

**PUBLISHING HOUSE
«SCIENCE & INNOVATION CENTER»**

**Современный менеджмент:
актуальность, значение, перспективы**

Монография

**Saint Louis, MO, USA
2013**

УДК 33.07
ББК 65.050
С56

Рецензенты:

Т.А. Старшинова, к.э.н., В.Н. Некрасов, д.э.н.,
А.Е. Рубцов, д.т.н., В.К. Лозенко, д.т.н.

Авторы:

Божко Л.М., Зундэ В.В., Левочкина Н.А.,
Логинова Н.А., Федюнин А.В.

С56 Современный менеджмент: актуальность, значение, перспективы: монография / Л.М. Божко, В.В. Зундэ, Н.А. Левочкина и др. – Saint-Louis, MO: Publishing House «Science & Innovation Center», 2013. – 252 с.

ISBN 978-0-615-67097-3

Монография посвящена актуальным проблемам и перспективам развития современного менеджмента.

Для специалистов, менеджеров, различных организаций, преподавателей, аспирантов и студентов учебных заведений, занимающихся изучением проблем развития менеджмента.

ISBN 978-0-615-67097-3

© 2013 Коллектив авторов

© 2013 ООО «Научно-инновационный центр» (Россия)

Все права защищены.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	7
1.1. О сущности эффективности управления в контексте проведения организационных изменений	8
1.2. Методология оценки эффективности организационных изменений, проводимых на основе маркетингового подхода к управлению	14
1.3. Модель оценки эффективности организационных изменений через систему взаимосвязанных показателей	46

Раздел 2.

БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРОИЗВОДСТВЕННО-СЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ	77
2.1. Теоретические основы, факторы и принципы формирования конкурентоспособного менеджмента	78
2.2. Обоснование развития бренд-коммуникаций как инструментов наращивания конкурентоспособного	

менеджмента производственно-бытовой компании: методология и практика (на примере компании-оператора рынка электроэнергетических продуктов)	83
--	----

Раздел 3.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОГО РЕГИОНА)	96
3.1. Природно-ресурсный потенциал, туристские ресурсы Омского региона	97
3.2. Инфраструктура регионального туризма в Омском регионе	108
3.3. Организационно-управленческое, информационное, кадровое обеспечение индустрии туризма Омского региона	112
3.4. Региональные особенности и проблемы ресурсного обеспечения развития туризма в Омской области	120

Раздел 4.

ТЕОРИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОСНОВА МЕТОДОЛОГИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ	138
4.1. Эволюционные аспекты разработки теории трансформационного менеджмента	140

4.2. Положения трансформационного менеджмента как основания методологии развития рынка транспортных услуг	145
4.3. Виды трансформационного менеджмента, характерные для рынка транспортных услуг	151

Раздел 5.

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ В ПОСТРЕФОРМЕННЫЙ ПЕРИОД	166
5.1. Теория управления изменениями	171
5.1.1. Истоки и сущность концепции менеджмента изменений	171
5.1.2. Модели управления изменениями	175
5.1.3. Выработанные подходы и рекомендации в управлении изменениями	182
5.2. Управление изменениями в электроэнергетической отрасли россии в постреформенный период	192
5.2.1. Специфика электроэнергетической отрасли как объекта государственного управления	192
5.2.2. Анализ изменений в системе менеджмента в электроэнергетической отрасли России в постреформенный период	197
5.2.3. Применение теории бенчмаркинга и теории идеального конечного результата для определения целей проведения изменений	206

5.3. Методика оценки улучшения системы менеджмента организации в результате проведения изменений	217
5.3.1. <i>Роль оценки состояния менеджмента в процессе изменений</i>	217
5.3.2. <i>Методика оценки улучшения системы менеджмента организации в результате проведения изменений</i>	219
5.3.3. <i>Перспективы развития системы менеджмента энергетических компаний</i>	236
Сведения об авторах.....	250