

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №2 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-2>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/112EVN216.pdf>

DOI: 10.15862/112EVN216 (<http://dx.doi.org/10.15862/112EVN216>)

Статья опубликована 10.05.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Юхнева Н.А. Основные направления повышения эффективности культуры территориального образования // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №2 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/112EVN216.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/112EVN216

УДК 33.332

Юхнева Нина Андреевна

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», Россия, Киров¹

Профессор

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: una-kirov@mail.ru

Основные направления повышения эффективности культуры территориального образования

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные направления повышения эффективности культуры территориального образования. Показана взаимосвязь и взаимовлияние культур разных уровней. Подчеркивается необходимость включения культуры в систему стратегического анализа состояния социально-экономического развития систем. Установлено, что культура социально-экономических систем (страны, региона, города, поселка, организации) проявляется в поведении людей, в их трудовой и повседневной жизни. Также выявлено, что основополагающим в формировании организационной культуры является национальная культура, эффективность которой зависит от качества исполнения государственных функций. При исследовании работ отечественных и зарубежных ученых установлено, что из всей совокупности элементов, характеризующих культуру территориального образования автором предложено использовать три элемента, имеющие следующее содержание: качество жизни населения, бренд и имидж территории и главы территориального образования. Исследуется культура на региональном уровне - в Кировской области. Представлен процесс оценки типа и эффективности культуры Кировской области. Приводится характеристика существующего типа культуры основных и направлений деятельности органов власти для внесения изменений в культуру для ее «усиления». В статье показано практическое применение экспресс метода оценки типа и эффективности культуры территориального образования, который включает в себя пять основных этапов: 1. Качество жизни населения ТО. 2. Оценка «силы бренда» территориального образования. 3. Оценка имиджа территории и главы Кировской области. 4. Расчет эффективности культуры Кировской области. 5. Построение карты позиционирования культуры Кировской области и определение ее типа. Данный метод оценки культуры территориального образования является современным инструментом в управлении стратегическим состоянием социально-экономических систем

¹ 610001, г. Киров, ул. К. Маркса, 77, каб. 406

Ключевые слова: оценка; качество жизни населения; бренд; имидж; эффективная культура; развитие территорий

В последнее время актуальным вопросом в обсуждении политических, социальных и экономических явлений становится этическая сторона их развития, касающаяся обсуждения проблем духовной жизни общества. Это вызвано тем, что в современном мире культура является необходимой предпосылкой консенсусных социальных связей, коммуникативно-информационного общения, гармонизации и сотрудничества интересов основных сил общества, организаций и общественности [1].

Культура пронизывает все компоненты общества: политическую и духовную надстройку, экономический и технико-технологический базисы цивилизации, которые являются *результатом* специфической человеческой деятельности и выступают как *способ* продолжения и совершенствования деятельности [2]. Оценка культуры территориального образования является важной составляющей системы стратегического управления социально-экономическим развитием территории [5, 9, 10]. Поэтому для разработки стратегий развития территории, наряду с социально-экономическими показателями, необходимо использовать показатель «эффективность культуры территориального образования».

Это обосновано тем, что характер рыночных отношений проявляется через конкретное общественное поведение людей и субъектов хозяйственной деятельности, т. е. через культуру личностей, организаций и даже стран [6].

Внешне состояние уровней культуры социально-экономических систем (страны, региона, города, поселка, организации, семьи, личности) можно оценить через поведение людей, проявляющееся в результате их трудовой и повседневной жизни [6, 10, 11]. Уровни культур влияют друг на друга, основополагающим в формировании всех уровней культур является национальная культура, эффективность которой зависит от качества исполнения государственных функций [7].

В статье представлен процесс оценки эффективности культуры Кировской области.

При исследовании работ отечественных и зарубежных ученых были выявлены наиболее значимые элементы, характеризующие культуру социально-экономических систем: качество, бренд и имидж. Качество результатов деятельности любой системы и проявляется в культуре труда, через «выходные» величины: товары и услуги, функционирующие на рынке. Результат управленческой деятельности проявляется через бренд, характеризующий состояние культуры управления и оценивается через показатель «сила бренда организации». Еще одной важной характеристикой является имидж организации, характеризует культуру отношений и проявляется через отношения со всеми стейкхолдерами [6, 10, 11].

Применительно к территориальному образованию показателями для оценки эффективности культуры являются: «качество жизни населения», «бренд территории» оцениваются по привлекательности территории для проживания населения, «имидж территории и главы территории» (страны, региона, муниципального образования). Имидж показывает состояние существующих общественных отношений, сформированных в ТО. В данном исследовании оценка типа и эффективности культуры ТО, используются эти три элемента [12, 13].

Важным для всех субъектов системы государственного управления, предпринимательских структур, общественных организаций и населения является понимание взаимосвязи и взаимовлияния культуры всех уровней. И также понимание того, что

национальная культура способна изменять культуры нижестоящих уровней: повышая или понижая их эффективность [6, 10].

Эффективная культура – это культура высокого уровня развития, способствующая раскрытию всех положительных качеств и свойств личности человека. В трудовой деятельности эффективная культура способствует качественному выполнению персоналом должностных обязанностей [6, 10, 11]. Культура материализуется в результате человеческой деятельности: в товарах и услугах, в окружающей среде обитания людей (обустройство рабочего места, жилья, территории и др.) и в уровне развития общественных отношений. Таким образом, с одной стороны культура оказывает влияние на формирование поведения людей, а с другой - внесение положительных изменений в поведение людей изменяет их отношения к жизни, труду, отношениям, тем самым повышая эффективность культуры.

Эффективная культура способствует стабильному социально-экономическому состоянию организации или страны и способствует лучшей адаптации людей к изменчивости факторов рыночной среды [9, 10].

В настоящее время целью национальной культуры является формирование социально-общественного человека как творческой личности, способного самостоятельно принимать решения, быть целеустремленным в своих притязаниях и стремиться к самосовершенствованию. Социально-общественная личность – это экономически активный человек, направляющий передовой научный и практический опыт, свои знания, умения и навыки на созидание. И в тоже время, данная личность способна беречь и приумножать достижения национальной науки и практики, культуры и спорта [7].

В данной статье обосновывается использование комплексного подхода к оценке состояния культуры территориального образования. Этапы оценки культуры ТО и ее эффективности [12, 13]:

- I. Качество жизни населения ТО (определяется по данным рейтинга ТО по качеству жизни населения).
- II. «Сила бренда» ТО (определяется по рейтингу ТО).
- III. Имидж территории и главы ТО.
- IV. Расчет эффективности культуры ТО.
- V. Построение карты позиционирования культуры ТО и определение ее типа.

Показатель «качество» в ТО характеризует качество жизни населения, т.к. в характеристике качества жизни населения отражается результат деятельности экономической части системы ТО (товары и услуги, обеспечивающие удовлетворение потребностей населения).

- I. Оценка качества жизни населения.

1) При оценке качества жизни населения использовались данные рейтингового агентства «РИАРЕЙТИНГ» «Рейтинг регионов по качеству жизни» за 2014 г. Оценка качества жизни в регионах проводилась по десяти группам показателей, всего использовалось 61 показатель. Оценивались 83 субъекта РФ, по следующим группам показателей: уровень доходов населения, жилищные условия населения, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры, экологические и климатические условия, безопасность проживания, демографическая ситуация, здоровье населения и уровень образования, особенность территории и развитие транспортной инфраструктуры, уровень экономического развития, уровень развития малого бизнеса [3].

По данным оценки лидерами являются г. Москва и г. Санкт-Петербург, из Приволжского федерального округа Республика Татарстан и Нижегородская область вошли в десятку лучших субъектов, табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная оценка качества жизни населения ТО (разработано автором)

Субъекты РФ	Баллы	Позиция в рейтинге за 2014 г.	Уровень качества жизни в Кировской области по отношению к сравниваемым субъектам
Лидеры РФ			
г. Москва	74,56	1	0,53
г. Санкт-Петербург	72,15	2	0,55
Лидеры Приволжского федерального округа			
Республика Татарстан	59,17	4	0,67
Нижегородская область	52,07	9	0,76
Кировская область	39,71	55	Среднее значение: 0,63

По данным табл. 1 видны результаты исследований уровня качества жизни населения в Кировской области, от лидеров РФ г. Москвы и Санкт-Петербурга ниже, более чем наполовину. По сравнению с лидерами Приволжского федерального округа уровень качества жизни в Кировской области ниже по сравнению с Республикой Татарстан ниже на 0,33 и по сравнению с Нижегородской областью – ниже на 0,23. В среднем, уровень качества жизни в Кировской области равняется 0,63 [3].

Кировская область имеет следующую динамику позиций в рейтинге субъектов РФ за три года: 57 позицию в 2012 г., 54 позицию в 2013 году и 55 позицию в 2014 году, табл. 2 [3].

Таблица 2

Динамика позиции в рейтинге исследуемых субъектов РФ

Субъекты РФ	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение позиции в рейтинге
Лидеры РФ				
г. Москва	1	1	1	-
г. Санкт-Петербург	2	2	2	-
Лидеры Приволжского федерального округа				
Республика Татарстан	4	4	4	-
Нижегородская область	12	10	9	+3
Кировская область	57	54	55	+2

Из 10 групп показателей, оцениваемых качество жизни населения в Кировской области, отмечены низкие позиции: 74 место – по показателю «демографическая ситуация», ниже 60 места по трем: уровень доходов населения, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры, безопасность проживания, 51 место по показателю «особенность территории и развитие транспортной инфраструктуры» и 59 место - уровень экономического развития, уровень развития малого бизнеса. По показателям, характеризующим, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры – 38 место и здоровье населения и уровень образования – 39 место соответственно [3].

Кировская область по рейтингу качества жизни 14 регионов Приволжского федерального округа находится на предпоследнем 13 месте [3].

2) Оценка качества товаров и услуг, предлагаемых на потребительском рынке Кировской области, проводилась на основе мнений населения. Оценивалось качество товаров и услуг (в том числе государственных и муниципальных) и их доступность для всех слоев населения по пяти балловой шкале [12, 13].

Таблица 3

Оценка качества товаров и услуг населением ТО

№ п/п	Показатель	Оценка	Уровень (эффективность показателя) ²
1.	Качество товаров	2,4	0,48
2.	Качество услуг	2,1	0,42
3.	Качество государственных и муниципальных услуг	2,7	0,54
4.	Доступность для всех слоев населения ³	2,2	0,44
	Среднее значение оценки	2,35	0,47

Примечание: шкала оценки:

1 – 2 балла – «плохо»;

3 балла – «удовлетворительно»;

4 балла – «хорошо»;

5 баллов – «отлично».

В результате получен большой разброс оценки «качество жизни» от «неудовлетворительно» до «отлично», наиболее высокие оценки качества государственных и муниципальных услуг выставили жители небольших населенных пунктов, там оценивалась работа местной администрации, где сложились тесные связи с представителями местной администрации, наиболее низкие оценки вставлены в районных центрах и г. Кирове. Оценка качества потребительских товаров и услуг, предоставляемых жителям Кировской области показала наиболее высокие оценки в областном и районных центрах и низкие оценки - в мелких населенных пунктах, в некоторых из которых вообще отсутствуют магазины и бытовые услуги, связанные с ремонтом обуви, одежды, бытовой техники и др.

При определении общей оценки среднего значения уровня качества жизни населения и качества товаров и услуг, получены следующие результаты.

$$(0,63 + 0,47) / 2 = 0,55$$

Значение показателей и коэффициента эффективности культуры находятся в трех состояниях и определяются по шкале, рис. 1.

II. Показатель «сила бренда Кировской области» оценивается на основе данных о динамике рейтинга основных данных социально-экономического развития за предстоящий

² Показатель уровня (эффективности показателей) определяется отношением полученных баллов к максимально возможному количеству 5 баллам (прим. авт.).

³ Обеспечение доступности приобретения качественных товаров и услуг для всех слоев населения оценивается по балловой шкале: 2 балла – слабая организация обеспеченности; 3 балла – население обеспечивается самым минимумом товаров и услуг; 4 балла – население обеспечено практически всем необходимым, что нужно для жизни; 5 баллов – имеется возможность приобретения всего необходимого для жизнеобеспечения для всех слоев населения (прим. авт.).

период (3 – 5 лет), табл. 4. Также можно провести сравнительную оценку изменений рейтинга с другими ТО [12, 13].

На основе данных расчета позиции среднего места по всем оцениваемым 10 показателям Кировская область занимает 8 место ($83 / 10 = 8,3$) из 14 субъектов Приволжского федерального округа.

Таблица 4

Позиции рейтинга (места) Кировской области в структуре Приволжского федерального округа по показателю «сила бренда территории» по данным за 2014 год⁴

	Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году	Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. рублей	Ввод в действие жилых домов на 1000 человек населения, кв. м	Объем продукции сельского хозяйства на душу населения, рублей	Число автобусов общего пользования на 100000 человек населения на конец года, штук	Число легковых автомобилей в собственности граждан на 1000 человек населения на конец года, штук	Число происшествий на автомобильных дорогах и улицах на 100000 человек населения	Оборот розничной торговли на душу населения, рублей	Объем платных услуг на душу населения, рублей	Уд. вес убыточных предприятий и организаций, %
Республики, край										
Башкортостан	6	7	3	8	1	4	2	3	2	2
Марий Эл	1	6	5	2	13	11	11	13	13	11
Мордовия	/2	8	14	1	10	10	6	14	14	14
Татарстан	8	1	4	3	2	8	7	1	1	1
Удмуртская	14	11	13	7	5	7	1	8	9	5
Чувашская	5	13	1	9	8	12	10	12	10	12
Пермский край	6	5	12	14	9	6	13	5	3	8
Области										
Кировская	6	14	10	10	3	10	9	10	7	4
Нижегородская	13	3	11	13	6	3	13	4	4	13
Оренбургская	12	4	8	4	7	1	4	6	6	9
Пензенская	3	10	2	6	8	5	12	7	11	10
Самарская	13	2	7	11	4	5	5	2	5	3
Саратовская	4	12	6	5	11	2	3	11	12	6
Ульяновская	7	9	9	12	9	9	8	9	8	7

⁴ Разработано по данным http://kirovstat.kirov.ru/bgd/KirovII_14/main.htm Федеральной службы государственной статистики. Кировская область в 2014 году. Часть II. Экономика (прим. авт.).

Оценка (соотношение фактического количества баллов к максимально возможному – по каждому показателю 5 или 10 баллам ⁵)										
«Плохо»			«Удовлетворительно»			«Хорошо»			«Отлично»	
0	0,1	0,2	0,399	0,4	0,5	0,6	0,799	0,8	0,9	1
Значение										
«Низкое»			«Среднее»				«Высокое»			

Рисунок 1. Шкала значений уровня качества, бренда, имиджа и эффективности культуры

По предлагаемой шкале определяется стоимость каждого места в рейтинге в баллах, табл. 5.

- 1 – 2 место: 14 - 13 баллов;
- 3 – 5 место: 12 – 10 баллов;
- 6 – 8 место: 9 – 7 баллов;
- 9 – 11 место: 6 – 4 баллов;
- 12 – 14 место: 3 – 1 баллов.

Таблица 5

Данные перевода значения позиции в рейтинге (показатель: «сила бренда» Кировской области), баллы

Показатель	Позиция в рейтинге	Баллы
Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году	6	7
Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. рублей	14	1
Ввод в действие жилых домов на 1000 человек населения, кв. м	10	5
Объем продукции сельского хозяйства на душу населения, рублей	10	5
Число автобусов общего пользования на 100000 человек населения на конец года, штук	3	12
Число легковых автомобилей в собственности граждан на 1000 человек населения на конец года, штук	10	5
Число происшествий на автомобильных дорогах и улицах на 100 000 человек населения	9	6
Оборот розничной торговли на душу населения, рублей	10	5
Объем платных услуг на душу населения, рублей	7	8
Уд. вес убыточных предприятий и организаций, %	4	11
Среднее значение	8,3	7,5

Далее произведем расчет эффективности культуры управления по показателю «сила бренда» на основе отношения среднего количества баллов к максимальному количеству баллов (14 баллов).

$$7,5 \text{ баллов} / 14 \text{ баллов} = 0,54$$

Данная оценка показывает среднее значение эффективности культуры управления регионом.

⁵ Шкала оценки определяется в процессе исследований, по усмотрению исследователей (прим. авт.).

III. «Имидж Кировской области и ее главы» - характеризуется полученной информацией, сформированной об общественном мнении по двум направлениям [13].

1) Привлекательность ТО для проживания населения (тип ТО по привлекательности и оценка динамики миграции населения). В нашем исследовании используется три типа территорий по привлекательности: 1 тип – не привлекательна для проживания (оценивается в 2 балла); 2 тип - наименее привлекательна (оценивается в 3 балла), 3 тип - территория привлекательная для проживания – 5 баллов. При оценке привлекательности Кировской области получен результат в 2,1 балла. Уровень привлекательности составил 0,42.

2) Оценка общественного мнения (анкетирование, опросы различных групп населения), проводится по пяти балловой шкале. Данная оценка равняется 1,9 балла, уровень – 0,38.

3) Имидж главы администрации Кировской области оценивался на основе опроса мнения населения, получена оценка по пяти балловой шкале 3,7, уровень имиджа равен – 0,74.

Также имидж главы региона определялся на основе рейтинга глав регионов РФ по данным центра исследований «Медиалогия» за январь – февраль 2016 года. Определялось среднее значение интегрального показателя позиции в рейтинге оценки губернатора Кировской области по отношению к наибольшему значению комплексной оценки рейтинга по России (главы ТО г. Москва) и по Приволжскому федеральному округу (президента Республики Татарстан), табл. 6.

Таблица 6

**Интегральный показатель рейтинга глав регионов РФ за январь – февраль 2016 г.
(из 85 регионов РФ и 14 регионов Приволжского федерального округа)**

Позиция в рейтинге		Регион	Интегральный показатель		
январь	февраль		январь	февраль	ср. значение
1	1	Москва	1,0	1,0	1,0
4	4	Татарстан	0,26	0,23	0,25
17	21	Санкт-Петербург	0,17	0,13	0,15
8	8	Нижегородская обл.	0,18	0,12	0,15
46	49	Кировская обл.	0,07	0,06	0,07
1	1	Татарстан	1,0	1,0	1,0
2	2	Нижегородская обл.	0,65	0,52	0,59
10	9	Кировская обл.	0,34	0,26	0,3

Интегральный показатель рейтинга губернатора Кировской области равен 0,3, место рейтинга губернатора в январе 2016 г. по России 46, по Приволжскому федеральному округу - 10, в феврале у главы Кировской области снизилась позиция по России до 49 места и повысилась позиция по округу до 9 места⁶. Среднее значение рейтинга губернатора Кировской области за январь – февраль.

⁶ Медиарейтинги губернаторов РФ за январь и февраль 2016 года. М.: Центр исследований «Медиалогия» режим доступа: <http://www.mlg.ru/company/pr/4023/> (прим. авт.).

$$(0,007 + 0,3) / 2 = 0,37 / 2 = 0,19$$

Обобщая полученные данные, определяем среднюю оценку уровня «имиджа Кировской области и главы региона» равняется:

$$(0,42 + 0,38 + 0,74 + 0,19) / 4 = 0,43.$$

IV. Эффективность культуры Кировской области [13].

$$(0,55 + 0,54 + 0,43) / 3 = 0,51$$

Эффективность 0,51 – оценивается как «удовлетворительно», чем ближе среднее значение коэффициента эффективности организационной культуры к единице, тем выше ее значение.

IV. Для определения типа культуры Кировской области можно воспользоваться матрицей позиционирования культуры, рис. 2. Подробно данная методика рассмотрена в работах авторов [9, 13].

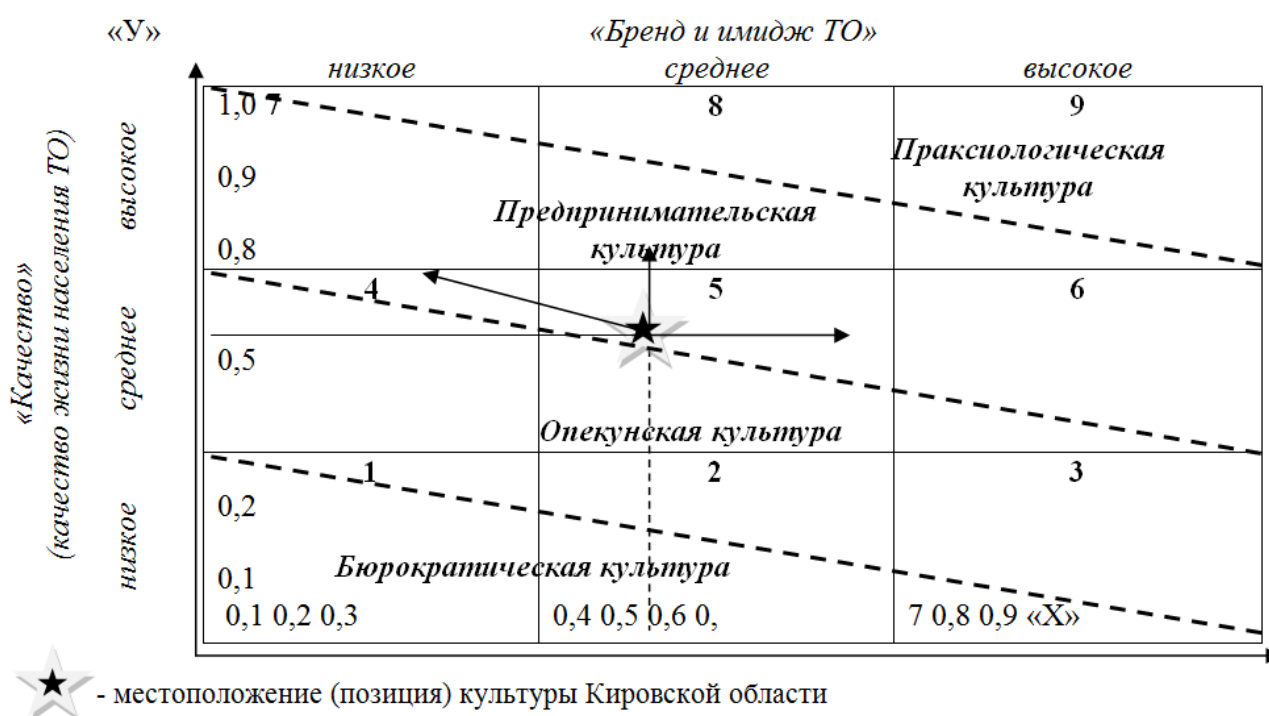


Рисунок 1. Карта позиционирования состояния культуры Кировской области

Определяются значения осей матрицы: ось «У» показывает эффективность культуры труда, определяемой на основе оценки уровня качества жизни населения, в нашем исследовании - 0,55.

Ось «Х»: представляет собой отношение среднего значения суммы баллов, полученных при оценке бренда и имиджа Кировской области (культуры управления и отношений) к максимально возможному количеству баллов, 0,47.

Состояние культуры Кировской области, можно охарактеризовать как переходное от опекунской культуры к предпринимательской.

В научной литературе существует достаточно большое количество подходов к типологии культуры. В данном исследовании использована классификация типов культур, основанная на признаках ориентации руководителей при управлении организацией на

материальную составляющую или на людей (бюрократическая, опекунская, предпринимательская и праксиологическая культура).

Бюрократическая культура – слабая, закрытая и твердая. *Опекунская культура* характеризуется открытостью и гибкостью с внешней стороны, путем приспособления к различным ситуациям. Поведение субъектов государственного и муниципального управления ТО требует постоянной поддержки со стороны вышестоящих органов власти. Обе эти культуры являются «слабыми». *Предпринимательская культура* является более сильной, открытой и гибкой, но не в такой степени, чтобы повлиять на поведение людей для раскрытия ими самых лучших свойств личности. *Праксиологическая культура* (деловая) – сильная, открытая для перемен, гибкая. Сильная культура – это эффективная культура, высокого уровня развития [8]. Именно этот тип культуры способствует социально-экономическому развитию ТО [5, 6].

Рассматриваемый подход определения типа и эффективности культуры территориального образования также может быть использован при проведении сравнительной оценки конкурентоспособности территорий по трем группам показателей: «качество жизни населения ТО», «бренд территории», «имидж территории и ее главы». Знание существующего типа и эффективности культуры территориальных образований позволяет позиционировать территории, в отношении лидеров и аутсайдеров. Данный метод является важным элементом процесса разработки стратегий социально-экономического развития территорий и новым механизмом в системе стратегического управления территориями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура [Текст]: теория и практика / Э.А. Капитонов, Г.П. Зинченко, А.Э. Капитонов. - М.: Альфа-Пресс, 2005. - 352 с.
2. Крапивенский, С.Э. Социальная философия [Текст]: учеб. для гуманит. - соц. специальностей высш. учеб. заведений. - 3-е изд., исправ. и дораб. – Волгоград: Комитет по печати, 1996. – 352 с.
3. Рейтинг регионов РФ по качеству жизни [Электронный ресурс]: режим доступа [www.giarating](http://www.giarating.ru) // М.: «РИАРЕЙТИНГ» (дата обращения: 14.04.16 г.).
4. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст]: А.Ю. Юданов. М.: Изд-во «АКАЛИС». 1996. – 272 с.
5. Юхнева, Н.А. Формирование эффективной организационной культуры [Текст]: учеб. пособие / Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева. - Киров: ВятГУ, 2010. – 124 с.
6. Юхнева, Н.А. Управление организационной культурой [Текст]: монография / Н.А. Юхнева. – Киров: Изд-во ВятГУ, 2011. – 244 с.
7. Юхнева Н.А. Функции государства в формировании эффективной организационной культуры. Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева // Российское предпринимательство. – 2013. – №11 (233). – 122-126 С.
8. Юхнева Е.А. Характерные особенности «сильной» и «слабой» организационной культуры. Е.А. Юхнева / Инновационная наука и современное общество: сборник статей Международной научно-практической конференции. Часть 2 – Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. – 160-162 с.
9. Юхнева, Н.А. Организационная культура в системе стратегического управления [Текст]: монография / Н.А. Юхнева, Е.А. Юхнева. – Киров: ФГБОУ ВПО «ВятГУ», 2013. – 214 с.
10. Юхнева Н.А. Взаимосвязь и взаимовлияние бренда и организационной культуры. Е.А. Юхнева, Н.А. Юхнева // Экономика. Инновации. Управление качеством: Научно – теоретический журнал. Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский ГУ», 2013. – С. 74 – 76.
11. Юхнева, Е.А. Обоснование выбора элементов организационной культуры для оценки ее эффективности и конкурентоспособности социально-экономических систем // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/39EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. С экрана. Яз. Рус., англ. DOI: 1015862/39EVN515.
12. Юхнева, Н.А. Характеристика элементов оценки культуры территориального управления [Текст]: Н.А. Юхнева / НОВАЯ НАУКА: ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (29 марта 2016 г. г. Сургут). / в 2 ч. Ч. 1. – Стерлитамак: РИНЦАМИ, 2016. – С. 200 - 204.
13. Юхнева, Н.А. Методика оценки типа и эффективности культуры территориального образования [Текст]: Н.А. Юхнева / НОВАЯ НАУКА: ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (29 марта 2016 г. г. Сургут) / в 2 ч. Ч. 1. – Стерлитамак: РИНЦАМИ, 2016. – С. 204 - 211.

Yukhneva Nina Andreevna

Vyatka State University, Russia, Kirov

E-mail: una-kirov@mail.ru

The main directions of improving the efficiency of culture territorial education

Abstract. This article discusses the main directions of improving the efficiency of territorial cultural education. In the cauldron the relationship and mutual influence of cultures of different levels. Stresses the need for the inclusion of culture in the system of strategic analysis of the state of socio-economic development systems. It is established that the culture of socio-economic systems (country, region, city, village, organization) is manifested in the behavior of people in their working and day-day life. Also revealed that a fundamental Fort-formation of organizational culture is the national culture, the effectiveness of which depends on the quality of performance of state functions. In the study of works of domestic governmental and foreign scientists found that from the totality of the elements that characterize the culture of territorial education, the author suggests to use the three elements with the following content: the quality of life of the population, the brand and image of the territory and the heads of territorial entities. Research sulks culture at the regional level - in the Kirov region. Presents the process of estimating the type and efficiency of culture of the Kirov region. The characteristics of an existing type of culture and major activities of the authorities to make changes to the culture to its "gain". The article shows the practical application of the rapid method of assessing the type and efficiency of the territorial culture of education that includes five basic steps: 1. The quality of life of the population. 2. Assessment of "brand strength" territorial entity. 3. Evaluation of the image of the territory and the head of the Kirov region. 4. The calculation of the efficiency of culture of the Kirov region. 5. The map shows the positioning of culture of the Kirov region and the definition of its type. This method for estimating the territorial culture of education is a modern tool in the management of the strategic socio-economic systems.

Keywords: assessment; quality of life; brand; image; culture; development of territories

ЛИТЕРАТУРА

1. Kapitonov, E.A. Corporate culture [Text]: theory and practice / E.A. Kapitonov, G.P. Zinchenko, E.A. Kapitonov. - M.: Alpha Press, 2005. - 352 p.
2. Krapivensky S.E. Social philosophy [Text]: textbook. for humanitie.-SOC. specially-scribed higher. proc. institutions. - 3rd ed., corrected. and dorab. – Volgograd: Committee on printing, 1996. – 352 p.
3. The rating of Russian regions on quality of life [Electronic resource]: [www.riarating](http://www.riarating.ru) // access mode M: "RIA-RATING" (date of access: 14.04.16).
4. Yudanov, A.Y. Competition: theory and practice [Text]: A.Y. Yudanov. M.: Publishing house "AKALIS". 1996. – 272.
5. Yukhneva, N.A. The formation of an effective organizational culture [Text]: textbook. by the expedient / N.A. Yukhneva, E.A. Yukhneva. - Kirov: Vyatka State University, 2010. – 124 p.
6. Yukhneva, N.A. Management of organizational culture [Text]: monograph / N.A. Yukhneva. – Kirov: publishing house of the Vyatka state University, 2011. – 244 p.
7. Yukhneva N.A. Functions of state in formation of effective organizational culture. N A. Yukhneva, Yukhneva E.A. // journal of Russian entrepreneurship. – 2013. – №11 (233). – 122-126 S.
8. Yukhneva E.A. Characteristic features of "strong" and "weak" organizational cult-ry. E.A. Yukhneva / Innovative science and modern society: collection of articles of international scientific-practical conference. Part 2 – Ufa: BashSU RIP, 2013. – 160-162 C.
9. Yukhneva, N.A. Organizational culture in strategic management [Text]: monograph / N.A. Yukhneva, E.A. Yukhneva. – Orel: FGBOU VPO "Vyatka state University", 2013. – 214 p.
10. Yukhneva N.A. the Interrelationship and interaction between the brand and the organizational culture. E.A. Yukhneva, N.A. Yukhneva // Economics. Innovation. Quality management: the Scientific – theoretical-technical journal. Voronezh: FGBOU VPO "Voronezh University", 2013.–S. 74 -76.
11. Yukhneva, E. A. justification of the choice of elements of organizational culture to assess its effectiveness and competitiveness of socio-economic systems // Internet-journal "science of SCIENCE" Volume 7, No. 5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/39EVN515.pdf> (free access). The ingestion of. Screen. Yaz. Eng., eng. DOI: 1015862/39EVN515.
12. Yukhneva, N.A. Characteristic elements of the assessment culture of territorial management [Text]: N.A. Yukhneva / NEW SCIENCE: FROM IDEA TO RESULT: the International scientific periodical in the International scientific-practical conference (March 29, 2016 Surgut). / 2 h. p. 1. – Sterlitamak: RINZAI, 2016. – P. 200 - 204.
13. Yukhneva, N.A. Methods of evaluation type and efficiency of territorial cultural education [Text]: N.A. Yukhneva / NEW SCIENCE: FROM IDEA TO RESULT: the Interna-tion of a scientific periodical on the International scientific-practical conference (March 29, 2016 Surgut). / 2 h. p. 1. – Sterlitamak: RINZAI, 2016. – P. 204 - 211.