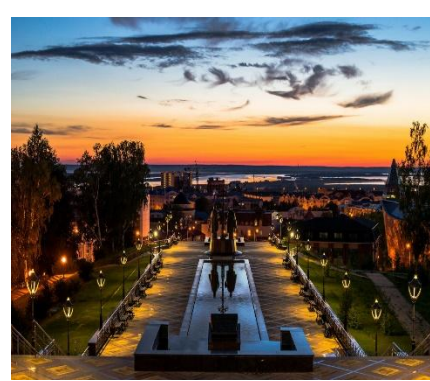




РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПРЕЗИДЕНТСКАЯ АКАДЕМИЯ



Работа на тему: «Разработка рекомендаций по оптимизации бизнес-процессов в медиахолдинге «Югра» на основе процессного подхода».

Слушатель:
Меркушев В.И.
Научный руководитель:
Зубенко А.В.

г. Москва, 2021 год



КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Государственная информационная политика – комплекс политических, правовых, экономических, социально-культурных и организационных мероприятий государства, направленных на доступ к информации.

Долгосрочная стратегическая цель – обеспечение перехода к новому этапу развития государства – построению демократического информационного общества на основе национальных интересов с сохранением культурно-исторических традиций.



АКТУАЛЬНОСТЬ

Главная цель медиахолдинга: Обеспечение равного доступа граждан к социально значимой информации посредством подготовки и размещения информационных сообщений, материалов, сюжетов, программ в муниципальных, региональных и федеральных средствах массовой информации, основных сообществах в социальных медиа.

Задачи: сохранение национального и культурно-исторического наследия, поддержка гражданских инициатив и общественных объединений, ведение ленты позитивных новостей, освещение реализации национальных проектов на территории региона, реакция на обращения и запросы граждан в том числе с помощью прямых линий с представителями органов власти.

Среди рейтингов посещаемости издания медиахолдинга занимают 3,6,13 места.

По итогам 2020 года – ресурсы Медиахолдинга занимают 4,5,8 строчки по уровню цитируемости.

Задачи увеличить рейтинги и зайти в тройку, как по посещаемости, так и по цитируемости. В первую очередь за счет повышения эффективности работы, создание непрерывной цепочки производства, распространения контента и сбора обратной связи. Необходимое увеличение посещаемости на 25-30 процентов.

Цель, объект, предмет, задачи



Цель: рассмотрение процессного подхода как инструмента построения высокоэффективного медиахолдинга в условиях высокой конкуренции.

Объект исследования: медиахолдинг ОТРК «Югра» в условиях высокой конкуренции.

Предмет исследования: процессный подход как инструмент построения высокоэффективного медиахолдинга ОТРК «Югра» в условиях высокой конкуренции.

Задачи исследования:

- изучить теоретические основы процессного подхода в управлении;
- провести анализ внешней среды и оценить деятельность медиахолдинга ОТРК «Югра»;
- разработать рекомендации на основании проведенных исследований бизнес-процессов в структуре медиахолдинга ОТРК «Югра».

Период исследования: 2019-2021 гг.

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Процессный подход применяется с целью сформировать в компании горизонтальные связи. Таким образом отделы и их сотрудники, которые работают над одним процессом, смогут решать свои задачи без прямого участия руководителей. Такая методика нацелена на получение эффективного результата в короткие сроки.

ФУНКЦИИ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

регламентирование. После того, как руководство определяет входы и выходы процесса, необходимо сформировать регламент, отражающий количество участников, схему движения и правила процессов.

контроль. Можно в любой момент установить, на каком этапе находится процесс, чем занимаются сотрудники, какое количество времени они тратят на работу и т.д.

мотивация. Такая функция задействуется при помощи определения ключевых показателей эффективности (KPI) сотрудников. Персональный интерес (например, увеличение заработной платы) связывается с нуждами предприятия

Оценка позиции Ugra-news.ru



Оценить позиции Ugra-news и его конкурентов, можно построив профиль конкурентных преимуществ. В пределах каждой функциональной зоны выбирается ряд характеристик.

По каждой из выбранных характеристик производится оценка позиций предприятия по отношению к конкурентам. Ранжирование характеристик проводится с использованием показателей удельного веса (Таблица 5).

Таблица 5 – Определение позиции ведущего интернет-СМИ медиахолдинга Ugra-news в конкуренции с другими СМИ

№	Характеристики	Уд. вес	Ugra-news		СургутИнформТВ		Муксун ФМ		Сургутинтерновости	
			баллы 0-100	оценка	баллы 0-100	оценка	баллы 0-100	оценка	баллы 0-100	оценка
1	Имидж	0,1	70	7	70	7	70	7	70	7
2	Финансы	0,1	60	6	80	8	70	7	70	7
3	Реклама	0,1	50	5	70	7	70	7	70	7
4	Организация и управление	0,1	50	5	60	6	60	6	60	6
5	Ассортимент (сферы)	0,2	60	12	50	10	50	10	50	10
6	Поддержка власти/бизнес	0,15	90	13,5	80	12	70	10,5	60	9
7	Размер предприятия	0,05	80	4	70	3,5	70	3,5	70	3,5
8	Опыт работы на рынке	0,05	70	3,5	60	3	70	3,5	70	3,5
9	ИТ-ресурсы	0,1	60	6	70	7	70	7	70	7
10	Мобильность и оперативность	0,05	60	3	70	3,5	80	4	60	3
Итого		1		65		67		65,5		63

Общее количество баллов помогает определить сильнейшего конкурента по выбранным характеристикам. В данном случае таковым является СургутИнформТВ и Муксун ФМ, набравшие 67 и 65,5 баллов соответственно. Ugra-news набрала 65 баллов, обогнав Сургутинтерновости (63 балла). Однако видно, что конкуренция в отрасли очень тесная.

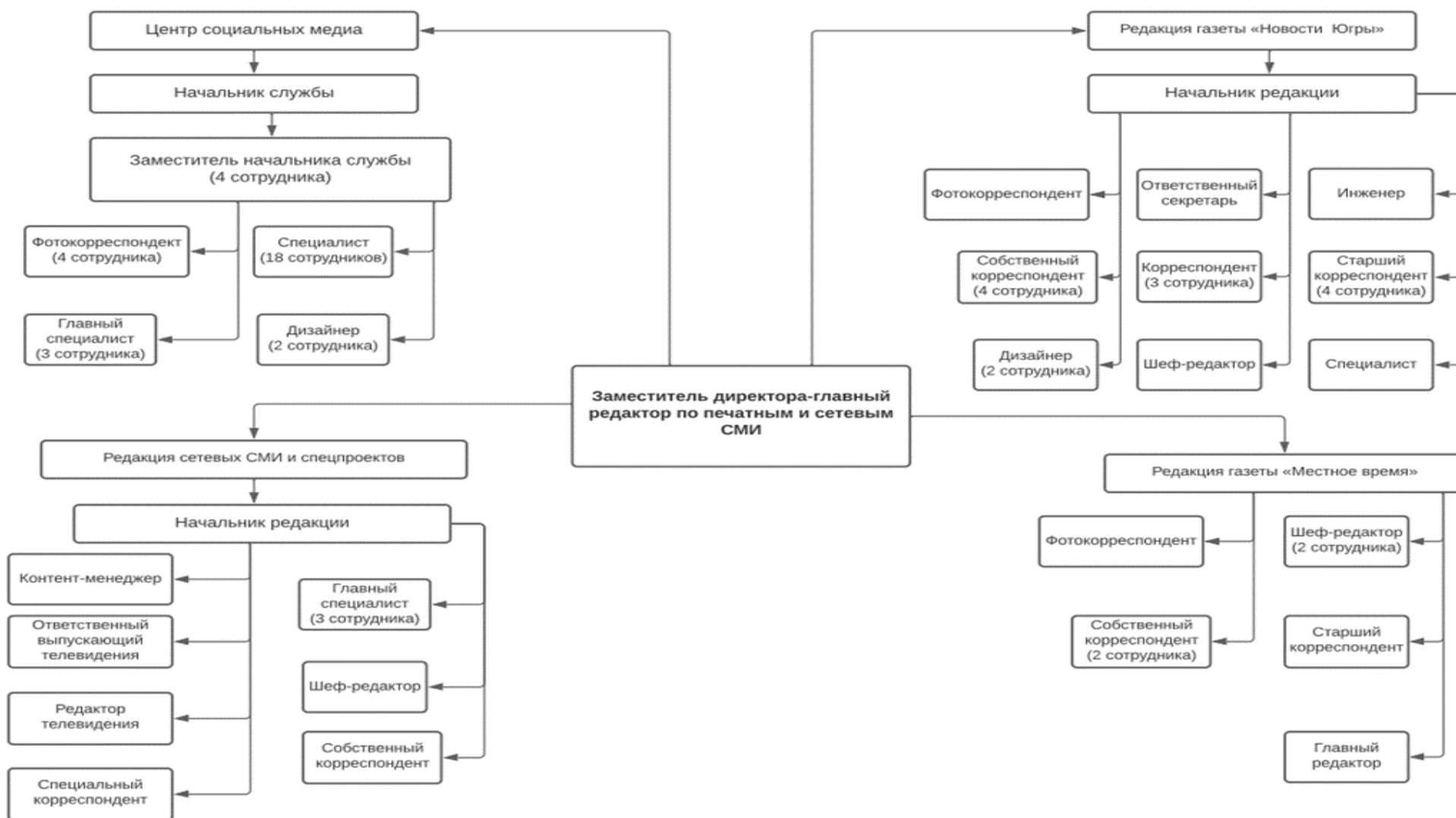
ПРЕИМУЩЕСТВА Ugra-news

Преимущества Ugra-news: ассортимент, поддержка власти, размер предприятия. Это необходимо использовать в конкурентной борьбе. Слабые стороны Ugra-news по профилю: реклама, финансы, организация и управление, ИТ-ресурсы, мобильность и оперативность.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности Ugra-news требуется обратить внимание и оптимизировать следующие процессы на предприятии: оптимизировать организацию и управление таким образом, чтобы повысить мобильность и оперативность.

Организационная структура управления АУ «ОТРК «Югра»

Организационная структура, возглавляемая заместителем директора-главным редактором по печатным и сетевым СМИ (расширенная)



ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Процессный подход требует мощной мотивационной составляющей для персонала. Медиахолдинг Югра старается каждый процесс улучшить и привести к развитию и самостоятельному улучшению.

Предлагаем использовать две составляющие: эмоциональное (соревнование для корреспондентов) и премия по итогу месяца. По сути предлагается объединить две формы – «деньги и доску почета».

Пример-проект мотивационной рейтинговой виприны корреспондентов.



Результаты роста посещаемости и просмотров



Результаты роста посещаемости и просмотров отражены в таблице (Таблица 6).

Таблица 6 – Сравнение посещаемости и просмотров сайта ugra-news.ru и ugra-tv.ru за август-сентябрь 2021гг.

№	Сайт	Период	Посещаемость	Просмотры
1	Ugra-news.ru	Август 2021	223601	422899
		Сентябрь 2021	242337	457100
2	Ugra-tv.ru	Август 2021	109473	225094
		Сентябрь 2021	118643	222045

Результаты по сайту Ugra-news.ru:

1. Посещаемость возросла на 18736 или на 8,4%;
2. Количество просмотров увеличилось на 34201 или на 8,1%.

Результаты по сайту Ugra-tv.ru:

1. Посещаемость возросла на 9170 или на 8,2%;
2. Количество просмотров уменьшилось на 3049 или на 1,4%.

При сохранении текущих темпов запланированный рост посещаемости на 25-30 процентов произойдет в декабре 2021 года. Занять лидирующие позиции в топ-3 интернет-ресурсов возможно в марте-апреле 2022 года.

1. Проанализированы теоретические аспекты процессного подхода, суть которого заключается в управлении деятельностью как процессом, нацеленным на достижение определенного результата.

2. Проведен анализ внешней среды и оценена деятельность медиахолдинга ОТРК «Югра».

3. Разработаны рекомендации по оптимизации бизнес-процессов медиахолдинга ОТРК «Югра».

3.1. Первое направление ставит своей целью выстроить процесс - цепочку по созданию контента таким образом, чтобы он уходил дальше в социальные сети и сайты. А также сбор обратной связи от зрителей-читателей и дальше продолжать начатые темы и корректировать контент под формат. Для решения этой проблемы разработана карта процесса.

3.2. Второе направление – стимулирование работы авторов в социальных сетях. Медиахолдинг Югра заинтересован в том, чтобы увеличить цитируемость и посещаемость информационных ресурсов. У всех журналистов есть социальные сети, поэтому развития собственных социальных сетей авторов будет способствовать улучшению показателей медиахолдинга Югры в целом.

