ с различными партнерами: взаимодействие с политическими партиями, их молодежными организациями; со спонсорами, финансирующими программы организации.

Для достижения поставленных задач мы производится обновление дизайна нашего сайта, чтобы он был более привлекательным для молодежи, также изготовлены баннеры, для использования на мероприятиях. Обо всех мероприятиях, которые проводит КООО РСМ, отсылаются пресс-реализы в СМИ. Мы стараемся шагать в ногу со временем, поэтому на одном из самых популярных в интернете сайтов vkontakte.ru мы создали две группы: группу Костромской организации РСМ и "Euro меньше 26" в Костроме. Выпущены футболки с логотипом РСМ - золотым листком - это для того чтобы на мероприятиях организаторы выделились из толпы, уже размножены диски с песнями КООО РСМ.

На этом же заседании был изучен опыт работы по формированию имиджа организации в городе Буй.

В целом областная организация РСМ работает согласно программе действий КООО РСМ на 2007-2010 годы, где отмечено, что

Исходя из того, что я являюсь руководителем организации, заниматься и отвечать за выполнение решений буду непосредственно я.

Данная программа является стратегическим планом развития организации на ближайшие три года.

В последнее время в работе организации используются также современные формы работы с молодежью, так например руководителями большинства программ созданы контактные группы 300-600 человек, участники которых через современные средства связи получают оперативную информацию.

В марте выпущена новая рекламная брошюра о деятельности КООО РСМ (прилагается).

17 мая проведен вечер для актива КООО РСМ по поводу 18-летия с момента организации РСМ, а ране 17 апреля в Москве наша областная организация РСМ завоевала победу в конкурсе проектов территориальных организаций РСМ в номинации “Гражданско-патриотическое воспитание". Об этом также была опубликована информация в областной газете “Молодежная Линия" (копия прилагается).

Для актива КООО РСМ используются различные формы морального и материального поощрения. В организации в течении последних четырех лет проводится конкурс местных организаций РСМ.

Для активизации деятельности местных организаций РСМ в 2008 году проведен конкурс местных организаций и представительство КООО РСМ согласно следующему новому положению (приложение №2)

В 2008 году в конкурсе приняли участие местные организации РСМ из г. Буя, Волгореченска, Красносельского, Костромского и Сусанинского муниципальных образований.

Предоставленная муниципальными организациями информация о деятельности, позволяет сделать вывод о значительной активизации местных организаций РСМ.

## Заключение

Российский Союз Молодежи - общероссийская общественная организация, созданная в 1990 году. РСМ строит свою работу с учетом традиций молодежного движения потребностей современной молодежи. Российский Союз Молодежи самая массовая неполитическая организация России, главная цель которой - помочь молодому человеку найти свое место в жизни, самореализоваться.

Костромская областная общественная организация Российского Союза Молодежи является самостоятельной территориальной организацией РСМ, сфера деятельности - реализация молодежных программ.

Общей целью развития Костромской областной общественной организации Российского Союза Молодежи на период 2007-2010 годы определено развитие КООО РСМ, как организации:

эффективно работающей в большинстве муниципальных образований Костромской области;

защищающей и реализующей интересы и права членов РСМ,

занимающей ключевое место в процессе

реализации молодежных программ в Костромской области;

охватывающей своей деятельностью различные категории молодежи.

Сфера деятельности: реализация молодежных программ в Костромской области, защита прав и интересов членов Союза.

В связи с чем на первый план выходят вопросы формирования имиджа организации.

Имидж может быть различным для разных целевых аудиторий, так как он должен отвечать ожиданиям, потребностям, установкам и стереотипам поведения, а у разных целевых аудиторий они не одинаковы.

В ходе подготовки данного дипломного проекта были определены подходы к формированию имиджа организации.

Работа по изучению системы управления КООО РСМ позволила выявить значительные недостатки в ее функционирровании, а также немедленно приступить к их исправлению. Уже приняты меры по изменению управленческой схемы КООО РСМ, что незамедлительно привело к активизации имиджевой кампании организации.

Впервые проведенный SWOT - анализ, позволил увидеть организацию, взаимодействующую с динамикой развития внешних факторов, которые могут, как способствовать, так и препятствовать прогрессу организации, что позволит в перспективе увидеть стратегическое развитие организации, так как в ближайшее время должна быть подготовлена концепция стратегического развития организации.

Как форма преодоления внешней угрозы избран путь более активного взаимодействия с другими молодежными организациями.

Областной комитет РСМ значительно активизировал работу местных организаций РСМ, в соответствии с вновь утвержденным положением.

Умение руководителя отстаивать интересы всего коллектива и каждого из подчиненных - хорошее средство завоевания авторитета и объединение работников в единую группу.

Доверчивость и недоверчивость - это важнейшее качество личности, от которого зависит социально-психологический климат в коллективе. Излишняя, чрезмерная доверчивость отличает неопытных, легкоранимых людей. Им трудно быть хорошими руководителями. Но хуже всего подозрительность ко всем.

Недоверчивость руководителя почти всегда порождает недоверчивость подчиненных. Проявляя недоверие к людям, человек почти всегда ограничивает возможность взаимопонимания, а значит, и эффективность коллективной деятельности.

Делегирование полномочий стимулирует раскрытие способностей, инициативы, самостоятельности и компетенции подчиненных. Делегирование часто позитивно воздействует на мотивацию труда сотрудников, на удовлетворенность работой. Форма делегирования полномочий активно используется в деятельности КООО РСМ.

Руководство организации разрабатывает план действий четко в соответствии с политикой, направленной на развитие организации.

Решение задач стоящих перед организацией невозможно без эффективной работы актива и персонала. Причем в развитии общественной организации наибольшую роль играет эффективна система привлечения волонтеров - добровольных помощников.

В организации в настоящее время работают профессионально молодые люди, которые ранее участвовали в ее деятельности как волонтеры, прошли обучение в различной форме и в настоящее время стали наемными работниками.

В организации системы работы с людьми, профессионально, занимающимися реализацией программ КООО РСМ, применяется монетарная мотивация, что не исключает и различных других форм морального поощрения.

Костромская областная общественная организация РСМ, единственная из территориальных организаций РСМ приняла концепцию деятельности организации, в которой изложена ее миссия.

Система принятия управленческих решений связана с деятельностью выборных органов КООО РСМ.

В ходе подготовки данной дипломной работы был подготовлен SWOТ - анализ деятельности КООО РСМ. В заполнении анкет и анализе приняло около 50 человек.

Данный анализ деятельности организации показал наличие проблем в подходах к формированию имиджа организации в глазах молодежи, установлении и развитии взаимоотношений с другими организациями, а также четко просматривается кризис аппарате управления КООО РСМ.

В ранее действующей управленческой структуре прослеживалась четкая вертикаль в принятии решений, однако эта система управления приводила к определенной замкнутости участников внутри своих программ, сложному реагированию на вновь возникающие проблемы, поэтому было принято решение об изменении функциональных обязанностей работников аппарата КООО РСМ, начале строительства дивизиональной структуры, а также о необходимости дополнительного обучения работников. В функционал заместителя председателя обкома РСМ вошли вопросы реализации и проведения имиджевой кампании организации. В своей деятельности он контактирует со всеми работниками областного комитета РСМ и отслеживает реализацию имиджевых программ в рамках деятельности каждого работника.

В последнее время в работе организации используются также современные формы работы с молодежью, так например руководителями большинства программ созданы контактные группы 300-600 человек, участники которых через современные средства связи получают оперативную информацию.

В марте выпущена новая рекламная брошюра о деятельности КООО РСМ.

Для активизации деятельности местных организаций РСМ в 2008 году проведен конкурс местных организаций и представительство КООО РСМ согласно следующему новому положению.

В 2007 году Костромская областная общественная организация РСМ стала победителем в Конкурса проектов территориальных организаций РСМ в номинации "Гражданско-патриотическое воспитание".

## Список источников и литературы

1. Сборник нормативных документов для местных и первичных организаций РСМ Костромской области. Студия оперативной полиграфии "Авантитул", 2005, - 44 с.
2. Ахангельский Г. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать, 5-е издание / Г. Архангельский. - М: ИНФА 2007. - 240с.
3. Большая Советская Энциклопедия. (В 30 томах) / Изд.3-ье. - М: Советская Энциклопедия 1970. - т.2, с.321.
4. Герасимов Б.Н. Менеджмент персонала: Учеб. пособие/ Б.Н. Герасимов, В.Г. Чумак, Н.Г. Яковлева. - Ростов-на/Д: Феникс 2003. - 448с.
5. Питер Ф. Друкер Задачи менеджмента в XXI веке. М.: ИД "Вильямс", 2003. - 272 с.
6. Дэвид Аллен Как привести дела в порядок: искусство продуктивности без стресса/ Дэвид Аллен. - М: ИНФА 2007. - 368с.
7. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей.
8. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить.: Пер. с англ. - М.: 1990.
9. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами: Учеб. пособие/ Л.В. Карташова. - М: ИНФА 2007. - 236с.
10. Лукашевич В.В. Управление персоналом: Учеб. пособие для сред. Проф. образ. / В.В. Лукашевич. - М: ЮНИТИ-ДАНА 2004. - 255с.
11. Лукашенко М.А. Паблик рилейшнз. Учебно-практическое пособие. - М., МЭСИ, 1997.103с.
12. И. Манн Маркетинг на 100%.2-е издание - Спб.; Питер, 2006, 320 с.
13. В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова Стратегический менеджмент - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2007. - 288 с.7.
14. Маршал К. Эффективный тайм менеджмент: как рационально спланировать своё рабочие и свободное время: Пер с англ. /К. Маршал. - М: Фаир-пресс 2003. - 336с.
15. Полли Берд Тайм-менеджмент / Полли Берд. - СПб: Фаир-Пресс 2003. - 288с.
16. Потапов С.В. Как управлять временем / С.В. Потапов. - М.: Эксмо 2006. - 160 с. - ил. - (В курсе!)
17. Резник С.Д. Персональный менеджмент: учебник/ С.Д. Резник и др., под общ. ред. С.Д. Резника. - М: ИНФРА 2006. - 622с.
18. Сорокина Л.А. Менеджмент в малом бизнесе: Учеб. пособие для ВУЗов/ Л.А. Сорокина. - М: ЮНИТИ-ДАНА 2004. - 142 с.
19. Столяренко А.М. Психология менеджмента: Учеб. пособие для ВУЗов/ А.М. Столяренко, Н.Д. Амаглобели. - М: ЮНИТИ-ДАНА 2006. - 608 с.
20. В.М. Цветаев Управление персоналом - Спб.; Питер, 2003, 190 с.

## Приложения

Приложение № 1

Программа действий КООО РСМ на 2007-2010 годы

Общей целью развития Костромской областной общественной организации Российского Союза Молодежи на период 2007-2010 годы определить развитие КООО РСМ, как организации:

эффективно работающей в большинстве муниципальных образований Костромской области;

занимающей ключевое место в процессе реализации молодежных программ в Костромской области;

охватывающей своей деятельностью различные категории молодежи.

1. В сфере общественного позиционирования активнее вести работу по формированию имиджа РСМ как реально действующей конструктивной общественной организации, ведущей системную работу с молодежью через реализацию востребованных программ и проектов, для чего необходимо:

продолжить активное сотрудничество с областными институтами гражданского общества, молодежными и детскими общественными объединениями, в том числе по реализации совместных проектов;

развивать взаимодействие с органами власти, активизировать их информирование о программах и инициативах организации;

принять активное участие в работе общественной палаты Костромской области.

2. В сфере организационной деятельности определить приоритетным укрепление и развитие структуры РСМ, подготовка актива организации, для чего необходимо:

повышение роли местных организаций в деятельности КООО РСМ;

повысить уровень взаимной ответственности между руководящими органами КООО РСМ и местными организациями РСМ (представительствами);

провести работу по созданию системы личностного роста актива КООО РСМ, системы стимулирования работников и активистов местных организаций и представительств КООО РСМ;

обеспечить преемственность участия различных категорий молодежи в программах КООО РСМ (учащийся - студент - работающий);

проведение конкурса местных организаций РСМ по приоритетным направлениям деятельности КООО РСМ, усовершенствовать положение о конкурсе для стимулирования развития и обобщения опыта деятельности местных организаций КООО РСМ, включая конкурс среди первичных организаций РСМ;

создание единой электронной системы учета членов РСМ и ведение статистической информации;

вести работу по закреплению прав на собственность, сохранившуюся в КООО РСМ.

3. В сфере реализации центральных и региональных программ:

продолжить реализацию центральных и областных программ РСМ, развивающих ресурсную базу, формирующих позитивный имидж РСМ: "Студенческое самоуправление", "Достижения", "Кадры", "Юниор-Лига КВН", "Арт-Профи Форум", "Патриот и гражданин", "ПОЛАР", "Интеллектуальные ресурсы", "Клуб "Арт-Профи", "РСМ-газета", "Вожатская Академия", "Молодые патриоты", "Марафон приключений", "Лагерь актива детских и молодежных организаций "Академгородок", "Штаб программ РСМ", "Клуб ролевых игр "Отражение", "Студенческий клуб - клуб интеллектуальных игр", "Работающая молодежь";

способствовать развитию добровольческих технологий при реализации программ РСМ;

содействовать обеспечению занятости молодежи через ее участие в программах РСМ;

продолжить разработку новых программ и проектов КООО РСМ, востребованных молодежью, обществом и государством;

организовать проведение мастер-классов по программам РСМ и культурно-массовых мероприятий для молодых педагогов;

4. В сфере информационного обеспечения деятельности КООО РСМ необходимо:

выстраивание целостной системы по информационному сопровождению программной деятельности КООО РСМ;

создание и активное использование сайтов в сети Интернет с регулярной заменой информации о деятельности КООО РСМ;

пропаганда новой символики РСМ в рамках программной деятельности местных организаций РСМ;

систематический выпуск и распространение имиджевой продукции РСМ;

ежемесячный выпуск печатного органа КООО РСМ "РСМ-газета".

5. Международные программы:

продолжить участие в международных программах Российского Союза Молодежи.

6. Взаимодействие с коммерческим сектором:

выстраивать взаимоотношения социального партнерства с коммерческим сектором;

осуществлять взаимодействие с руководством предприятий, где трудится молодежь, с целью создания на их базе организаций РСМ;

вовлекать в программы РСМ молодых предпринимателей, бизнесменов, прошедших школу общественных организаций.

Приложение №2

Положение о конкурсе местных организаций и представительств КООО РСМ

1. Цели конкурса: настоящий конкурс проводится для:

стимулирования деятельности местных организаций и Представительств КООО РСМ;

развития сотрудничества между местными организациями, Представительствами КООО РСМ;

укрепления организационного единства КООО РСМ;

формирования единого банка программ КООО РСМ;

обобщения опыта работы местных организаций и Представительств КООО РСМ.

2. Организатор конкурса: организатором конкурса является бюро Костромского областного комитета Российского Союза Молодежи.

3. Участники конкурса: в конкурсе принимают участие местные организации и Представительства КООО РСМ, деятельность которых соответствует следующим нормам:

сроки проведения последней отчетно-выборной конференции или собрания соответствуют требованиям Устава КООО РСМ;

протокол последнего собрания или конференции имеются в наличии в областном комитете РСМ;

имеется необходимый опыт работы в направлении по которому проводится конкурс

4. Сроки проведения: конкурс проводится ежегодно и охватывает отчетный период с мая по май. Заявки на участие в конкурсе подаются местными организациями и Представительствами КООО РСМ в областной комитет РСМ не позднее 1 мая года, в котором подводятся итоги.

5. Порядок подачи заявок: заявки на участие в конкурсе подает руководитель выборного органа местной организации или Представительства КООО РСМ. Заявка оформляется официальным письмом на имя председателя областного комитета РСМ (формы заявок прилагаются).

Заявки подаются по номинациям:

"Лучшая местная организация КООО РСМ" ("Лучшее Представительство КООО РСМ")

"За прогресс в развитии"

"Достижение"

Местная организация КООО РСМ (Представительство) может участвовать в конкурсе по одной или нескольким номинациям. На каждую номинацию оформляется отдельная заявка.

6. Конкурсная комиссия: функции конкурсной комиссии выполняет бюро областного комитета РСМ.

7. Критерии оценки:

7.1. Номинация "Лучшая местная организация КООО РСМ" ("Лучшее Представительство КООО РСМ")

Качество и уровень работы местной организации (Представительства) оцениваются по следующим показателям:

работа по созданию и координации деятельности первичных организаций РСМ в муниципальном образовании

количество первичных организаций РСМ;

деятельность выборного органа организации (предоставление протоколов, отчета о реализации программ деятельности);

участие в областных программах РСМ (наименование программ, перечень мероприятий в которых участвовали);

реализация собственных программ (наименование программ, перечень проведенных мероприятий, эффект для членов организации);

работа по развитию имиджа организации (информация в СМИ, проведение благотворительных акций и т.д.), работа с общественностью, партнерами и СМИ.

Образец формы отчетности прилагается.

7.2. Номинация "За прогресс в развитии"

Оцениваются сравнительные характеристики организации (Представительства) на момент объявления конкурса и на момент подведения его итогов (рост оценивается в процентном соотношении).

В форме отчетности указываются основные характеристики организации, по которым наблюдается рост показателей, и прилагаются документы, подтверждающие данные характеристики.

7.3. Номинация "Достижение"

Оцениваются отдельные уникальные достижения организации (Представительства) в каком-либо направлении деятельности РСМ, отвечающие следующим критериям:

возможность использования опыта заявителя другими местными организациями и Представительствами КООО РСМ;

результатом "достижения" является рост авторитета и возможностей РСМ;

"достижение" получило положительную оценку СМИ, государственных органов, партнерских организаций.

В форме отчетности указываются основные достижения организации (Представительства) в каком-либо направлении деятельности РСМ и прилагаются документы, подтверждающие данные характеристики.

Механизм проведения конкурса:

8.1. Местные организации (Представительства) КООО РСМ, участвующие в конкурсе, предоставляют материалы по установленной форме и подробный отчет о своей деятельности в течение года в областной комитет РСМ до 1 мая соответствующего года. К отчету прилагаются печатные, фото - и видеоматериалы, рекламно-полиграфическая продукция.

8.2. Обработанные материалы и отчеты выносятся на заседание бюро областного комитета РСМ.

8.3. При необходимости могут быть организованы посещения членами бюро областного комитета РСМ местных организаций и Представительств КООО РСМ, подавших заявки на участие в конкурсе.

Подведение итогов конкурса:

9.1. Рассмотрение заявок, поданных на конкурс, происходит на заседании бюро областного комитета РСМ. Бюро рассматривает предоставленные материалы и отчеты и по количеству набранных баллов определяет лучшую местную организацию или Представительство по каждой номинации. После этого происходит обсуждение с учетом дополнительной информации, имеющейся в областном комитете РСМ по каждой из организаций (каждому из Представительств). Затем проводится тайное голосование, определяющее победителей в каждой номинации.

9.2. При подведении итогов конкурса к участникам могут применяться штрафные санкции, которые выражаются в снятии баллов с участников. Баллы снимаются в случае, если местная организация (Представительство) КООО РСМ:

не исполняет договорные обязательства по отношению к областному комитету РСМ;

не предоставляет в установленные сроки необходимые отчеты в областной комитет РСМ;

совершает действия, наносящие ущерб Российскому Союзу Молодежи.

9.3. Награждение победителей конкурса производится по номинациям на очередном пленуме областного комитета РСМ или заседании бюро обкома РСМ.

Также, по решению конкурсной комиссии, могут учреждаться поощрительные призы.

Награждение:

10.1. Победители конкурса - местные организации (Представительства) КООО РСМ:

получают памятные подарки;

заносятся на доску Почета КООО РСМ;

получают приоритетное право и льготы на участие в мероприятиях областного, федерального и международного уровня, проводимых Российским Союзом Молодежи.

10.2. Руководители местных организаций и Представительств КООО РСМ - победителей конкурса награждаются:

Почетной грамотой;

денежной премией.

Организации - номинанты, не ставшие победителями, получают дипломы и грамоты областного комитета РСМ.

11. Порядок финансирования конкурса.

Конкурс финансируется за счет средств КООО РСМ и за счет привлеченных средств.

Оценочный лист по номинации

"Лучшая местная организация КООО РСМ"

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Организационная деятельность  подтверждается протоколами заседаний выборных органов, статистическими отчетами, отчетами о проведении кадровых программ | | | Внешние связи | | |
| Оценочные показатели | Коли-  чество | Сумма баллов | Оценочные показатели | Коли-  чество | Сумма баллов |
| Члены организации всего (по 0,2 балла) |  |  | Партнерские общественные организации (по 10 баллов)  (список прилагается) |  |  |
| Члены организации, принято за истекший год (по 0,4 балла) |  |  | Спонсоры (по 5 баллов)  (список прилагается) |  |  |
| Заседания выборных органов местной организации:  по 10 баллов - Бюро, комитет  по 20 баллов - общие собрания  по 30 баллов - конференция |  |  | Сотрудничество с государственными органами: договоры, перечисления (по 10 баллов), (список прилагается)  участие в деятельности советов, палат и т.п. (по 20 баллов), (список прилагается) |  |  |
| Организация кадровой работы:  семинары актива (по 15 баллов и по 0,1 балла за каждого участника),  участие в семинарах, включенных в план мероприятий КООО РСМ (по 10 баллов за каждого участника) |  |  | Выпуск сувенирной и рекламной продукции:  журналы, рекламные буклеты (по 1 баллу за экз)  наклейки, ручки и т.п. (по 0,2 балла за экз)  видеоролики (по 50 баллов),  аудиоролики (по 30 баллов)  прилагаются образцы по каждому виду продукции. |  |  |
| Первичные организации, всего (по 20 баллов) |  |  | Сотрудничество с СМИ:  проведение пресс-конференции (по 50 баллов)  публикация в местных СМИ, информация на местном телеканале (20 баллов)  (копии прилагаются) |  |  |
| Первичные организации, созданные в текущем году (по 50 баллов) |  |  |  |  |  |
| Члены РСМ - юридические лица, всего (по 25 баллов) |  |  | Собственное периодическое издание:  по 100 баллов  за номер  (прилагаются) |  |  |
| Члены РСМ - юридические лица, принятые в текущем году (по 50 баллов) |  |  |  |  |  |
| ИТОГО |  |  | ИТОГО |  |  |

Данная таблица заполняется в областном комитете РСМ на основании предоставленных материалов и сведений руководителей программ КООО РСМ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Реализация собственных программ | | | |  | | | | |
| Наименование программы | У | С | Б | | Оценочные показатели | Коли  чество | Сумма баллов | |
| 1. "Маршрут наследников Тимура - Молодые патриоты" |  |  |  | | Программы местной организации (от 50 до 100 баллов за каждую, на основании предоставленных отчетов) |  |  | |
| 2. "Студенческая весна" |  |  |  | | Участие в программах партнеров в качестве соисполнителей (от 20 до 70 баллов, на основании предоставленных отчетов) |  |  | |
| 3. "EURO<26" |  |  |  | | Средства, привлеченные на реализацию программ (по 10 баллу за каждую тысячу рублей, на основании справки, подписанной руководителем организации) |  |  | |
| 4. "Молодой рабочий" |  |  |  | | Участие в программах представителей других местных организаций РСМ (по 1 баллу за каждого участника) |  |  | |
| 5. "Вожатская академия" |  |  |  | | Издание методических материалов по программам - тираж не менее 20 экз. (50 баллов за каждую) |  |  | |
| 6. "Арт-Профи Форум |  |  |  | | ИТОГО | |  | |
| 7. "Школьная лига КВН" |  |  |  | |  | |  | |
| 8. РСМ - газета |  |  |  | |  | |  | |
| 9." Марафон приключений" |  |  |  | |  | |  | |
| ИТОГО |  |  |  | |  | |  | |
| ВСЕГО |  | | | | | | |  |

Приложение №3

Концепция деятельности КООО РСМ

Деятельность КООО РСМ определяется миссией, выраженной в названии организации:

Российский - предполагает деятельность каждого члена организации на благо своей страны, и местного сообщества.

Союз - предполагает сотрудничество и взаимопомощь, достижение идейного и организационного единства членов организации.

Молодежи - предполагает помощь в решении конкретных проблем молодого человека, развитие его личности, приобретение им социального опыта.

Исходя из миссии организации, можно сформулировать слоган: "Максимальное единство при максимальном разнообразии на благо России"

Принципы деятельности КООО РСМ

это есть система исходных требований, выполнение которых обеспечивает необходимую эффективность в реализации миссии организации, определяет общее направление, содержание и логику применяемых средств. В основе большинства принципов лежит идея дополнительности, выражающаяся в равноправных, порой противоположных описаниях одного и того же объекта с разных точек зрения.

Организационно-управленческие принципы КООО РСМ.

КООО РСМ строит свою деятельность как на основе организационно-управленческих принципов общероссийской общественной организации РСМ (уважение к интересам, достоинству и мнению каждого члена РСМ, каждой организации, коллективность в работе, добровольность вступления и выхода из Союза, коллегиальность в принятии решений, выборность снизу доверху всех органов в организации, полной подотчетности выборных органов организациям, свобода дискуссии, открытая информация о деятельности всех органов и организаций, уважение прав большинства и меньшинства) так и на основе собственных организационно-управленческих принципов:

Принцип открытости органов самоуправления организации и качественного отбора управленческих кадров.

С одной стороны данный принцип предполагает возможность каждому члену организации быть избранным в органы самоуправления организации на основании личного желания, с другой стороны предполагает определенный отбор управленческих кадров организации по опыту и компетентности.

Принцип децентрализации структуры органов самоуправления и эффективности управления организацией.

С одной стороны данный принцип предполагает отказ от излишней централизации управления, когда все сводиться к какому-то одному органу и культивирование различных форм самоуправления. С другой стороны необходима простая и эффективная система управления и координации всех структурных звеньев организации.

Принцип некоммерческого франчайзинга.

КООО РСМ строит свою деятельность в муниципальных образованиях через деятельность местных организаций или представительств (как этапа создания местной организации) и передачу на безвозмездной основе данным структурам авторских методик, технологий, программ, право на использование марки "Российский Союз Молодежи", символики организации.

Принципы отбора содержания деятельности КООО РСМ.

Содержание деятельности КООО РСМ определяется исходя из сбалансированного подхода, основанного на следующих принципах:

принцип учета интересов молодежи и государственного, муниципального, общественного, коммерческого заказа;

принцип учета возрастных и социальных особенностей молодежи;

принцип учета региональных особенностей и традиций Костромской области.

Программно-методические принципы КООО РСМ.

Принцип вариативности и комплексности к программам КООО РСМ.

Вариативность программ позволяет учитывать разнообразные интересы молодежи и привлекать в организацию разные ее категории. Комплексность предполагает всестороннее развитие молодого человека в различных сферах общественной жизни.

Принцип личностно-ориентированного подхода и развития группы, как основы первичной организации в программах КООО РСМ.

Сущность личностно-ориентированного подхода состоит в том, что каждый член организации это уникальная личность, у которой необходимо развить сознание своей неповторимости и одновременно причастности к социальному целому.

Реализуя данный подход, в программах КООО РСМ предполагается работа членов организации в малых группах с четким распределением полномочий внутри каждой из них, стимулирование самосовершенствования членов организации, составление с учетом возрастных особенностей и реальной подготовленности плана личностного развития для каждого члена организации. Индивидуальный план член организации составляет с помощью опытных советников и членов своей малой группы. Работа над выполнением индивидуального плана позволяет каждому члену организации развиваться собственным темпом, ощущать чувство достигнутого успеха, видеть перспективы дальнейшей работы над собой.

С другой стороны принцип развития группы предполагает повышение её социальной зрелости, которая выражается в способности группы действовать не как сумма отдельных индивидов, а как единое целое, социально разумная ячейка общества.

Принцип включения членов организации в деятельность через личностную проблематизацию и создание эмоциональной привлекательности, значимости деятельности.

Данный принцип предполагает как актуализацию осознания личных смыслов участия молодого человека в деятельности организации (ответ на вопрос "Зачем?"), так и включение молодого человека в деятельность организации средствами создания эмоциональной значимости деятельности, "ситуации успеха" для каждого.

Принцип преемственности.

В своей деятельности КООО РСМ учитывает опыт накопленный предыдущими поколениями членов организации.

Принцип использования внутренней корпоративной культуры организации.

Данный принцип предполагает наличие у организации собственной символики, атрибутов, ритуалов и традиций. Использование внутренней корпоративной культуры дает члену организации ощущение причастности к особому кругу общения, которым он может гордиться.

Принципы взаимодействия КООО РСМ с внешней средой.

Принцип социального партнерства Данный принцип предполагает гармонизацию "внешних" отношений КООО РСМ с органами государственной власти, местного самоуправления, социальными, коммерческими структурами, переход во взаимодействие с ними от таких моделей, как "сосуществование", "содействие", "конкуренция", к моделям "сотрудничество", "партнерство".

Принцип информационной активности организации в продвижении собственных идей и программ в молодежной среде. Данный принцип предполагает систематическое информирование молодежи адекватными средствами и формами о деятельности организации, создание благоприятного имиджа организации, который бы позволял привлекать к деятельности новые категории молодежи.