

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗРАБОТКИ МАСТЕР-ПЛАНА НА ПРИМЕРЕ ТЕАТРА "МАЭСТРО"**

*Анотація. Розглянуто поняття Майстер-плану та його складові. Розроблено Майстер-план для формування позитивного іміджу театру "Маєстро".*

*Annotation. The concept of Master-plan and its' constituents are considered. The Master-plan is developed for forming of positive image of the theatre "Maestro".*

*Ключевые слова: Мастер-план, корпоративная культура, уровень эмоциональных связей, стандарты поведения, неосязаемый имидж.*

Создание любой компании всегда направлено на достижение успеха. Успех – это последовательная реализация достойной цели, умение в духе гармонии и равновесия приспособиться к разнообразным и постоянно изменяющимся условиям жизни в современном деловом мире. Гармония основана на понимании сути среды существования, направлена на творчество и создание чего-то нового и целостного. Таким образом, создание Мастер-плана станет первым шагом к достижению успеха.

В результате создания Мастер-плана для театра "Маэстро" перед ним открываются широкие перспективы. Созданный положительный имидж поможет театру достичь определенных целей, завоевать любовь и приверженность зрителей, занять определенную нишу в развитии культуры общества.

В современном мире важным для любой компании являются ее репутация и имидж. Репутация и имидж – самое ценное имущество любой компании. Репутация компании – это закрепившееся общественное мнение о ней, а ее имидж – это специально созданный образ, существующий в массовом сознании людей, основанный на впечатлениях, которые складываются у клиентов и определяют их отношение к компании. Мастер-план театра является основой формирования имиджа. Итак, положительный имидж – это то, к чему должен стремиться театр "Маэстро".

Мастер-план – это свод принципов, правил, обязательств и ограничений, которым должны следовать работники и посетители театра. Его создание направлено на регулирование взаимодействий и взаимоотношений как между сотрудниками в коллективе, так и непосредственно в работе с клиентами.

Мастер-план должен состоять из четырех основных частей: закладки фундамента, внешнего, внутреннего и неосязаемого имиджа, каждая из которых направлена на достижение трех главных задач: достижение высокого уровня компетенции и эффективной работы, поддержание положительного имиджа, установление эмоциональной связи с общественностью.

Первый этап в выполнении Мастер-плана по созданию имиджа – это закладка его фундамента: определение принципов, формирование положения о цели создания, корпоративной философии и стандартов, на которых будет основываться вся дальнейшая деятельность театра, начиная с его создания.

Принципы – это руководящие положения, основные правила, установки для сотрудников, которые предназначены для формирования правильного отношения, поведения сотрудников и осуществления их деятельности. Принципы должны послужить установленной этической основой для принятия решений, совершения поступков, действий и взаимодействий. Для театра установлены следующие принципы: развитие духовной культуры общества, доброжелательность, вежливость, хорошее настроение, взаимоуважение, любовь к искусству, благодарность, талант, творческий подход, энтузиазм, оригинальность, коллективизм, приятная спокойная атмосфера, стремление к успеху, саморазвитие, пунктуальность, цензура.

Принцип развития духовной культуры общества завещал театру известный русский театральный режиссер Станиславский К. С.: "Театр – сильнейшее оружие... в театре как учреждении есть элементы народного воспитания, прежде всего, конечно, эстетического воспитания масс".

Любовь к искусству, необходимость в оригинальном творческом подходе точно отображены в словах русского писателя Паустовского К. Г.: "Ощущение жизни как непрерывной новизны – вот та плодородная почва, на которой расцветает и созревает искусство".

И, конечно же, неотъемлемой частью театра является его особая спокойная приятная атмосфера, в которой зритель может отвлечься от повседневной рутины: "Весь шум окружающего мира бессилен по отношению к слабому звуку, который может заставить сочувственно задрожать наше внутреннее существо" – В. Виндельбанд.

Далее определены цели создания театра, т. е. финальный результат, на который направлена деятельность театра: возрождение старинных традиций театра; ознакомление общественности с великими классическими произведениями и создание сильной, направленной на положительный результат команды.

Корпоративная философия театра включает полное подробное изложение морально-этических и деловых норм, которыми должны руководствоваться сотрудники театра. Она включает в себя следующие положения: удовлетворение зрителей, создание приятной атмосферы, постановка классических произведений, обеспечение уникальности театра, творческий подход к выполнению поставленных задач, слаженная работа коллектива, а также верность принципам. Театр должен стать уникальным в своем роде театром Украины благодаря возрождению старинных традиций его посещения.

Следующим пунктом расписаны долгосрочные цели театра:

возрождение старинных театральных традиций, что подразумевает создание такого театра, где зритель сможет окунуться в атмосферу, которая царила во времена пышных нарядов и изысканных манер; создание школы театрального искусства.

Также подробно расписаны стандарты поведения и внешнего вида.

Стандарты поведения – это комплекс норм поведения, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются требования к сотрудникам театра, правила при предоставлении услуг.

Стандарты внешнего вида – это эталон, которому должны следовать сотрудники и посетители театра в своей одежде и внешнем виде в целом. Для посещения театра зрители также должны облачиться в вечерние наряды: женщины должны быть одеты в вечерние либо коктейльные платья, мужчины – в строгие костюмы с пиджаками, смокингами либо фраками.

Вторым этапом построения Мастер-плана является создание внешнего имиджа, который включает в себя описание осязаемого имиджа, или сенсорного восприятия имиджа, качества продукта, рекламы, общественной деятельности, связей со средствами массовой информации, связей с инвесторами, а также отношения персонала к работе.

Осязаемый имидж театра должен быть сформирован из восприятия его посетителем при помощи его пяти чувств. Впечатление складывается из того, что он видит, слышит, чувствует, трогает и вдыхает. Таким образом, к области осязаемого имиджа относится все, начиная от слогана – до месторасположения театра, которые являются самыми заметными элементами в системе имиджа.

Следующим этапом создания Мастер-плана театра является описание его внутреннего имиджа. Внутренний имидж – это атмосфера внутри театра, отношение сотрудников к руководителям и политике самого театра. Преданность коллектива театру и энтузиазм – это главное для внутреннего имиджа. Программы создания внутреннего имиджа обеспечивают моральную мотивацию сотрудников и укрепляют их преданность общему делу, к ним относятся: кадровая политика театра, ориентация и тренинг сотрудников, программа поощрения и финансовое планирование имиджа.

Кадровая политика театра – это набор конкретных правил, пожеланий и ограничений, реализующийся как в процессе непосредственных взаимодействий между сотрудниками театра, так и во взаимоотношениях между работниками и театром в целом.

Кадровая политика театра состоит в том, что все его сотрудники являются неотъемлемой частью единой команды. Драматург, актеры, режиссер, гример, декоратор, музыкант, осветитель, костюмер – каждый должен вкладывать свою долю творческого труда в общее дело. Подлинным творцом в театральном искусстве является не отдельный человек, а коллектив – творческий ансамбль. Коллектив в целом – автор законченного произведения театрального искусства – спектакля.

Ориентация сотрудников – это направленность деятельности, определяемая интересами театра. Ориентированный сотрудник – это осведомленный в сфере своей деятельности сотрудник, который должен обладать умением разобраться в любой возникшей ситуации. Для совершенствования профессиональных качеств и навыков персонала, личного роста сотрудников и создания сильной команды театра предложено проведение регулярных тренингов, семинаров, а также для сотрудников расписана программа прохождения курсов повышения квалификации. В рамках программы обучения, учитывая специфику работы каждой конкретной должности, запланировано посещение тренингов на различные темы, например: "Управленческие коммуникации", "Развитие личности", "Взаимоотношения в коллективе", "Формирование имиджа" и т. д.

Программа поощрения сотрудников предполагает моральное стимулирование персонала, в рамках которой предложено в качестве поощрения сотрудников, не занятых непосредственно в театральных постановках, предоставление бесплатных билетов на театральные постановки при наличии на то денежных средств у театра. А также дети сотрудников имеют уникальную возможность бесплатного обучения в школе искусства, созданной при театре, с хорошими опытными педагогами.

Далее расписаны аспекты, которые должны учитываться при расчете финансовой составляющей планирования имиджа театра. К ним относятся: проведение тренингов, семинаров для сотрудников, прохождение ими курсов повышения квалификации; обеспечение программы поощрения сотрудников; участие и проведение благотворительных акций; финансирование создания и развития школы театрального искусства при театре.

Последним этапом создания Мастер-плана является формирование неосязаемого имиджа театра, который строится на ощущениях, эмоциях, вызываемых у зрителей, партнеров, персонала по отношению к театру. Неосязаемый имидж – это ответная реакция на осязаемое. Неосязаемый имидж зависит от способности устанавливать эмоциональную связь с окружающими. Все сотрудники театра должны научиться искусству установления эмоциональных связей, для чего им необходимо овладеть тремя его уровнями.

Первый уровень – это вежливость. Очень точно выразился в определении этого понятия английский политический деятель и писатель Ф. Честерфилд: "Вежливость и хорошие манеры совершенно необходимы для того, чтобы украсить любые другие достоинства и таланты". Вежливость – это умение уважительно и тактично общаться с людьми, готовность найти компромисс и выслушать противоположные точки зрения. Поскольку вежливость является культурным феноменом, то, что считается вежливым в одной культуре, может считаться грубым или странным в другой. Поэтому сотрудники театра должны быть внимательны и тактичны с каждым посетителем, использовать в работе индивидуальный подход.

Второй уровень установления эмоциональных связей – умение поблагодарить зрителя. Успех театра заключается в признании и благодарности зрителя. Для достижения успеха все сотрудники театра в свою очередь также должны выражать искреннюю благодарность своим зрителям.

Третий уровень предполагает умение затронуть самую чувствительную струну зрителя. У всех людей есть эмоциональные потребности: в уважении и одобрении со стороны окружающих, стремлении быть довольными самим собой. Поэтому каждому зрителю необходимо уделить внимание, поблагодарить их за то, что они решили посетить именно этот театр, подчеркнуть их хороший вкус и правильный выбор.

Для сохранения созданного успешного делового имиджа последней составляющей неосязаемого имиджа и непосредственно самого Мастер-плана является установление знака успеха: "Успех сопутствует тому, кто полностью является самим собой" – Р. Ширм. Успех – это последовательная реализация достойной цели. Поэтому коллектив театра должен следовать всем прописанным выше правилам и стандартам поведения, стремиться к поставленным целям, быть верным установленным принципам, соблюдать философию театра, заботится о его репутации и положительном имидже.

Таким образом, сформированный эффективный Мастер-план должен позволить театру "Маэстро" завоевать новых зрителей, подчеркнуть уникальность своего создания с целью возрождения старинных традиций театра. Постановка исключительно произведений мировой классики для повышения уровня культурного развития общества, а также создание школы театрального искусства также являются отличительными особенностями театра.

Главное в Мастер-плане – это закладка фундамента. Фундамент обеспечит создание, развитие и сохранение положительного имиджа театра. Принципы, корпоративная философия, стандарты поведения и внешнего вида, которым должны следовать как работники, так и посетители театра, позволят сформировать и поддерживать высокого уровня корпоративную культуру театра. Внутренний имидж сопутствует достижению высокого уровня компетенции и эффективной работы сотрудников. Неосязаемый имидж театра направлен на установление эмоциональной связи со зрителями, а также сопутствует сохранению и защите созданного имиджа театра.

Следовательно, Мастер-план обеспечит театру "Маэстро" создание корпоративной культуры, поможет подчеркнуть его конкурентные преимущества, выйти на высокий уровень развития, получить максимальную прибыль и завоевать признание культурного общества.

*Научн. рук. Седова Л. Н.*

---

**Литература:** 1. Методические рекомендации по самостоятельному изучению раздела 2 курса "Этика делового общения" для студентов всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 2. Седова Л. Н. Этика делового общения : учебное пособие. Ч. 1 / Седова Л. Н. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 384 с. 3. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебное пособие. Ч. 2 / Седова Л. Н. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с. 4. Седова Л. Н. Переговоры как способ коммуникации в бизнесе : учебное пособие / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2009. – 324 с. 5. Б. Джи. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд. "Питер", 1999. – 224 с.