**Кіріспе**

Қазақстан экономикасының нарықтық қатынастарға көшуіне байланысты біздің сөздік қорымызға «менеджмент», «менеджер» ұғымдары енді.

«Менеджмент» ағылшын сөзі, оның түп төркіні гректің «манус», яғни «қол, күш» деген сөзінен шығып, алғашқы кезде мал бағу саласын, дәлірек айтқанда, ат тізгінін ұстау, меңгеру шеберлігін білдірген. Кейіннен бұл атақ адам қызметінің саласына ауысып, адамдарды басқарудың және ұйымдастырудың ғылыми, практикалық мәнін білдіретін болды. Ағылшын тіліндегі Оксфорд сөздігінде бұл ұғымға мынадай түсінік беріледі:

– адамдармен қарым-қатынас жасау әдісі, үлгісі;

– билік және басқару өнері;

– шеберліктің ерекше түрі және әкімшілік дағды;

– басқару органы, әкімшілік бірлік.

Орыс тiлiнiң түсiндiрме сөздiгiнде менеджмент зияткерлiк, қаржы, материалдық ресурстарды басқару өнерi ретiнде анықталған.

Осы заманғы экономикалық сөздiкте менеджмент терминiне келесi түсiнiктер берiлген:

1) басқару ғылымының жетiстiгiн пайдалана отырып, өндiрiс пен өндiрiстiк қызметкерлердi басқару қағидаларының, нысандарының, әдiстерiнiң, тәсiлдерi мен құралдарының жиынтығы;

2) кәсiпорынды, фирманы басқару, басқарушы орган.

Келтiрiлген анықтамаларға сай менеджменттi былайша тұжырымдауға болады:

- ұйымның шаруашылық қызметiн басқару процесi;

- тауар өндірісін немесе қызмет көрсетуді басқару процесi;

- ұйымды басқару қызметi;

- ұйымды басқару аппараты;

- басқару өнерi немесе ғылымы.

«Менеджмент» терминi тек нарықтық жағдайда әрекет етушi фирма деңгейiнде әлеуметтiк-экономикалық процестердi басқаруға ғана қолданылады, алайда соңғы уақытта оны кәсiпкерлiк емес ұйымдарға қатысты да қолдана бастады.

Менеджмент - кәсіпорынды ұйымдастырудың қағидалары (заңдық жағы), оны дамытудың стратегиясы (идеологиялық бөлігі), қызметкерлерді іріктеу (әлеуметтік жағы) және олардың жұмысын оңтайландыру тәсілдері (психологиялық бөлігі) туралы ғылым. Менеджментте басты нәрсе кез келген адамдық қарым-қатынастарға жарайтын баршаға ортақ басқару қағидаларын іс жүзінде бөлу, анықтау және қолдану болып табылады.

**Менеджмент**– бұл өндірістің тиімділігін арттыру және пайданы көбейту мақсатымен әзірленіп, қолданылатын, өндірісті басқару қағидалары, әдістері, құралдары мен нысандарының жиынтығы.

Басқару тұрпаты ретінде менеджменттің негізгі *белгілеріне* мыналарды жатқызуға болады:

1. Адам, оның қажеттіліктері, мүдделері, себептері, құндылықтары, нұсқамалары басқаруды ұйымдастырудың бастапқы сәті мен оны жүзеге асырушысы болып табылады.

2. Басқарудың көзқарастары, қағидалары мен әдістерінде экономикалық құралдар мен басқару әдістеріне артықшылықтар беріледі. Бұл әсіресе маркетингте - тұтынушылардың мүддесін алдыңғы орынға қоятын басқаруда - жиі білінеді.

3. Менеджер мен қызметкерге қойылатын басты талап ретінде көрінетін кәсіби тұрғыдан басқару менеджментке тән. Менеджер экономикалық және әлеуметтік-психологиялық білімдерді игеріп оқуы керек.

4. Ұйымдастыру ісінде менеджментке жағдайдың өзгеруіне қарай және инновациялық типті ұйымдастыруда, яғни жаңашылдыққа жылдам бейімделе алатындай басқаруды икемді ұйымдастыру тән.

5. Менеджмент менеджердің жеке басына қойылатын талаптардың кешенін танытуы керек. Олардың ішіндегі негізгілері - тапқырлық, коммуникабельділік, сенімділік. Бұл қасиеттер басқару өнерін танытуда маңызды рөл атқарады.

Менеджмент мынадай **функцияларды**атқарады:

– кәсіпорын жұмысын *жоспарлау*және *болжау,*яғни басқару стратегиясын, бағдарлама іс-әрекетін жасау, қаржыландыру көздерін іздестіру және белгіленген шешімдер мен бағдарламаның орындалу мерзімін анықтау;

– дәрежесіне байланыссыз барлық жұмыскерлердің орындауға тиісті жұмыстарын *ұйымдастыру,*яғни жұмыстың орындалу құрылымын ұйымдастыра білу қажет; сөйтіп барлық қызметкерлердің күш-жігерін өнімді жұмысқа мақсатпен бөлу және оны жоғарғы тиімділікке мақсатты бағыттау;

– басшы мен оның қарамағындағылардың істерін *үйлестіру,*яғни өзінің және басқалардың қызмет атқаруын тұрақты қарау, сөйтіп оны өзінің және сол ұйымның қойған мақсатына жету үшін бағыттау;

– алдағы мақсаттарды қамтамасыз ету үшін ұйымның жұмысын *бақылау.*

Менеджменттiң зерделеу **пәнi** ақпараттық айырбас нысанындағы және нарық жағдайында iскерлiк және шаруашылық процестерге басшылықты жүзеге асырумен байланысты адамдар арасындағы ұйымдық қатынастардың ерекше түрi болып табылады. Ғылым ретiнде менеджмент осы қатынастарды суреттейдi және талдайды, оларға ықпал ететiн факторларды анықтайды, өзiнiң күш-жiгерiн басқарушылық еңбектiң табиғатын зерделеуге, оның тиiмдiлiгiнiң факторларын анықтауға, басқарушылық шешiмдердi қабылдау процесiндегi себеп-салдарлық байланыстарды орнатуға бағыттайды. Ғылым ретiнде менеджмент экономика, әлеуметтану, құқық, психология және т.б. теориялық ережелерi мен практикалық ұсыныстарын қатыстыра отырып, айқын байқалатын пәнаралық сипатқа ие.

Менеджмент пәнiн АҚШ колледждерiнiң бiрiнде Дж.Вартон 1881 ж. алғаш рет оқыта бастады. Бүгiндерi Батыста ол кәсiби бiлiм берудiң кең таралған бағыттарының бiрi әрi кез келген маманды даярлаудың маңызды элементi болып табылады.

# Менеджменттің мәні мен қағидалары

**Содержание**[[скрыть](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/)]

* [1 1.Менеджменттің мәні, әдістері және қызметтері](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#1)
* [2 2.Менеджер және оның іс- әрекетінің бағыты](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#2)
* [3 3.Менеджменттің мақсаттары мен міндеттері](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#3)
* [4 Қорытынды](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#i)
* [5 Лекцияға әдістемелік нұсқаулар](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#i-2)
* [6 Әдебиеттер](https://xed.kz/unit/1-menedzhmenttin-mani-men-kagidalary/#i-3)

## **1.Менеджменттің мәні, әдістері және қызметтері**

Менеджмент ғылым ретінде ХІХ ғасырдың аяғы мен ХХ ғасырдың басында пайда болып, өзінің дамуында бірнеше кезеңді басынан кешірді.

Алғаш рет ғылыми менеджмент мектебінің негізін қалаған америка инженері Фредерек Тейлор (1856-1915). Ол өндірісті ғылым тұрғысынан басқаруға болады деген пікір айтты. Ф. Тейлор кәсіпорынды басқару тек кәсіпорын деңгейінде ұйымдастыруды қарастырды. Оның теориясын Гаррингтон Эмерсон (1853-1931), Генри Форд (1863-1947), Френк Гилберт (1868-1919), Лилиан Гилберт (1861-1919) т.б. өздерінің ғылыми еңбектерінде одан әрі дамытты.

**Менеджмент** – бұл, басқарудың экономикалық әдістерін қолдану арқылы материалдық және еңбек ресурстарын тиімді пайдалану жолымен белгіленген мақсаттарға жетуге бағытталған, кәсіби қарекетінің дербес түрі қарастырады:

* — кәсіпорынның нарықтық сұранысы мен қажеттіліктеріне, сұранысы бар өнім түрлерін өндіруді ұйымдастыру және белгілі тұтынушылардың талаптарына бағытталуын;
* — өндіріс тиімділігін арттыруға, аз шығындарымен оңтайлы нәтижеге жетуге тұрақты талаптануын; — кәсіпорын мен оның бөлімдер әрекетінің соңғы нәтижелеріне жауапты тұлғаның шешім қабылдау еркіндігін қамтамасыз ететін шаруашылық тәуелсіздігін;
* — нарық жағдайларына байланысты бағдарламалар мен мақсаттарына тұрақты түрде түзетім енгізуді; — нарықтағы айырбас процесіндегі кәсіпорын мен оның бөлімдері әрекетінің соңғы нәтижесін шығаруын;
* — оңтайлы шешімдерін қабылдау кезінде көп нұсқалы есептеулер жүргізу үшін компьютерлік техника мен қазіргі заманғы ақпарат базасын қолдану қажеттілігін.

**«Менеджмент»** термині «басқару» терминіне мағынасы жағынан ұқсас болып келеді. Демек, « басқару» термині «менеджментке» қарағанда кеңірек ұғымды білдіреді. Себебі, ол адам әрекетінің көп түрлілігіне (көлік құралдарын басқару); әр түрлі әрекет ету сфераларына (мемлекетті басқару); басқарудың әр түрлі органдарына (қоғамдық пен мемлекеттік ұйымдарын, сонымен қатар кәсіпорын бірлестіктеріндегі басқару) байланысты көптеген мағыналарда қолданылады.

**«Менеджмент»** тек қана пайда (кәсіпкерлік табыс) алу мақсатында өз қарекетін іске асырушы кәсіпорындар санаттарына байланысты қолданылады. Менеджмент тек қана өндірістік кәсіпорындар қарекетін емес, сонымен қатар банктердің, сақтандыру қоғамдардың, туристік агенттіктердің, көліктік компаниялардың, қонақ үйлерінің , өндірістік кәсіпорындар қарекетінің дербес экономикалық суъектілері ретінде, нарыққа қатысушы басқа да шаруашылық бірліктерін қамтиды.
**Менеджмент** — бұл ұйым мақсаттарына жету үшін адамның материалдық және қаржылық ресурстарды ұтымдылау пайдалану процесі.
**Профессор И.Н. Герчикова** менеджментті нарық жағдайындағы фирманың кез- келген шаруашылық қызметінде белгілі бір мақсаттарға материалдық және еңбек ресурстарын ұтымды қолданып және менеджменттің экономикалық механизмінің принциптерін, қызметтерін және әдістерін пайдалана отырып қол жеткізуге бағытталған дербес кәсіби қызметтің түрі деп қарастырады.
Белорусь ғалымы **Н.И. Кабушкиннің** ойынша менеджмент- бұл адамның еңбегін, мінез-құлық мотивін және ой-өрісін қолдана, жеңе білу қойылған мақсаттарға жете білу туралы ғылым мен өнер.
**Э.А. Уткин** Менеджмент – бұл нарық жағдайындағы кәсіпорынның ұтымды шаруашылық нәтижелерге жету үшін менеджментің әлеуметтік- экономикалық механизмінің түрлі принциптері мен қызметтерін, әдістерін қолдану негізінде қол жеткізуге бағытталған кәсіби қызметтің ерекше түрі.
**А.А. Радугиннің** менеджмент түсінігінің неғұрлым қысқаша сипаттамасын қолданылады. Оның пікірінше, менеджмент – бұл әрі өнер, әрі ғылым. Бір анықтама екінші бір анықтаманы дамытады, өйткені олардың бәріне ортақ нәрсе- менеджмент – бұл өндірісті басқару принциптерінің, әдістерінің, құралдарының жүйесі. Менеджментті қолда бар ресурстарды ұтымды пайдалану арқылы ұйымның мақсаттарын қалыптастырып, оған қол жеткізуді қамтамасыз етуге бағытталған білімдер мен кәсіби қызметтің саласы деп қарастырған ғалымдардың көзқарасын қолдаймыз.
**П. Друкер** менеджмент ғылым немесе кәсіптен гөрі практикаға жуықтау деп түсіндіреді.

**Менеджменттің түрлері:**
**Үкімет.** Менеджмент ұғымы үкімет қызметіне қолданылғанымен, Петерсон мен Плоуменнің пікірінше, оның қызметі барлық жағынан алғанда менеджменттің жалпы анықтамасына сәйкес келеді.
**Мемлекеттік менеджмент.** Көп мемлекеттік мекемелерді ұйымдастыру және сондағы қызметкерлерге билік жүргізуді жүзеге асыру.
**Әскери менеджмент.** Мемлекеттік менеджменттің ерекше түрі. Қарулы күштерді ұйымдастыру және оларға жетекшілік ету.
**Құрама одақтық (ассоциациялық) немесе клубтық менеджмент.** Мемлекеттік мекемелердегі секілді, мұнда қызметкерлер тобының іс- әрекетін ұйымдастырып, оларға басшылық ету қажет.
**Бизнес менеджмент.** Үкіметтіктен және мемлекеттіктен өзгеше келетін менеджменттің ерекше түрі.
**Мемлекеттік меншіктегі менеджмент.** Бизнес менеджменттің арнайы түрі. Жеке меншік іскерлік кәсіпорын қызметімен қоса, мұнда менеджмент сипатына мемлекеттік және әлеуметтік проблемалар мен ой-пікірлер де ықпал етеді. Менеджменттегі басты нәрсе- кәсіпорын мүддесіне жауап беретін мақсаттар қою.
**Менеджмент төмендегідей қызметтердің атқарылуын қарастырады:**
— жоспарлау және болжау;
— ұйымдастыру;
— ынталандыру;
— бақылау.
**Менеджмент әдістері** – бұл ұйымның тиімді дамуын қамтамасыз ету мақсатында түрлі басқару міндеттерін шешудің ережелері мен процедураларының жүйесі. **Менеджмент төмендегідей қызметтердің атқарылуын қарастырады:**
-кәсіпорын жұмысын жоспарлау және болжау. Басқару стратегиясын, бағдарлама ісәректін жасау, қаржыландыру көздерін іздестіру және белгі- ленген шешімдер мен бағдарламаның орындалу мерзімін анықтау;
-ранг дәрежесіне байланыссыз барлық жұмыскерлердің орындауға, жүзеге асыруға тиісті жұмыстарын ұйымдастыру, яғни жұмыстың орындалу құрылымын ұйымдастыра білу қажет; сөйтіп барлық қызметкерлердің күш-жігерін өнімді жұмысқа мақсатпен бөлу және оны жоғарғы тиімділікке мақсатты бағыттау;
-алдағы мақсаттарды қамтамасыз ету үшін ұйымның жұмысын бақылау.
**Менеджмент әдістері** – бұл ұйымның тиімді дамуын қамтамасыз ету мақсатында түрлі басқару міндеттерін шешудің ережелері мен процедурала- рының жүйесі. Ғылыми басқарудың дәстүрлі емес жүйесінде төмендегідей әдістер қолданылып, лоар ғылыми тұрғыдан пайдалану есебінен қолданылатын шешімдер сапасын арттырады. Біріншіден, **ойын териясы тәсілі** қолданылады. Бұл тәсіл қайбір істің бәсекелеске әсер етуін бағалау үшін пайдаланылады.
Екіншіден, **имитациялық модельдендіру тәсілі**.Бұл кезде арнайы құрылымдар пайдаланылады.Олар нақты өмірді имитация жасайды, яғни өз ұйымының экономикалық жағдайын модельдейді, бәсекелесінің кей кездегі экономикалық іс-әрекетінің экономикалық жағдайын қарастырады.
Үшіншіден, **«бұтақты ағаш тәрізді шешімдер»** тәсілі қолданылады. Бұл тәсілде мәселені схема түрінде және баламаларды көзбен шолып қарауды ұсынады. Төртіншіден, баламаны және оның ықпалдығын айқындау үшін **болжау тәсілін қолдану**.
**Менеджмент құрылымы жағынан төмендегідей түрлерге жіктеледі:** өндірістік менеджмент, кадр менеджменті, қаржы менеджменті, стратегиялық менеджмент, ақпарат менеджменті,инновациялық менеджмент, халықаралық менеджмент, маркетингтік менеджмент, сапа менеджменті және т.б.
Қазіргі менеджмент олардың дәстүрлі, жүйелі және жағдайлық тұрғы- сын ескере отырып құралады.Мамандардың айтуынша, басқарудың дайын түрлері болған емес, яғни менеджменттің біркелкі моделі жоқ.

## **2.Менеджер және оның іс- әрекетінің бағыты**

**Менеджер деген сөздің өзі бізге ағылшын тілінен келген: бір нәрсені реттеу, бір нәрсені меңгеру, бассшылық ету деген сөз.**
Менеджменттің ешбір жүйесі менеджерсіз қызмет ете алмайды. Ағылшынның «to manage» деген сөзінен шыққан және басқарушы, меңгеруші, әкімшілік деген ұғымды білдіреді. Менеджер деген сөздің өзі бізге ағылшын тілінен келген: бір нәрсені реттеу, бір нәрсені меңгеру, басшылық ету деген сөз. Мәселен тек ғылыми ізденістермен шұғылданатын зерттеуші менеджер емес. Алайда, егер ол зертттеуді ұйымдастыруға қатысатын болса, онда ол, әрине, менеджер. Ауруды тек емдеп қана қоймай, емхана меңгеретін дәрігер жөнінде де осыны айтуға болады. **Менеджер** – ең кең тараған кәсіптің бірі. Бұл – басқарумен, экономикамен шұғылданатын, заң және басқа да мәселелерді жақсы білетін кез келген адам. Әр елде менеджерге түрліше анықтама береді. Мәселен, американдықтардың түсінігінше, мұндай адамдардың міндетіне өзіне бағынатын белгілі бір қызметкерлердің нақтылы жұмыстарын ұйымдастыру жатады. Еуропалықтардың пікірінше, менеджер қазіргі тәсілдерді басшылыққа ала отырып, нақты жұмысты ұйымдастыратын адамдар. «Менеджер» — бұл жауынгер, оның үрейленуге және қателесуге қақысы жоқ, өзінің жеке мүддесін фирма мүддесіне бағындыра білуге, өзінің жанұясы- фирмасының гүлденуі үшін күресуге әзір болуы тиіс. Менеджер табиғатына П. Друкер сипаттама берді. Оның пікірінше, менеджер арнайы екі міндетті атқарады және бұл міндеттер іскер кәсіпорын жұмыскерлерінің ешқайсысында жоқ.

Менеджердің бірінші міндетіне- қолда бар ресурстармен «нағыз тұтас» өндірістік бірлік құру. Менеджердің екінші міндетіне- кез келген шешімді қабылдап, іс- әрекетке кіріскенде бүгінгі талапты ескерумен қоса кәсіпорынның болашағы туралы да ойланып- толғануы жатады.

И.Н. Герчикова : Менеджер- бұл нарық жағдайындағы фирма қызметінің нақты түрлері бойынша шешім қабылдау саласындағы өкілетті және тұрақты қызмет атқаратын жетекшісі немесе басқарушысы.
Сонымен, менеджер – бұл нарықтық бәсеке жағдайындағы фирма алдында тұрған міндеттерді жүзеге асыру үшін барлық жұмысшыларджы ұйымдастыруға қабілетті, еңбекті басқару саласында ғылыми білімі бар адам.
**Қазіргі өнеркәсіп корпорациясында басқару қызметкерлерін үш топқа бөлуге болады:**
**Топ менеджмент** — басқарудың жоғарғы буыны. Бұған диреторлар кеңесі төрағасын, президент, аға вице- президент, фирмалар вице-президенттері жатады. Жоғарғы басқару қызметкері компанияның жалпы стратегиясын жасаумен, болжаумен, және ұзақ мерзімдік жоспарлаумен, кадр саясаты мәселелерін шешіп, сыртқы кәсіпорындармен байланыс орнатумен шұғылданады.
**Мидле менеджмент** — өндіріс бөлімшелері мен функциялық қызметтің ортаңғы меңгеруші басшылары, зауыт директорлары, олардың орынбасарлары. Бұлардың міндеті қабылдаған шешімді жүзеге асыру.
**Ловер менеджмент** – басқарудың төменгі буыны, төменгі басшылар- цех жетекшісі, өндірістік учаске бастығы, мастерлер, функциялық қызметтегі секторлар мен топтардың басшылары- жұмысшылар мен қызметшілерге тікелей басшылық етеді.
Басқару міндеттерінің күрделілігі мен сипатына байланысты кәсіпорын менеджменті бірнеше деңгейге бөлінеді:
— менеджменттің жоғары деңгей (топ management) кәсіпорынның мақсатын, стратегиясын және жұмыс жоспарын анықтайды. Жоғарғы деңгейді әдетте «жалпы» менеджмент деп есептейді.Себебі, ол кәсіпорынды жалпы басқаруға және максималды пайда табуға бағытталған;
— мнеджменттің орташа (midle management) деңгейі кәсіпорынның функционалды қызметін басқаруға арналған, сондықтан да ол «функционалды» менеджмент деп аталады.Функционалды менедж- мент техникалық және технологиялық жаңалықтарды енгізумен ақпарат және нарықты басқарумен байланысты.
— менеджменттің төменгі деңгейіне (lover management) алғашқы буындағы жетекшілерді жатқызады.Олар кәсіпорын қызметкер- лерінің жұмысын тікелей ұйымдастыруды және жоспардың орын- далуын, өнім өндіру графигі мен оның өткізілуін қамтамасыз етеді.
**Менеджер табиғатына П.Друкер сипаттама берді. Оның пікірінше, менеджер арнайы екі міндетті атқарады және бұл міндеттер іскер кәсіпорын жұмыскерлерінің ешқайсысында жоқ.**
**Менеджердің бірінші міндетіне** –қолда бар ресурстармен «нағыз тұтас» өндірістік бірлік құру. Бұл жағынан алғанда менеджер оркестр дирижеріне ұқсас. Алайда дирижердің қолында композитор жазған партитура болады да, ол оны тек түсіндіріп берумен ғана шектелетін болса, «менеджер -әрі композитор, әрі дирижерлік міндетті атқарады». «Өндірістік бірлікті» құру міндетін шешу үшін менеджерге бүкіл әлсіз буындарды жою, барынша дамытуды қамтамасыз ету, ұйымдық мәселелердің барлық күшті жақтарын, бірінші кезекте адам ресурстарын пайдалану үшін тырысуына тура келеді. Кәсіпорынның күнделікті іс-әрекеті менеджердің көз алдында әрдайым елестеуі, қол жеткен нәтижелер барынша үйлестіріліп отыруы тиіс. Дирижер оркестрді қалай тыңдай білсе, менеджер де әрдайым тыңдай білуі, кәсіпорынның, сондай-ақ нарықтық жағдайлардың жалпы іс-әрекетін қадағалай білуі тиіс.
**Менеджердің екінші міндетіне** -кез келген шешімді қабылдап, іс-әрекетке кіріскенде бүгінгі талапты ескерумен қоса кәсіорынның болашағы туралы да ойланыптолғануы жатады. Әрбір менеджерге, деп атап көрсетеді Друкер, өзінің басқару міндетіне жатпайтын көптеген істерді атқаруына тура келеді.
Алайда барлық менеджерлер үшін олардың қызмет орнына қарамастан, ортақ қызмет міндеті болады.
**Біріншіден**,менеджер іскер кәсіпорынның мақсатын орындайды, сол мақсатын орындау үшін не істеу керектігін ойластырады, адамдарға нақты міндеттер жүктей отырып, оны жүзеге асыруды қамтамасыз етеді.
**Екіншіден**, менеджер-ұйымдастырушы. Ол жұмыстарды жүйелеп бөледі, қажетті ұйымдық құрылымды құрады, басшы жұмыскерлердің тиісті құрамын іріктейді және т.б. **Үшіншіден**, менеджер көтермелеу шараларын қамтамасыз етіп адамдармен тығыз байланыс орнатады. Ол ұжымды өз ісіне жауапкер- шілікпен қарайтын адамдардан құрады: бұл үшін қолда бар барлық мүмкіндікті –сыйлық беру, марапаттау, жоғары қызметке тағайындау шараларын пайдаланады. Менеджер ұжымдағы барлық адамдармен тіл табысып, тұрақты байланыс орнатады.
**Төртіншіден**, менеджер ұйымның іс-әрекетін талдайды, нормалау- ды белгілейді, кәсіпорында жұмыс істейтін барлық адамдардың жұмы- сын бағалайды.
**Бесіншіден**, менеджер адамдардың қызмет жағынан кемелденіп жоғарылауын қамтамасыз етеді. Адамдардың мамандығының жетілді- руі, қызмет жағынан жоғарылап не төмендеуі де ұжым бірлігінің ны- ғаюы не берекесізденуі де менеджер жұмысына байланысты.
Әрбір менеджер –деп тұжырымдайды Друкер, -өзіне есе берсін, мейлі бермесін, жоғарыда аталған қызметтердіміндетті түрде атқаруы тиіс. Бұлардың барлығы жақсы атқаруы да, жаман атқару да мүмкін, бірақ ол әйтеуір орындауы қажет. Мұндағы бір жайт, осы аталған қыз- меттердің әрқайсысы жеке элементтерден құралған жиынтық нышанда болып саналады. Сонымен, қорытындылай келгенде менеджер жұмысы күрделі кешен болып саналады және де қызметтің әрбір түрін орындау үшін алуан түрлі сапа мен бірлікті қажет етеді.

Менеджер алдында тұрған барлық проблемаларды біле бермейді, сондықтан да «бесаспап данышпан» болуы дамүмкін емес. Оның арна- йы еңбек құралы, атап айтқанда ақпараты болады. Менеджер адамдар- ды жұмысқа ынталандырады, бағыттайды және ұйымдастырады. Оның бірден бір құралы –жазбаша немесе ауызша сөзі немесе цифр тілі. Ме- неджердің жұмысы техникаға, есептеу операцияларына немесе өнім сатуға қатысты болғанына қарамастан, оның жұмысының тиімділігі тыңдау және оқу, айту және жазу қабілеттеріне байланысты. Ол өз ойын басқа біреулердің санасына жеткізе білуі, сондайақ басқа адамдардың да пікірін айқындай алуы тиіс.

Менеджерлік шеберліктің маңызды жайтттарының бірі – келіссөз жүргізе білуі — әріптесінің мүддесін өз мүддесіне сәйкестендіре білетін өнер болуы тиіс.Мұның өзі әсіресе қарамағындағы адамдарға әкімшілік билік жүргізе алмайтын басшылар үшін де, сондай-ақ сырттан шикізат жеткізушілермен қарым-қатынас орнату үшін де аса қажетті жағдай. Келесі онжылдықтарда нағыз компаниялар көп жағдайда маклерлік фирмаға ұқсайтын болады.

Гринхалдың пікірінше, келіссөзді ойдағыдай жүргізе білу шеберлігі төрт кезеңнен тұрады:
— өз ұйымының мұқтажы мен өз қызметкерлерінің мүддесі үшін немесе өзінің келісім жасайтын адамдар арасында тепе-теңдік қарым-қатынас орнату қажет;
— өзің келісім жүргізетін жақты ұнататындығыңды, оның ескеретінді- гіңді білдір;
— келісім кезінде қайшылық туа қалған жағдайда айқын позиция ұста. Мұндайда «Мен бұған келісе алмаймын», -деп айтуды үйрен және де не себепті келісе алмайтыныңды айқын түсіндір;
— өзіңізбен әңгімелесіп отырған адамның басқа мәдени дәстүрде тәр- биеленуі мүмкін екендігін ұмытуға болмайды.Проблеманы шешудің американдық жолы – бірден бір дұрыс жол деп ойлауға болмайды. «Әңгімелесушіге өктемдік айту – келісім жүргізудің тұрпайы әдісі. Біз адамдарды ұзақ мерзімдік іскерлік қарымқатынас орнатуға үйретеміз».
Хейстің пікірінше, менеджердің тікелей міндеті – жұмысшыларды эксперимент жүргізе білуге, өндірістің тиімді тәсілдерін іздестіруге ықпал ету.Ол жұмысшыларды баулудың бақылау тәсілі ретінде қызметкерлерді басқа кәсіпорындар мен сауда көрмелеріне жіберіп отыруды, сатып алушы- лармен кездесу өткізуді және де мүмкіндігіне қарай жарыс ұйымдастыруды ұсынады.
О.С.Виханский мен А.И.Наумовтың айтуынша менеджерлер басқа адамдардың есебінен жұмыстың орындалуын қамтамасыз ететін адамдар. Сонымен қатар, менеджер тек басқару бойынша ғана маман емес, сонымен бірге ол персоналдық немесе кәсіпорынның қызметіне жауапты адам.
«Менеджмент» кітабының авторы И.Н.Герчикова менеджердің келесі- дей анықтамасын береді. Менеджер – бұл нарық жағдайындағы фирма қыз- метінің нақты түрлері бойынша шешім қабылдау саласындағы өкілетті және тұрақты қызмет атқаратын жетекшісі немесе басқарушысы.
Сонымен, менеджер – бұл нарықтық бәсеке жағдайындағы фирма ал- дында тұрған міндеттерді жүзеге асыру үшін барлық жұмысшыларды ұйым- дастыруға қабілетті, еңбекті басқару саласында ғылыми білімі бар адам. Яғ- ни, ол тек жай ғана басқарушы болмай, алдын-ала болжай алатын, адамдарды ұйымдастыратын, олардың іс-әрекетін үйлестіріп, бақылай білу керек. Қыс- қаша айтқанда, басқарушылық еңбек саласында маман болғаны дұрыс.
Қандай да бір фирма болмасын жұмысына кірісетін жаңа менеджерге фирманың жоспарлы бағдарламасын жасап беруі керек.Ол жоспарды мына сауалдарға: «не істеу?» «қалай істеу?» «қашан істеу керек?» нақты жауап болғаны жөн.Жоспарды жасау – бұл тек ғана алғашқы қадам. Егер менеджер көздеген нәрсені көп жоспарлап және белсенділік танытып орындамаса, ең жақсы және әбден белгіленген жоспардың өзі қағаз жүзінде қалып қоюы мүмкін. Жетістікке жету үшін ол өзінің қарауындағылармен белсенді әрі мақ- сатты бағытта жұмыс жасауы керек.Бұл жұмыстағы басты мақсат әрбір жеке- леген адамның «өз кілтін» таба білуде.Жетістікті бағалай отырып, оның бел- гілеген нәрсені артық әрі өте жақсы орындаудағы ынтасын және творчество лық қалыпын барынша қолдау қажет.

Жұмыс барысында менеджер өз ұжымындағы ресми емес басшыны та- буға тиіс және оның іс-әрекетін зорлық-зомбылықсыз жалпы істің пайдасына бағыттауы қажет.

Нарық жағдайында менеджер нартәуекелділікке бел бууы және оны басқара білуі де керек.Менеджер үшін нартәуекел болатын саланы таба білу өте қажет, оның болатын мүмкіндігінің дәрежесін бағалап, алдын-ала шара- лар қолдануы керек. Бұл жағдайда менеджерге мынадай сипаттар- батылдық, іс-қимылдың стандартты еместігі, тәуелсіздік, экспериментке жақындығы, парасатты есеп, көп қырлы қабілеттілік және жағдайды тез бағалап, оның өзгергендігіне жедел реакция жасау, түпкі нәтижені нақты бағалау тән бол- ғаны дұрыс.

Менеджердің осындай кең спектрлі қызметті қолдануы оның басқаруда жоғарғы тиімділікке қолын жеткізеді яғни, кәсіпорын жұмысының жоғарғы нәтижелілігі, алдыменен пайда табу жағдайы ескеріледі.Нарық жағдайында пайда алға қойған міндеттерге жетудің түпкі мақсаты болып табылады.

## **3.Менеджменттің мақсаттары мен міндеттері**

**Менеджменттің негізгі мақсаты:**
— техникалық және технологиялық базасын дамыту мен өндірісті басқару,
— әр жұмыскердің шығыармашылық белсенділік пен біліктілік арттыру.
— кадрлық потенциалын тиімді қолдану.
— өндіріс процесін рационалды ұйымдастыру — кәсіпорынның пайдалы қызметін қамтамасыз ету.
Пайда фирманың болашақ қызмет етуінің белгілі кепілдемелерін қалыптпстырады. Себебі, тек қана оның әр түрлі резервтік қорлар түрінде, тауарларды өткізуімен байланысты тәуелдіктерді шектеу мен құтылуына жол ашады. Нарықтағы
жағдай үнемі өзгерісте болады: бәсекелестер жағдайы, қаржыландыру формалары мен шарттары, жалпы мемлекетте немесе саланың конъюнктурасы, әлемдік тауарлық нарықтарындағы сауда жүргізу шарттары да өзгеріп отырады. Осыдан тұрақты тәуелділік пайда болады.

Менеджменттің мақсаты тек қана нақты жағдайда емес, сонымен қатар болашақта да тәуелділіктен құтылу болып табылады. Ол, өз кезегінде, тез өзгеретін жағдайларға шұғыл икемдеу мақсатында белгілі дәрежеде еркіндік пен резервтік ақша құралдарын талап етеді.

Менеджменттің маңызды шешетін мәселесі кәсіпорынның рентабельділігін мен оның нарықтағы тұрақтылығын қамтамасыз ету және қолдағы материалдық пен адамдық ресурстары негізінде тұтынушылар сұранысымен есертесе отырып, тауарлар мен қызметтер өндіруді ұйымдастыру болып табылады. Бұл орайда, менеджменттің шешетін мәселелеріне мыналар кіреді:
— жоғары білікті жұмыскерлерді таңдау мен өндірісті автоматтандыруды қамтамасыз ету;
— жоғары еңбек ақы белгілеу мен қызметкерлер үшін оңтайлы жағдай қалыптастыру арқылы ынталандыру;
— кәсіпорын қарекетінің тиімділігіне тұрақты бақылау жүргізу және оның барлық бөлімдерінің жұмысын үйлестіру;
— жаңа нарықтарды тұрақты іздеуі мен оларға енуі.
Сонымен қатар менеджмент шешетін мәселелеріне мыналар жатады:
— фирма дамуының нақты мақсаттарын анықтау;
— мақсаттардың басымдылығын, олардың шешілу керектігін айқындау;
— фирманың даму стратегиясына кіретін шаруашылық мәселелері мен оларды шешу жолдарын табу;
— әр түрлі уақыт мерзімдеріне белгіленген мәселелерді шешу үшін іс – шаралар жүйесін қалыптастыру;
— қажетті ресурстар мен оларды қамтамасыз ететін қайнар көздерін анықтау;
— қойылған мақсаттарды жүзеге асырылуына бақылау жасау.
Басқарудың шешетін мәселелері материалдық, қаржылық, еңбек және т.б. ресурстардың ұлғайып отыратын көлемдерін талап ететін өндіріс масштабтарының өсуі барысында күрделенеді.

Менеджменттің соңғы мақсаты (к/о-ның) өндірістік процессті рационалды ұйымдастыру жолымен кәсіпорынның пайданы әкелетін іс-әрекетті қамтамасыз ету, өндірісті басқару мен технико-технологиялық базаның дамуын қоса отырып, сонымен қатар, әрбір жұмысшының шығармашылық белсенділігі мен квалификациясын көтере отырып, кадрлық потенциялды тиімді қолдану.

Менеджменттің ең маңызды функциясы қолда бар материалды және адам ресурстары негізінде, тұтынушылар сұранысын ескере отырып, тауарлар мен кызметтердің өндірісін ұйымдастыру және кәсіпорынның рентабельдігімен қоса оның нарықта тұрақты орын алуын қамтамасыз ету.

Осыған байланысты менеджмент функцияларына келесілер жатады:
— өндіріс автоматизациясын қамтамасыз ету және жоғарғы квалификацияға ие жұмысшыларды табу;
— ең жақсы еңбек ету жағдайларын жасау жолымен және жоғарғы еңбек ақыны орнату;
— кәсіпорын жұмысының тиімді жүзеге асырылуын мерзімді түрде бақылау;
— кәсіпорынның барлық бөлімшелерінің жұмысын координациялау;
— жаңа нарықтарды әрдайым іздеу және оларға шығу жолдарын табу;
Сонымен қатар, менеджмент шешетін мәселелерге келесілер жатады:
— фирма дамуының нақты мақсаттарын анықтау;
— мақсаттардың болымдылықтарын, олардың орындалу тәртіптерін анықтау;
— фирма дамуының стратегияларын жасау;
— шаруашылық мәселелерді және шешу жолдарын қарастыру және т.б.

## **Қорытынды**

Менеджмент — бұл басқарудың экономикалық әдістерін қолданып, материалды және еңбек ресурстарын рационалды қолдану жолымен, анықталған мақсаттарға жетуге бағытталған жеке бөлек профессионалды іс-әрекеттің түрі. Менеджменттің негізгі мақсаты өндірісті басқару мен технико-технологиялық базаның дамуын қоса отырып, өндірістік процесті рационалды ұйымдастыру жолымен кәсіпорынның пайданы әкелетін іс-әрекетті қамтамасыз ету.

## **Лекцияға әдістемелік нұсқаулар**

Осы лекцияны қарастыру барысында менеджменттің басқару түрі ретінде анықтамасына аса көңіл аудару керек. Менеджменттің мақсаттары мен мәселелерін қарастыру барысында оның құрылуының тарихи аспектілеріне, сонымен қатар, менеджменттің ғылыми дисциплина ретінде құрылуының стадияларына талдау жасау қажет.

## **Әдебиеттер**

1. Анафияева Ж. Менеджмент. Астана, 2008 ж.
2. Ахметов К.Ғ. Сағындықов Е.Н. Менеджмент негіздері. Ақтөбе-Орал.: «А-Полиграфия», 2005 3. Бердалиев К.Б. «Менеджмент» / Курс лекций.- Алматы Экономика, 2005.
4. Бердалиев К.Б «Басқару негіздері» Аламты «Экономика»1997ж.
5. Каренов Р.С., Раимбеков Б.Х:, Акжолов А.М: Основы менеджмента.- Караганды: Полиграфия, 1995г.
6. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник -3 издание перераб. и доп. Менеджмент: Банки и биржи. Юнити, 2003

# Менеджер және оның іс- әрекетінің бағыты

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**Менеджер деген**сөздің өзі бізге ағылшын тілінен келген: бір нәрсені реттеу, бір нәрсені меңгеру, бассшылық ету деген сөз.

Менеджменттің ешбір жүйесі менеджерсіз қызмет ете алмайды. Ағылшынның «to manage» деген сөзінен шыққан және басқарушы, меңгеруші, әкімшілік деген ұғымды білдіреді.

**Менеджер деген сөздің өзі бізге ағылшын тілінен келген: бір нәрсені реттеу, бір нәрсені меңгеру, басшылық ету деген сөз.**Мәселен тек ғылыми ізденістермен шұғылданатын зерттеуші менеджер емес. Алайда, егер ол зертттеуді ұйымдастыруға қатысатын болса, онда ол, әрине, менеджер. Ауруды тек емдеп қана қоймай, емхана меңгеретін дәрігер жөнінде де осыны айтуға болады.

**Менеджер – ең**кең тараған кәсіптің бірі. Бұл – басқарумен, экономикамен шұғылданатын, заң және басқа да мәселелерді жақсы білетін кез келген адам. Әр елде менеджерге түрліше анықтама береді. Мәселен, американдықтардың түсінігінше, мұндай адамдардың міндетіне өзіне бағынатын белгілі бір қызметкерлердің нақтылы жұмыстарын ұйымдастыру жатады.

Еуропалықтардың пікірінше, менеджер қазіргі тәсілдерді басшылыққа ала отырып, нақты жұмысты ұйымдастыратын адамдар.

Менеджер» - бұл жауынгер, оның үрейленуге және қателесуге қақысы жоқ, өзінің жеке мүддесін фирма мүддесіне бағындыра білуге, өзінің жанұясы- фирмасының гүлденуі үшін күресуге әзір болуы тиіс.

Менеджер табиғатына П. Друкер сипаттама берді. Оның пікірінше, менеджер арнайы екі міндетті атқарады және бұл міндеттер іскер кәсіпорын жұмыскерлерінің ешқайсысында жоқ.

Менеджердің бірінші міндетіне- қолда бар ресурстармен «нағыз тұтас» өндірістік бірлік құру. Менеджердің екінші міндетіне- кез келген шешімді қабылдап, іс- әрекетке кіріскенде бүгінгі талапты ескерумен қоса кәсіпорынның болашағы туралы да ойланып- толғануы жатады.

И.Н. Герчикова : Менеджер- бұл нарық жағдайындағы фирма қызметінің нақты түрлері бойынша шешім қабылдау саласындағы өкілетті және тұрақты қызмет атқаратын жетекшісі немесе басқарушысы.

Сонымен, менеджер – бұл нарықтық бәсеке жағдайындағы фирма алдында тұрған міндеттерді жүзеге асыру үшін барлық жұмысшыларджы ұйымдастыруға қабілетті, еңбекті басқару саласында ғылыми білімі бар адам.

**Қазіргі өнеркәсіп корпорациясында басқару қызметкерлерін үш топқа бөлуге болады:**

**Топ менеджмент-**басқарудың жоғарғы буыны. Бұған диреторлар кеңесі төрағасын, президент, аға вице- президент, фирмалар вице-президенттері жатады. Жоғарғы басқару қызметкері компанияның жалпы стратегиясын жасаумен, болжаумен, және ұзақ мерзімдік жоспарлаумен, кадр саясаты мәселелерін шешіп, сыртқы кәсіпорындармен байланыс орнатумен шұғылданады.

**Мидле менеджмент**- өндіріс бөлімшелері мен функциялық қызметтің ортаңғы меңгеруші басшылары, зауыт директорлары, олардың орынбасарлары. Бұлардың міндеті қабылдаған шешімді жүзеге асыру.

**Ловер менеджмент** – басқарудың төменгі буыны, төменгі басшылар- цех жетекшісі, өндірістік учаске бастығы, мастерлер, функциялық қызметтегі секторлар мен топтардың басшылары- жұмысшылар мен қызметшілерге тікелей басшылық етеді.

Басқару міндеттерінің күрделілігі мен сипатына байланысты кәсіпорын менеджменті бірнеше деңгейге бөлінеді:

- менеджменттің жоғары деңгей (топ management) кәсіпорынның мақсатын, стратегиясын және жұмыс жоспарын анықтайды**.** Жоғарғы деңгейді әдетте «жалпы» менеджмент деп есептейді.Себебі, ол кәсіпорынды жалпы басқаруға және максималды пайда табуға бағытталған;

- мнеджменттің орташа (midle management) деңгейі кәсіпорынның функционалды қызметін басқаруға арналған**,**сондықтан да ол «функционалды» менеджмент деп аталады.Функционалды менедж- мент техникалық және технологиялық жаңалықтарды енгізумен ақпарат және нарықты басқарумен байланысты.

- менеджменттің төменгі деңгейіне (lover management) алғашқы буындағы жетекшілерді жатқызады**.**Олар кәсіпорын қызметкер- лерінің жұмысын тікелей ұйымдастыруды және жоспардың орын- далуын, өнім өндіру графигі мен оның өткізілуін қамтамасыз етеді.

**Менеджер табиғатына П.Друкер сипаттама берді. Оның пікірінше, менеджер арнайы екі міндетті атқарады және бұл міндеттер іскер кәсіпорын жұмыскерлерінің ешқайсысында жоқ**.

**Менеджердің бірінші міндетіне –**қолда бар ресурстармен «нағыз тұтас» өндірістік бірлік құру. Бұл жағынан алғанда менеджер оркестр дирижеріне ұқсас. Алайда дирижердің қолында композитор жазған партитура болады да, ол оны тек түсіндіріп берумен ғана шектелетін болса, «менеджер -әрі композитор, әрі дирижерлік міндетті атқарады».

«Өндірістік бірлікті» құру міндетін шешу үшін менеджерге бүкіл әлсіз буындарды жою, барынша дамытуды қамтамасыз ету, ұйымдық мәселелердің барлық күшті жақтарын, бірінші кезекте адам ресурстарын пайдалану үшін тырысуына тура келеді. Кәсіпорынның күнделікті іс-әрекеті менеджердің көз алдында әрдайым елестеуі, қол жеткен нәтижелер барынша үйлестіріліп отыруы тиіс. Дирижер оркестрді қалай тыңдай білсе, менеджер де әрдайым тыңдай білуі, кәсіпорынның, сондай-ақ нарықтық жағдайлардың жалпы іс-әрекетін қадағалай білуі тиіс.

**Менеджердің екінші міндетіне -**кезкелген шешімді қабылдап, іс-әрекетке кіріскенде бүгінгі талапты ескерумен қоса кәсіорынның болашағы туралы да ойланып-толғануы жатады. Әрбір менеджерге, деп атап көрсетеді Друкер, өзінің басқару міндетіне жатпайтын көптеген істерді атқаруына тура келеді.

Алайда барлық менеджерлер үшін олардың қызмет орнына қарамастан, ортақ қызмет міндеті болады.

**Біріншіден,**менеджер іскер кәсіпорынның мақсатын орындайды, сол мақсатын орындау үшін не істеу керектігін ойластырады, адамдарға нақты міндеттер жүктей отырып, оны жүзеге асыруды қамтамасыз етеді.

**Екіншіден,**менеджер-ұйымдастырушы. Ол жұмыстарды жүйелеп бөледі, қажетті ұйымдық құрылымды құрады, басшы жұмыскерлердің тиісті құрамын іріктейді және т.б.

**Үшіншіден,**менеджер көтермелеу шараларын қамтамасыз етіп адамдармен тығыз байланыс орнатады. Ол ұжымды өз ісіне жауапкер- шілікпен қарайтын адамдардан құрады: бұл үшін қолда бар барлық мүмкіндікті –сыйлық беру, марапаттау, жоғары қызметке тағайындау шараларын пайдаланады. Менеджер ұжымдағы барлық адамдармен тіл табысып, тұрақты байланыс орнатады.

**Төртіншіден,**менеджер ұйымның іс-әрекетін талдайды, нормалау- ды белгілейді, кәсіпорында жұмыс істейтін барлық адамдардың жұмы- сын бағалайды.

**Бесіншіден,**менеджер адамдардың қызмет жағынан кемелденіп жоғарылауын қамтамасыз етеді. Адамдардың мамандығының жетілді- руі, қызмет жағынан жоғарылап не төмендеуі де ұжым бірлігінің ны- ғаюы не берекесізденуі де менеджер жұмысына байланысты.

Әрбір менеджер –деп тұжырымдайды Друкер, -өзіне есе берсін, мейлі бермесін, жоғарыда аталған қызметтердіміндетті түрде атқаруы тиіс. Бұлардың барлығы жақсы атқаруы да, жаман атқару да мүмкін, бірақ ол әйтеуір орындауы қажет. Мұндағы бір жайт, осы аталған қыз- меттердің әрқайсысы жеке элементтерден құралған жиынтық нышанда болып саналады. Сонымен, қорытындылай келгенде менеджер жұмысы күрделі кешен болып саналады және де қызметтің әрбір түрін орындау үшін алуан түрлі сапа мен бірлікті қажет етеді.

Менеджер алдында тұрған барлық проблемаларды біле бермейді, сондықтан да «бесаспап данышпан» болуы дамүмкін емес. Оның арна- йы еңбек құралы, атап айтқанда ақпараты болады. Менеджер адамдар- ды жұмысқа ынталандырады, бағыттайды және ұйымдастырады. Оның бірден бір құралы –жазбаша немесе ауызша сөзі немесе цифр тілі. Ме- неджердің жұмысы техникаға, есептеу операцияларына немесе өнім сатуға қатысты болғанына қарамастан, оның жұмысының тиімділігі тыңдау және оқу, айту және жазу қабілеттеріне байланысты. Ол өз ойын басқа біреулердің санасына жеткізе білуі, сондай-ақ басқа адамдардың да пікірін айқындай алуы тиіс.

Менеджерлік шеберліктің маңызды жайтттарының бірі – келіссөз жүргізе білуі - әріптесінің мүддесін өз мүддесіне сәйкестендіре білетін өнер болуы тиіс.Мұның өзі әсіресе қарамағындағы адамдарға әкімшілік билік жүргізе алмайтын басшылар үшін де, сондай-ақ сырттан шикізат жеткізушілермен қарым-қатынас орнату үшін де аса қажетті жағдай. Келесі онжылдықтарда нағыз компаниялар көп жағдайда маклерлік фирмаға ұқсайтын болады.

Гринхалдың пікірінше, келіссөзді ойдағыдай жүргізе білу шеберлігі төрт кезеңнен тұрады:

- өз ұйымының мұқтажы мен өз қызметкерлерінің мүддесі үшін немесе өзінің келісім жасайтын адамдар арасында тепе-теңдік қарым-қатынас орнату қажет;

- өзің келісім жүргізетін жақты ұнататындығыңды, оның ескеретінді- гіңді білдір;

- келісім кезінде қайшылық туа қалған жағдайда айқын позиция ұста. Мұндайда «Мен бұған келісе алмаймын», -деп айтуды үйрен және де не себепті келісе алмайтыныңды айқын түсіндір;

- өзіңізбен әңгімелесіп отырған адамның басқа мәдени дәстүрде тәр- биеленуі мүмкін екендігін ұмытуға болмайды.Проблеманы шешудің американдық жолы – бірден бір дұрыс жол деп ойлауға болмайды. «Әңгімелесушіге өктемдік айту – келісім жүргізудің тұрпайы әдісі. Біз адамдарды ұзақ мерзімдік іскерлік қарым-қатынас орнатуға үйретеміз».

Хейстің пікірінше, менеджердің тікелей міндеті – жұмысшыларды эксперимент жүргізе білуге, өндірістің тиімді тәсілдерін іздестіруге ықпал ету.Ол жұмысшыларды баулудың бақылау тәсілі ретінде қызметкерлерді басқа кәсіпорындар мен сауда көрмелеріне жіберіп отыруды, сатып алушылармен кездесу өткізуді және де мүмкіндігіне қарай жарыс ұйымдастыруды ұсынады.

О.С.Виханский мен А.И.Наумовтың айтуынша менеджерлер басқа адамдардың есебінен жұмыстың орындалуын қамтамасыз ететін адамдар. Сонымен қатар, менеджер тек басқару бойынша ғана маман емес, сонымен бірге ол персоналдық немесе кәсіпорынның қызметіне жауапты адам.

«Менеджмент» кітабының авторы И.Н.Герчикова менеджердің келесідей анықтамасын береді. Менеджер – бұл нарық жағдайындағы фирма қызметінің нақты түрлері бойынша шешім қабылдау саласындағы өкілетті және тұрақты қызмет атқаратын жетекшісі немесе басқарушысы.

Сонымен, менеджер – бұл нарықтық бәсеке жағдайындағы фирма ал- дында тұрған міндеттерді жүзеге асыру үшін барлық жұмысшыларды ұйым- дастыруға қабілетті, еңбекті басқару саласында ғылыми білімі бар адам. Яғни, ол тек жай ғана басқарушы болмай, алдын-ала болжай алатын, адамдарды ұйымдастыратын, олардың іс-әрекетін үйлестіріп, бақылай білу керек. Қысқаша айтқанда, басқарушылық еңбек саласында маман болғаны дұрыс.

Қандай да бір фирма болмасын жұмысына кірісетін жаңа менеджерге фирманың жоспарлы бағдарламасын жасап беруі керек.Ол жоспарды мына сауалдарға: «не істеу?» «қалай істеу?» «қашан істеу керек?» нақты жауап болғаны жөн.Жоспарды жасау – бұл тек ғана алғашқы қадам.

Егер менеджер көздеген нәрсені көп жоспарлап және белсенділік танытып орындамаса, ең жақсы және әбден белгіленген жоспардың өзі қағаз жүзінде қалып қоюы мүмкін.

Жетістікке жету үшін ол өзінің қарауындағылармен белсенді әрі мақсатты бағытта жұмыс жасауы керек. Бұл жұмыстағы басты мақсат әрбір жекелеген адамның «өз кілтін» таба білуде.Жетістікті бағалай отырып, оның бел- гілеген нәрсені артық әрі өте жақсы орындаудағы ынтасын және творчество лық қалыпын барынша қолдау қажет.

Жұмыс барысында менеджер өз ұжымындағы ресми емес басшыны табуға тиіс және оның іс-әрекетін зорлық-зомбылықсыз жалпы істің пайдасына бағыттауы қажет.

Нарық жағдайында менеджер нартәуекелділікке бел бууы және оны басқара білуі де керек.Менеджер үшін нартәуекел болатын саланы таба білу өте қажет, оның болатын мүмкіндігінің дәрежесін бағалап, алдын-ала шаралар қолдануы керек. Бұл жағдайда менеджерге мынадай сипаттар- батылдық, іс-қимылдың стандартты еместігі, тәуелсіздік, экспериментке жақындығы, парасатты есеп, көп қырлы қабілеттілік және жағдайды тез бағалап, оның өзгергендігіне жедел реакция жасау, түпкі нәтижені нақты бағалау тән бол- ғаны дұрыс.

Менеджердің осындай кең спектрлі қызметті қолдануы оның басқаруда жоғарғы тиімділікке қолын жеткізеді яғни, кәсіпорын жұмысының жоғарғы нәтижелілігі, алдыменен пайда табу жағдайы ескеріледі.Нарық жағдайында пайда алға қойған міндеттерге жетудің түпкі мақсаты болып табылады.

Басқару жөніндегі ағылшын консультанттары М.Вудкок пен Д.Фрэнсистің «Басыбайлықтан босанған менеджер» (1981ж.) кітабында алдағы онжылдықта басқару үшін менеджерлерде мынадай дағдылар мен қабілеттер болуы тиіс деп есептейді:

**Маркетинг**
Маркетинг (ағылш. marketіng — рынок‚ базар‚ өткізу‚ сауда) — кәсіпорынның (фирманың‚ бірлестіктің‚ т.б.) тауар өндіру-өткізу және сауда жасау қызметін ұйымдастыру мен басқару жүйесі. Маркетинг нарық дамуының жай-күйі мен келешегін зерделеуге негізделеді‚ тұтыну мен өндіріс өніміне (тауарға‚ көрсетілетін қызметке) сұранымды қалыптастырады, табыс алу мақсатымен рынокта тауарлардың өткізілуін тездетуге бағытталады. Маркетинг — сұранымды жан-жақты зерделеп‚ болжау‚ жарнаманы пайдалану‚ өндірісті ынталандыру‚ сақтау мен тасымалдаудың осы заманғы тәсілдерін‚ тауарлардың тұтынушыға жетуіне жәрдемдесетін тех. және басқа түрлерін қолдану негізінде кәсіпорынның жаңа өнімді әзірлеу‚ өндіру мен өткізу жөніндегі ұйымдық-техникалық‚ қаржы‚ коммерциялық және басқа қызмет түрлері жатады.

**Мазмұны
1 Маркетингінің мәні мен мақсаты
2 Маркетинг атқарымы
3 Маркетинг бағдарламасы
4 Маркетинг делдалдары
5 Маркетинг қағидаттары
6 Маркетинг стратегиясы
7 Маркетинг тактикасы
8 Маркетинг тұжырымдамасы
9 Маркетингілік ақпарат жүйесі
10 Маркетингілік бақылау
11 Маркетингілік зерттеу
12 Маркетингілік қызмет
13 Маркетингіні басқару
14 Маркетингіні жоспарлау
15 Пайдаланған әдебиет**

**Маркетингінің мәні мен мақсаты**

Экономиканы‚ жарнаманы‚ инженерлік істі‚ психологияны‚ жоспарлауды‚ болжауды оңтайлы ұштастыру‚ яғни Маркетинг — тауарларды өндіру мен өткізу туралы ғылым. Оның негізгі мақсаты барынша көп пайда алумен бірге айырбас‚ тауарлардың тұтынушыға жеткізілуін тездету және өндірістік-коммерц. қызметтің тиімділігін арттыру арқылы рыноктың (адамдардың‚ фирмалардың‚ кәсіпорындардың) тауарларға (жұмыстарға‚ қызметтерге) сұранымын қанағаттандыру.
Маркетинг атқарымы

**Маркетинг атқарымы** — іс-қимылдардың өзара байланысты кешені. Онда кәсіпорын іс-қимыл жасайтын ішкі және сыртқы ортаны, рыноктарды, тұтынушыларды талдау, бәсекелестер мен бәсекені, тауарларды зерттеу; жаңа тауар тұжырымдамасын қалыптастыру, маркетингілік зерттеулер негізінде тауар өндірісін жоспарлау, тауар қозғалысын, өткізім мен сервисті жоспарлау, баға саясатын тұжырымдап, іске асыру, маркетингілік бағдарламаларды әзірлеп, іске асыру, маркетингіні ақпаратпен қамтамасыз ету, маркетингіні басқару (қауіп-қатерді, пайданы, тиімділікті бағалай отырып, маркетинг шараларын жоспарлау, іске асыру және бақылау) қамтылады.
**Маркетинг бағдарламасы**

Өндіруші кәсіпорынның, сатушының және экспортшының межелі уақыт кезеңінде маркетингінің барлық салалары бойынша іс-қимылдарын айқындайтын өзара байланысты шаралар жүйесі.

Қысқа мерзімді бағдарламаларда кәсіпорынның іс-қимылдары бағдарламасы көбірек тәптіштеліп, нақтыланады.
Ұзақ мерзімді бағдарламаларда маркетинг стратегиясына сәйкес уақыттың ұзақ кезеңі қамтылады.

**Маркетинг делдалдары**

Компанияның өз тауарларын тұтынушыларға жеткізуіне, өткізуіне және олардың арасына таратуына көмектесетін фирмалар. Оларға сауда делдалдары, маркетингілік қызметтер көрсететін агенттіктер мен несие-қаржы мекемелері жатады.
Маркетинг қағидаттары

Сауда-өндірістік қызметті басқару жүйелері ретіндегі маркетингінің негізгі белгілері.

**Маркетингінің негізгі қағидаттары**:

сатып алушылардың қажеттерін, нарықтық жағдайды, кәсіпорынның нақты мүмкіндіктерін дәл білу негізінде өнім өндіру;
сатып алушының қажеттерін неғұрлым толық қанағаттандыру;
белгілі бір рыноктарда өнімдер мен қызметтерді жоспарлаған көлемде және межелеген мерзімде тиімді түрде өткізу;
кәсіпорынның өндірістік-коммерц. қызметінің ұзақ мерзімді нәтижелілігін (пайдалылығын) қамтамасыз ету;
сатып алушылардың өзгеріп отыратын талаптарына белсенді түрде бейімделу мақсатымен өндірушінің іс-қылығының стратегиясы мен тактикасының бірлігі.

**Маркетинг стратегиясы**

Кәсіпорынның (фирманың) тауар өндіру-өткізу қызметінің перспективалық мақсатын, бәсеке нысанын, маркетинг тұжырымдамасын таңдау. Бос рынокты, нақты тұтынушыны іздеп табуды, кәсіпорын қызметінің рынокта басталуы мен аяқталуы мерзімін анықтауды, өнімнің (тауардың, көрсетілетін қызметтің) түрлері, оның сұрыпталуы, көлемі, сапасы, өзіндік құны ескерілетін бәсекелесу мен пайдалылық факторларын анықтайды, жарнаманы қамтиды. М. с-ның негізгі бағыттары: рынокты дамыту — сату көлемін ұлғайтуға не өндірістің тиімділігін арттыруға, фирма қызметін жақсартуға бағытталған өткізу жоспарын әзірлеу, жаңа тауар әзірлеу, “ескі рынокта” өткізілетін тауарлар номенклатурасын кеңейту, рыноктың бос орындарын толтыру, тауарлар рыногын ұлғайту, рыноктың географиясын кеңейту. С. Тоқсанбай
**Маркетинг тактикасы**

Ағымдағы нарықтық жағдай, тиісті міндеттерді, маркетинг стратегиясында көзделген шараларды жүзеге асыру негізінде қысқа мерзімге арналған маркетинг мақсаттарына жету. М. т. компанияның әрбір рыноктағы және әрбір тауар бойынша мақсаттарын межелі уақытта әзірлеуді, сондай-ақ межелі маркетинг стратегия-сында іске асыруға бағытталған нақты іс-қимылды көздейді. Мұнда маркетингтің аралық мақсаттарын белгілеу, бұл мақсаттарға жету құралдарын таңдау, маркетингтік операциялардың уақыт жөнінен дәйектілігін айқындау, соның ішінде рынокқа кіру мен одан шығу сәтін таңдау, маркетинг үдерісіне түрлі қатысушылар арасында әрбір кезеңдегі міндеттері мен жауапкершілігін бөлісу, маркетинг бойынша түрлі кезеңдердегі шығындарын оңтайландару қамтылады. М. т. тұрақты пайда деңгейіне қол жеткізуге, коммерц. қызметтердің рынокта белсенділік көрсетуіне, жағдайдың өзгеруіне бейімделуге, қызметкерлердің бастамашылығын пайдалануға, бәсекелестердің іс-әрекетіне жауап шаралар қолдануға, тұтынушылар сұранымының өзгеруіне орай іс- қимылдарға түзетулер енгізіп отыруға бағытталады. С. Тоқсанбай
**Маркетинг тұжырымдамасы**

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпорынның‚ коммерциялық ұйымның тауар өндіру-өткізу және еңбек қызметін басқару туралы ғылыми негізделген қағидаттар жүйесі. ұылымның экон. теория‚ менеджмент‚ социология‚ эконометрия‚ психология‚ т.б. салаларындағы толып жатқан іргелі зерттеулердің нәтижелеріне негізделеді. Ол нарықтық айырбас заңдылықтарын‚тауар өндірушінің ұдайы өзгеріп отыратын экон. жағдайларға бейімделу қағидаттары мен әдістерін зерделейтін ерекше ғыл. пән ретінде қалыптасқан. Маркетингті басқару түрлі тұжырымдамалар (көзқарастар) тұрғысынан жүзеге асырылады. Мыс.‚ өндірістіжетілдіру тұжырымдамасы бойынша тұтынушылар көпшілік қолданыстағы бағасы арзан тауарларды сатып алғысы келеді‚ демек‚ басшылардың міндеті — өздерінің күш-жігерін өндірісті жетілдіруге‚ оның тиімділігін арттыруға жұмылдыруы керек деген пайымдау басшылыққа алынады; тауарды жетілдіру тұжырымдамасы — тұтынушы сапалы тауарға жоғары баға береді‚ демек‚ кәсіпорын тауарды ұдайы жетілдіруге баса назар аударуға тиіс деген пайымдауға негізделеді; коммерциялық күш-жігерді қарқындатутұжырымдамасы — кәсіпорын тауарды өткізу мен ынталандыру саласында айтарлықтай күш-жігер жұмсамаса‚ оның тауарлары жеткілікті көлемде сатып алынбайды деген пайымдауға негізделеді; әлеум.-этикалық маркетинг тұжырымдамасы бойынша фирманың тұтынушыларды бәсекелестерден гөрі неғұрлым тиімді де өнімді тәсілдер арқылы қанағаттандыру қабілеті оның мақсатқа қол жеткізуінің кепілі болады. С. Рахымжанұлы
**Маркетингілік ақпарат жүйесі**

Жоспарлауды жетілдіру, маркетингілік шараларды жүзеге асыру және олардың орындалуын бақылау мақсатымен адамдардың өзара байланысының және маркетинг саласындағы өкімгерлер дер кезінде пайдаланатын көкейтесті, дәл ақпаратты жинауға, сыныптауға, талдауға, бағалауға және таратуға арналған жабдық пен әдістемелік тәсілдердің тұрақты қолданыстағы жүйесі. Маркетингіні басқару жөніндегі міндеттерін орындау барысында басшылар ұлан-ғайыр ақпаратқа ділгер болады.

Жақсы жоспарланған Маркетингілік ақпарат жүйесінің құрамы, әдетте, оның төрт құрамдас жүйесінен (бөлігінен) тұрады.

Біріншісі — ішкі есеп-қисап жүйесі, ол ағымдағы өткізудің, шығын сомасының, материалдық босалқы қорлар көлемінің көрсеткіштерін, қолма-қол ақша қозғалысын, дебиторлық және кредиторлық берешек туралы деректерді көрсетеді.
Екіншісі — сыртқы ақпаратты жинау жүйесі, мұнда көздер мен әдістемелік тәсілдер жиналады, олардың көмегімен басшылар коммерц. ортада болып жатқан оқиғалар туралы күнделікті ақпарат алып отырады.
Үшіншісі — маркетингілік зерттеулер жүйесі, мұнда кәсіпорынның (фирманың, компанияның) алдында тұрған маркетингілік жағдаймен байланысты қажетті деректер шеңберін жүйелі түрде анықтау, өткізімді талдау, бәсекелестердің тауарларын зерттеу, қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді болжау, жаңа тауарға сатып алушылардың қалай қарайтынын, баға саясатын, т.б. зерделеу қамтылады.
Төртіншісі — маркетингілік ақпаратқа талдау жасау жүйесі, мұнда деректерді өңдеудің осы заманғы әдістемелері, рынокқа қатысушылардың маркетингілік шешімдер қабылдауын жеңілдететін үлгілер пайдаланылады.

**Маркетингілік бақылау**

Маркетинг жоспарларының іске асырылуын тексеру мақсатымен нәтижелерді бақылау‚ есептеу‚ талдау. Үш тұрпатқа бөлінеді: кәсіпорын жоспарларының орындалуын бақылау‚ пайдалылықты бақылау — тиімділікті талдау‚ стратег. бақылау — маркетингіні тексеру.
**Маркетингілік зерттеу**

Қайсыбір жергілікті тауар рыногінің жай-күйін, даму беталысын, әдетте, өнімді тұтынушылардың кездейсоқ таңдалған тобының пікірлерін қорытындылау негізінде зерделеу; маркетингтің аса маңызды атқарымы. Маркетингілік зерттеу рынокты зерттеумен ғана шектелмейді, жаңа тауар идеяларын іздестіруден бастап оны түпкілікті тұтынушының пайдалануына дейінгі бүкіл маркетинг үдерісін қамтиды. Маркетинг қызметінің барлық түрлері мен салалары, тауар, рынок, өнімнің түр-түрі, өткізу мен бөлу арналары, іске асыру әдістері, жарнама, өткізуді ынталандыру, т.б. тиісінше зерттеледі. Осыған орай кез келген Маркетингілік зерттеу бес кезеңді қамтиды. Бірінші кезеңде мәселе дәл айқындалып, зерттеу мақсаты алға қойылады. Екінші кезеңде ақпарат жинау жоспары әзірленеді. Үшінші кезеңде ақпарат жиналады. Зерттеу пікірлерді анықтау нысанында не топтық талқылау нысанында жүргізілуі мүмкін. Төртінші кезеңде жалпылама көрсеткіштерді құрастыру, олардың арасындағы өзара байланыстарды анықтау үшін жиналған ақпаратқа талдау жасалады. Бесінші кезеңде зерттеулер мен ұсыныстардың негізгі нәтижелері сарабдал шешім қабылдау және кәсіпорындардың тауар рыноктарындағы іс-әрекетінің стратегиясын айқындау үшін кәсіпорындардың басқарушыларына беріледі.
**Маркетингтік қызмет**

Кәсіпорынның (фирманың‚ кәсіпкердің‚ т.б.) сұранымды‚ бағаны‚ жарнаманы пайдалануға‚ өндірісті ынталандыруға‚ сақтау мен тасымалдаудың осы заманғы тәсілдерін‚ тауарлардың тұтынушыға жетуіне белсенді ықпал жасайтын қызмет көрсетудің техникалық түрлері мен басқа да түрлерін қолдануды жан-жақты зерделеу мен болжауға байланысты қызметі. Кәсіпорын өнімнің (тауардың‚ бұйымның) нақты түріне және оны тұтынушыларға орай М. қ-тің белгілі бір элементтеріне баса назар аударады. Мыс.‚ тұтыну тауарлары үшін бұқаралық ақпарат құралдары арқылы берілетін жарнаманың маңызы зор‚ ал өндірістік мақсаттағы өнім үшін жөндеу қызметін көрсетуді ұйымдастыруға, қосалқы бөлшектермен жабдықтауға баса мән беріледі.[2]
**Маркетингіні басқару**

Межеленген мақсатқа қол жеткізу үшін (пайда алу, өткізу көлемін ұлғайту, рыноктың үлесін молайту, т.б.) тиімді сұранымды белгілеу мен қолдауды көздейтін шараларды талдау, жоспарлау, жүзеге асыру, олардың орындалуын бақылау арқылы нысаналы түрде ықпал жасау. Оған кәсіпорын ортасын, нарықты, тұтынушыларды, тауарлар мен қызметтердің түр-түрі мен сапасын, тауарлардың өткізілуі мен қозғалысын, бағаны, жарнаманы, маркетингілік зерттеулерді (рынок, сұраным мен бәсеке, өткізім мен бөлу, жарнама, фирманың тактикасы мен стратегиясы саласындағы) басқару жатады. Басқаша айтқанда, Маркетингіні басқару — сұранымды басқару. Маркетингімен шұғылданушы сұранымның деңгейіне, уақыты мен сипатына әсер ете білуі тиіс, өйткені орын алып отырған сұраным қалаған сұраныммен үйлеспеуі мүмкін. Маркетингіні басқарушылар — фирманың маркетингілік жағдайына талдау жасаумен, межеленген жоспарларды іске асырумен шұғылданушы және бақылау міндетін орындаушы лауазымды адамдар. Оларға өткізу қызметінің басқарушылары мен қызметкерлері, өткізімді ынталандыру жөніндегі мамандар, тауарлар жөніндегі басқарушылар, баға белгілеу мамандары жатады.
**Маркетингіні жоспарлау**

Кәсіпорынның маркетингілік қызметінің барлық бағыттары бойынша тәптіштелген жоспарлар әзірлеу. Мұндай маркетинг-жоспарлардың құрылымында негізгі көрсеткіштердің тізбесі, рыноктардың, олардың негізгі бөліктерінің, тұтынушылардың (сатып алушылардың), бәсекелестердің сипаттамасы, бәсекенің салдарынан болатын ықтимал қиындықтарды талдау, бәсекелестік артықшылықтар, жоспарлы кезеңде фирма қол жеткізуге тиіс тұжырымдалған мақсаттар, маркетинг стратегиясын — оның барлық кешені, мақсатты рыноктар, шығындардың деңгейі бойынша қызметінің бағдарламалары, оның барлық ұстанымдары бойынша нақты іс-қимылдары, болжалды пайданың есебі, жоспардың орындалуы барысына бақылау жасау қамтылады. Фирма өнімнің (тауарлардың) бірнеше түрлерін, алуан түрлі сұрыпталымдық топтарды өндіретін, түрлі рыноктарда жұмыс істейтін жағдайда әрбір жайғасым бойынша жеке маркетинг-жоспар жасалады.
**Пайдаланған әдебиет**

↑ Қаржы-экономика сөздігі. — Алматы: ҚР Білім және ғылым министрлігінің Экономика институты, «Зияткер» ЖШС, 2007. ISBN 978-601-215-003-2
↑ О.Д.Дайырбеков, Б.Е.Алтынбеков, Б.К.Торғауытов, У.И.Кенесариев, Т.С.Хайдарова Аурудың алдын алу және сақтандыру бойынша орысша-қазақша терминологиялық сөздік. Шымкент. “Ғасыр-Ш”, 2005 жыл. ISBN 9965-752-06-0
↑ Банк терминдері мен ұғымдарының қазақша-орысша сөздігі. / Ғ. Сейіткасымов, Б. Бейсенғалиев, Ж. Бекболатұлы — Алматы: Экономика, 2006. ISBN 9965-783-20-9
↑ Саяси түсіндірме сөздік. – Алматы, 2007. ISBN 9965-32-491-3
↑ Полиграфия, өлшеу техникасы, ағаш өңдеу жабдықтары және металл өңдеу техникасы мен технологиясы: Қазақша-орысша терминдердің түсіндірме сөздігі.

**Менеджмент –** современная система управления предприятием, действующая в условиях рыночной экономики. Термин «Менеджмент» по сути является аналогом термина «управление», его синонимом. Процесс управления (менеджмент) имеет четыре взаимосвязанные функции: планирование, организация, мотивация и контроль.

Работа архива организуется в соответствии с положением об архиве: в положение об архиве включаются следующие разделы: основные положения, состав док-ов архива, задачи и функции архива, права архива, орг-я работы архива. Центральный архив федерального органа власти или органа власти субъекта Федерации может организовывать, разрабатывать и принимать участие в подготовке нормативно-методических документов отраслевого назначения (различных перечней категорий документов со сроками их хранения, типовых (примерных) инструкций по ДОУ и номенклатур дел) как для внутреннего пользования в деятельности архива, так и для использования в работе с документами в структурных подразделениях и подведомственных организациях.

Планирование: В архиве составляются: годовой план работы, план-график приема дел в архив. Годовой план составляется с указанием конкретных видов работ. План-график приема дел в архив согласовывается со структурными подразделениями и утверждается руководителем организации. По итогам работы архивом составляется отчет о выполнении годового плана, планов-графиков, а также сведения о выполнении мероприятий, не включенных в годовой план. Учет труда в архиве ведется в табеле учета рабочего времени в дневниках учета труда. При расчете норм времени на основные виды архивных работ архивы могут руководствоваться Межотраслевым укрупненными нормативами времени на работы по ДОУ.

**В организацию труда персонала архива входит**: подбор и рациональная расстановка кадров; эффективное использование материально-технических ресурсов; создание для работников благоприятных условий труда. Подбор работников происходит в соответствии со штатным расписанием архива. При этом учитываются личные и деловые качества, квалификация работников. При приеме на работу проводится инструктаж по технике безопасности и противопожарной безопасности, будущие работники знакомятся с распорядком работы архива, положением о нем. Один раз в 4 года проводится х аттестация. Для повышения квалификации работников на базе архивов периодически проводятся курсы, совещания, семинары. Архивист может быть привлечен к ответственности за несоблюдение условий обеспечения сохранности документов, утрату и несанкционированное уничтожение документов, необоснованный отказ в приеме док-ов и доступа пользователей к ним.

Маркетинг архивной информации – деятельность, направленная на изучение рынка информации и определение спроса на ретроспективную информацию, содержащуюся в архивных документах, а также на услуги архивистов. В соответствии с Основами законодательства РФ об Архивном фонде РФ и архивах, финансирование и материально-техническое обеспечение архивов осуществляется за счет бюджетных и внебюджетных средств. Маркетинг арх. информации включает: изучение потребностей пользователей документной информации, прогноз потребности в архивных услугах, выявление потенциальных потребителей тех или иных архивных услуг; разработка перечня платных услуг, расширение рекламной компании с целью привлечения более широкого круга потребителей. Основой маркетинга является совпадение интересов продавца и покупателя, предложение редкой информации по высокой цене, определение места и времени продажи информации.

*Выполнение платных услуг. Номенклатура платных работ и услуг, выполняемых архивами, утверждается руководителем организации. Архив на основе номенклатуры с учетом условий своей деятельности может разрабатывать перечень платных работ и услуг, более детально определяющий виды работ, производственных операций и исполнителей. При выполнении платных работ и услуг отношения архива со сторонними организациями и потребителями должны закрепляться договором. (Пр. арх. маркетинга – копирование документов до выхода в Интернет, продажа микрофильмов и микрофиш документов, издания компьютерных версий документов и справочников)*

**Структура, содержание и область применения ГОСТ 6.30-2003.**

Разработан Всероссийским научно-исследовательским институтом документоведения и архивного дела (ВНИИДАД) федеральной архивной службой России.

Внесен научно-техническим управлением Госстандарта России. Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 3 марта 2003 г. №65-ст.

Настоящий стандарт распространяется на организационно-распорядительные документы, относящиеся к унифицированной системе организационно-распорядительной документации – постановления, распоряжения, приказы, решения, протоколы, письма, акты. Настоящий стандарт устанавливает: состав реквизитов документа; требования к оформлению реквизитов документа; требования к бланкам документа, включая бланки документов с воспроизведением гос. Герба в РФ 1.гос. Герб РФ, 2- герб субъект РФ, 3-эмблема/товарный знак орг-ции, 4-код орг-ции, 5- регистрационный № юр. лица, 6- ИНН/КПП, 7- код формы док. (ОКУД), 8- наимен. Орг., 9-справочные данные, 10- наименование имя док., 11- дата, 12-регист. №, 13-ссылка на регист. №, 14-место составление, 15-адресат, 16- гриф утверждения, 19- отметка о контроле, 20- текст, 21- отметка о наличии приложения, 22-подпись, 23-гриф согласования, 24-визы согласования, 25-оттиск печати, 26-отметка о заверении копии, 27-отметка об исполнении, 28 -отметка об исполнении и направлении док. в дело, 29-отметка о поступлении док. в орг., 30 –идентификатор электр. копии док.(отметка колонтитул/левый нижний угол). **Требования к бланкам документа.**1. документ изготавливают на бланках, формат А4 и А5. должен иметь поля 20 мм – левое, 10 мм – правое, 20 мм- верхнее, 20 мм – нижнее. Бланки изготавливаются на белой бумаге светлых тонов. В зависимости от расположения реквизитов устанавливаются 2 варианта бланков – угловой и продольный. Для организации и структ. Поддраз. Должностного лица устанавливаются след. Виды бланков документа: общий бланк; бланк письма, бланк конкретного вида документа. Номер страницы проставляют в посередине верхнего поля листа.

**Общие правила организации документооборота в организации**

Документооборот – это движение док-в на предприятии с момента их получения или создания до завершения исполнения или отправки. Основная задача – оперативность и единообразие обработки док-в. Докумен-тообор. осуществл. в виде различ. потоков док-в**. Объем** документообор. зависит от 1.значимости орг-ции;2.от ее функц-й и уровня решаемых задач;3.от связей с внеш. организ-ми. В документацион.обеспечении сущест. 3 гр.док-в. Вход., исход., внутр.

**Входящие** наначальном этапе проход.1.первич.обраб-ку;2.предвар-ое рассмотрен.служ.ДОУ**. Исходящие и внутрен.** на нач-м этате проход.1.составлен.проекта док-та 2.провер.правильн.оформления 3.согласование док-та.**Общими для всех групп явл**.1.рассмотрен.док-в рукод-м, 2.регистр-я, 3.передача исполнит-м, 4.контроль испо-лнения 5.исполнение,6.подшивка в дела, 7.исполььз.док-в в справоч информац.целях, 8.подгот.к перед.в архив. Учет объема докум-оборота осущ-ся с целью получ. данных для расчета штат. числ-ти персон. делопроизв-ой службы**.Входящие** 1.докум. вышест..орган-й, орг-в власти;2.подведом-х орг-й, присыл-х отчетно-учетную док-ю и различного рода запросы;3.док-ы организаций-смежников и прочих организаций, обмен-ся информ. для решения вопросов, требующих совместных действий;4.жалобы и заявления граждан. **Первич.обраб.**1.проверка прав.дост.2.колич-ва лист.поступ.док-та, 3.наличия прилож.При отсутсвии лист.док-та илиприлож.а)ставится в извест.отправ-ль,б) отметка надок-те,в)отмет. в журн.регистр.(примеч.). Не вскрыв.письма-Лично, Конфиденциально**. Входящ.док-ты** распред-ся на регистр.и нерегист.Регистрируемые-входящ.№,дата поступ. Использ-ся порядковая регистр-ия по журн-лу в теч.одного года.Руков-ль-опред.испол-ля,сроки в виде резолюции на док-те. **Исходящие- отправляемые из орг-ции. Основ.этапы**: 1.сост.проекта док-та;2.провер.прав-ти оформ.проек.; 3.соглас.проек.;4.подпис.рук-лем;5.регистр;6.отправка; 7.подшив.копии в дело. **Внутренние**в рамках орг-ции. На этапах подгот-ки и оформл-я как и с исходящими. На этап.исполнения и завершения порядок операций как с входящими 1.перед-ча испол-лю;2.контроль испол-я;3.испол-е 4.отметка об испол-ии; 5.подшивка испол-го в дело.

**Организация комплектования Архивного фонда РФ.**

**Комплектование архива** – систематическое пополнение архива документами в соответствии с его профилем и действующим законодательством. Профиль архива определяется Федеральной архивной службой РФ. Целью комплектования является наиболее полная концентрация в архиве профильных ему документов. До передачи документов в госархивы они хранятся у фондообразователей в ведомственных или частных архивах. Работа по комплектованию архива документами складывается: из установленного профиля архива: определение источников комплектования; определение состава документов, подлежащих хранению в архиве; организация комплектования. Источник комплектования – юридическое или физическое лицо, чьи документы поступают или могут поступить на хранение в архив. Критериями источников комплектования являются: функционально-целевое назначение учреждения; масштаб его деятельности; вид организации; полнота отражения в ее документах ценной информации. Источников комплектования гос. архивов, хранящих документы постоянно, являются организации и физические лица, в деятельности которых образуются подлежащие передаче в госархивы документы Архивного фонда РФ. Выделяются следующие группы источников комплектования: учреждения и организации, документы которых полностью передаются в госархив; учреждения и организации, частично передающие документы в госархив, поскольку они либо входят в состав документов вышестоящих учреждений и организаций, либо не являются особо ценными; учреждения и организации, от которых осуществляется групповой выборочной прием документов, имеющих ценную или необычную информацию, в совокупности отражающую их деятельность; учреждения и организации, от которых осуществляется повидовой выборочной прием документов, имеющих особое значение как типовых для данного вида учреждений и организаций. В реальной архивной практике создаются два списка источников комплектования: В первый список входят учреждения и организации, в деятельности которых создаются документы, имеющие государственное значение, поступающие в госархив в полном объеме. Второй список составляют учреждения и организации не сдающие свои документы в госархив, не находящиеся под контролем госархивов как возможные источники комплектования. Кроме списков учреждений и организаций, сдающих в госархив документы на бумажной основе, ведутся списки – источников комплектования, а также при приеме этих док-ов в архив, списки учреждений и организаций, являющихся источниками комплектования кино-фото-фоно-видео-документов и электронных документов. При приеме док-ов в госархив возможно поступление их полностью или выборочно. При полном поступлении док-ов учреждения и организации передают в архив все свои архивные документы. При выборочном приеме поступают все ценные документы от отдельных организаций определенного вида или часть ценных документов из числа неповторяющихся в фондах других организаций от конкретной организации. Передача дел в архив производится при полной архивной обработке дел по их описи. Передача в ведомственный архив: передаются дела постоянного, временного (свыше 10 лет) хранения и личного состава; передача производится через год после завершения дел делопроизводством; прием дел в архив производится зав.архивом поединично по описи в присутствии представителя того структурного подразделения, чьи дела передаются в архив; при передаче особо ценных дел производится их полистный просмотр; при отсутствии дел на них составляется справка, объясняющая это отсутствие; передача фиксируется в описи сдатчика и описи приемщика, при этом в конце каждого их экземпляра делается отметка о наличии дел, указывается их фактическое количество, номера отсутствующих дел, дата сдачи дел в архив; по окончании приема дел зав. Архивом расписывается на трех экземплярах описи дел постоянного хранения и на двух экземплярах описи дел долговременного хранения, вторые экземпляры возвращаются сдатчику, остальные остаются в архиве. По истечении сроков ведомственного хранения дела передаются в госархив на постоянное хранение: передача дел в госархив производится ежегодно или раз в 3-5 лет, документы передаются по описям и оформляются актом приема-передачи дел на госхранение в 2-х экз., документы передаются в упорядоченном состоянии с соответствующим научно-справочным аппаратом и страховыми копиями на особо ценные документы; при приеме документов производится проверка их физического, санитарно-гигиенического и тех. Состояния; прием производится поединично, а особо ценные полистно, при первом приеме док-ов организации в архив вместе с ними передается историческая справка организации, док-ты негосударственных организаций принимаются в госархив в соответствии с заключаемым между ними договором; документы физических лиц поступают в госархив в результате дарения, завещания, купли-продажи.

**12. Сущность понятия «документ»**

**Документ**создается в результате документирования – записи информации на различных носителях по установленным правилам. Носитель – материальный объект, который используется для закрепления и хранения на нем речевой, звуковой или изобразительной информации. Управленческая документация подразделяется на отдельные системы. Под системой документации понимается совокупность документов, взаимосвязанных по признакам происхождения, назначения, вида, сферы деятельности, единых требований к оформлению. В русский язык слово документ пришло Вов времена Петра 1 и первоначально имело значение письменного свидетельства. Затем появились термины: деловая бумага, служебный документ, акт, выделяются счетные и исторические документы. Понятие документ используется Вов всех сферах общественной деятельности. Почти каждая отрасль знание дает свое толкование этого термина. В зависимости какая отрасль знания дает это определение, само понятие документ определяют различным образом: документ – материальный объект, документ –носитель информации, документ – документационная информация. Официальное толкование данного темна дает ГОСТ Р 51141-98 «Делопроизводство и архивное дело. Термина и определения. - *Документ – зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющая ее идентифицировать.***Внешние признаки документа –**признаки, отражающие форму и размер документа, носитель информации, способ записи, элементы оформлении. **Функции документа.**Любой документ обладает определенными функциями, выяснения которых важно для определения цели создания документа, для его классификации и изучения роли в данной социальной структуре или экономической системе. Документ функционален или многофункционален, т.е. содержит в себе различные функции.
Выделяются функции общие и специальные. Общие – это информационная (относящуюся к прошлому, оперативная – текущая, перспективная – относящ. к будущему), социальная (создаются для удовлетворения различных потребностей), коммуникативная (документы – законы, указы, распоряжения. приказы, жалобы, переписка, договорные док.) культурная (способность сохранять и передавать традиции, ритуалы принятые в обществе – кинофильм, фото). Специальные – управленческая (установление, закрепление правовых норм, док. влекующие за собой юр. силу), правовая (изменения правовых норм и правонарушений – законы, указы), ф-ция исторического источника, ф-ция учета (статистический, бухгалтерский, оперативный). **Свойства документа.** Принято выделять несколько свойств документа:**Юридическая сила документа, его свойство –**свойство быть подлинным доказательством тех фактов, событий и действий, которые отражены в документе. Юридическая сила документа – это свойство официальное документа, сообщаемое ему действующим законодательством, компетенцией издавшего его органа и установленным порядком его оформления.**Оригинальность документа.** Слово оригинал от лат. «оригиналис» - первоначальный, самобытный. Оригиналы документов могут быть беловиками и черновиками. Черновик – это документ в предварительной редакции. Черновой документ – рукописный или машинописный документ, отражающий работу автора или редактора над его текстом. Беловик – это последняя, переписанная набело редакция документа. Беловой документ – рукописный или машинописный документ, текст которого переписан с чернового документа или написан без помарок и исправлений. Для служебных документов оригиналом является беловик.**Подлинность документа –** в переводе с латинского означает достоверный. Подлинный документ- документ, сведения об авторе, времени его происхождения. Это может быть первый или единичный экземпляр. Дубликат документа – повторный экземпляр подлинника, имеющую юридическую силу. **Копийность документов.**Копия документов – это документ, полностью воспроизводящий информацию подлинного документа и все его внешние признаки или часть и, не имеющий юридическую силу. Среди копий различают: Выписка – копия часть документа, должна содержать воспроизведение полного текста решения по определенному вопросу. Особый вид – фото и светокопии.

**Обработка основных документопотоков**

Основой построения делопроизводственной службы яв. принятая в организации форма работы с док-ми –**централизованная, децентрализованная** или **смешанная** форма. При *центр.форма*- все док-ты регистрируются в одном месте (служба делопроизводства, секретарь). Такая система позволяет создать единый справочный цент по док-м. Децентрализованная – регистрация происходит в струк.подразделениях или в местах составления или исполнения док-в). Смешанная – часть регистрируется централизованно, другая часть в структур.подразделениях. Регистрируемые док-ты делятся на несколько гр., каждая из которых регистрируется отдельно: вх, исх, внутр. **Входящие** наначальном этапе проход.1.первич.обраб-ку;2.предвар-ое рассмотрен.служ.ДОУ**. Исходящие и внутрен.** на нач-м этате проход.1.составлен.проекта док-та 2.провер.правильн.оформления 3.согласование док-та. **Общими для всех групп явл**.1.рассмотрен. док-в рукод-м, 2.регистр-я, 3.передача исполнит-м, 4.контроль испо-лнения 5.исполнение,6.подшивка в дела, 7.исполььз.док-в в справоч информац.целях, 8.подгот.к перед.в архив. **Входящие** 1.докум. вышест..орган-й, орг-в власти;2.подведом-х орг-й, присыл-х отчетно-учетную док-ю и различного рода запросы;3.док-ы организаций-смежников и прочих организаций, обмен-ся информ. для решения вопросов, требующих совместных действий;4.жалобы и заявления граждан. **Первич.обраб.**1.проверка прав.дост.2.колич-ва лист.поступ.док-та, 3.наличия прилож.При отсутсвии лист.док-та или прилож.а)ставится в извест.отправ-ль,б) отметка на док-те, в)отмет. в журн.регистр.(примеч.). Не вскрыв.письма-Лично, Конфиденциально**. Входящ.док-ты** распред-ся на регистр.и нерегист.Регистрируемые-входящ.№,дата поступ. Использ-ся порядковая регистр-ия по журн-лу в теч.одного года.Руков-ль-опред.испол-ля,сроки в виде резолюции на док-те. **Исходящие- отправляемые из орг-ции. Основ.этапы**: 1.сост.проекта док-та;2.провер.прав-ти оформ.проек.; 3.соглас.проек.;4.подпис.рук-лем;5.регистр;6.отправка; 7.подшив.копии в дело. **Внутренние**в рамках орг-ции. На этапах подгот-ки и оформл-я как и с исходящими. На этап.исполнения и завершения порядок операций как с входящими 1.перед-ча испол-лю;2.контроль испол-я;3.испол-е 4.отметка об испол-ии; 5.подшивка испол-го в дело.

*Док-ты имеют регистрационные номера. Например: № 03-05/145 (03 индек струк.подразд; 05 номер по номенклатуре; 145 регистрационный номер). Или № 02/55 (02 вх.номер, индеек структ.подразд.в которой он будет исполнятся; 55 регистрацион.номер). №41 – для внутр.док-в.***Резолюция на док-те**(17 реквизит): наносится на док. рукописным способом руковод. или долж.лицом. Пишется на первом листе док-та в любом свободном месте, кроме полей. Включает в себя: кому; что делать; когда; личную подпись долж.лица; дату резолюции.

**Организация документов и дел в пределах Архивного фонда РФ в целом.**

Организацию документов Архивного Фонда РФ включает их классификация и систематизация.Классификация – выработка научных основ организации документов, установление логических и исторических связей между ними. Систематизация – физическая организация и упорядочении документов на основе схемы их классификации.Организация документов осуществляется:В пределах Архивного Фонда РФ;В пределах конкретного архива;В пределах конкретного архивного фонда. Организация документов – совокупность административно-правовых и научно-методических решений и технических операций, применяемых к этим документам с учетом их принадлежности, к различным формам собственности, разным историческим периодам, видам носителей информации и др. особенностей, в целях их упорядочения и рационального архивного хранения по обособленным совокупностям архивных фондов. В основе организации док-ов находится архивный фонд – совокупность архивных документов, исторически или логически связанных между собой. До недавнего времени основными критериями организации хранения док-ов были:Принадлежность до-ов к историческим эпохам;Принадлежность док-ов к комплексам общесоюзного, республиканского, местного значения; Принадлежность документов к административно-территориальным единицам; Принадлежность документов к определенным отраслям государственной и общественной деятельности; Принадлежность документов к составу документации данного фондообразователя. В настоящее время критериями организации хранения док-ов являются: Формы собственности – государственная часть Архивного фонда РФ, федеральная собственность в ведении РФ, муниципальная собственность, негосударственная часть Архивного фонда РФ; Виды носителей, способы и техника закрепления информации – письменные и графические документы на бумажных носителя, кинофотофонодокументы, видеограммы, электронные документы; Сроки хранения – постоянное хранение в госархиве, музее, библиотеке, архиве негосударственного учреждения, временное хранение до передачи документов в госархив в ведомственном архиве, временное и депозитарное хранение в ведомственных архивах и отраслевых фондах, временное и депозитарное хранение док-ов негосударственной части Архивного фонда РФ в госархивах. Все критерии применяются в совокупности. Согласно им происходит организация док-ов в пределах Архивного фонда РФ. Архивный фонд РФ – совокупность документов, отражающих материальную и духовную жизнь ее народов, имеющих историческое, научное, социальное, экономическое, политическое, культурное значение, являющихся неотъемлемой частью историко-культурного наследия народов РФ. Архивный фонд РФ в зависимости от формы собственности на его документы состоит из государственной и негосударственной частей. Государственную часть Архивного фонда РФ составляют архивные фонды и архивные документы, являющиеся федеральной собственностью (федеральные архивы), государственной собственностью республик в составе РФ, краев, областей, автономной области, автономных округов, г. Москвы и Петербурга (республиканские, краевые, областные, окружные архивы), муниципальной собственностью (гор-(рай) архивы) В государственную часть Архивного фонда входят арх. Фонды и арх. Док-ты: Гос. учреждений, организаций , предприятий, действовавших на всем протяжении ее истории, учреждений религиозных конфессий до момента отделения церкви от гос-ва; Органов гос. власти, местного самоуправления, прокуратуры, госучерждений, предприятий, организаций, воинских частей, действующих на территории РФ; Отечественных госучреждений, воинских частей, находившихся или находящихся за границей; Предприятий, организаций и объединений смешанных форм собственности, в уставном капитале которых имеется преобладающая доля федеральной или государственной собственности; Органов учреждений, организаций и предприятий бывших КПСС и ВЛКСМ Других общественных организаций и объединений, образовавшиеся при осуществлении их деятельности до момента регистрации в соответствии с законодательством РФ об общественных объединениях, принятые в учреждении Федеральной архивной службы России; Копии арх. Док-ов на правах подлинников, а также копии арх. Док-ов, поступившие на законных основаниях в собственность государства из-за рубежа. Негосударственную часть Архивного фонда РФ составляют док-ты, находящиеся в частной или иной негосударственной собственности, имеющие историческое, научное, социальное, экономическое, политическое, культурное значение. Негосударственную часть Архивного Фонда РФ составляют архивные фонды и архивные документы: Общественных объединений и организаций с момента их регистрации в соответствии с законодательством РФ об общественных объединениях, в том числе профсоюзов, благотворительных и иных фондов, политических партий и движений; Религиозных объединений и организаций (после отделения церкви от государства); Негосударственных объединений (корпораций, ассоциаций, акционерных обществ), учреждений, организаций и предприятий промышленности, сельского хоз-ва, других отраслей экономики, науки культуры, социальной сферы, средств массовой информации; Физических лиц (док-ты личного происхождения, фамильные, родовые архивы, коллекции док-ов) Отнесение документов к составу Архивного фонда РФ производится на основании экспертизы ценности. Учетно-классификационной единицей Архивного фонда РФ является архивный фонд – совокупность арх.док-ов, исторически или логически связанных между собой.

1. **Понятие «информация» и «документ».**

Основу деятельности любого предприятия или организации составляет работа с информацией – ее получение, обработка, понятие каких-либо решений и их исполнения. **Информация-**это сведения о лицах, фактах, событиях и явлений, вне зависимости от формы ее представления. Информация имеет большое значение, т.к. на ее основе принимаются решения, зависящие от полноты информации, ее достоверности и своевременности предоставления.**Носитель информации** – объект, материальное тело, на котором фиксируется информация (тетрадь, лист бум., диск, дискета, компьютер, доска) **Источник информации** – объект, в котором зарождается информация (теле, радио, Интернет).**Документ – от лат. Слова «Документум» - свидетельство -**это материальный носитель данных с записанной на нем информацией, предназначенный для ее передачи во времени и пространстве. Документы могут содержать изображения, тексты, звуки и другую информацию. **Документирование –**процесс записи информации на различных носителях по установленным правилам. Документы обеспечивают закрепление, сбор и обработку информации, передачу и использование информации, а также ее хранение.

**Технология регистрации док-в**

Регистрация - это фиксация факта создания или поступления документа путем проставления на нем номера и даты с последующей записью необходимых сведений о документе в регистрационных формах. Задачи: учет количества документов; сохранности документов, контроля исполнения документов; поиск документов в информационно-справочных целях. На практике в наст.время применяется три системы регистрации документов: централизованная, децентрализованная и смешанная. При *центр.форма*- все док-ты регистрируются в одном месте (служба делопроизводства, секретарь). Такая система позволяет создать единый справочный цент по док-м. Децентрализованная – регистрация происходит в струк.подразделениях или в местах составления или исполнения док-в). Смешанная – часть регистрируется централизованно, другая часть в структур.подразделениях. Регистрируемые док-ты делятся на несколько гр., каждая из которых регистрируется отдельно: вх, исх, внутр. Важный принцып регистрации однократность. Каждый док-т регистрируется один раз. Вход.регистр. в день поступления, исх. и внутр. в день подписания. **Вход.док-ты** распред-ся на регистр.и нерегист. Регистрируемые-входящ.№,дата поступ. Использ-ся порядковая регистр-ия по журн-лу в теч.одного года.Руков-ль-опред.испол-ля,сроки в виде резолюции на док-те.**Исходящие- отправляемые из орг-ции. Основ.этапы**: 1.сост.проекта док-та;2.провер.прав-ти оформ.проек.; 3.соглас.проек.;4.подпис.рук-лем;5.регистр;6.отправка; 7.подшив.копии в дело. **Внутренние**в рамках орг-ции. На этапах подгот-ки и оформл-я как и с исходящими. На этап.исполнения и завершения порядок операций как с входящими 1.перед-ча испол-лю;2.контроль испол-я;3.испол-е. 4.отметка об испол-ии; 5.подшивка испол-го в дело.**Входящие** наначальном этапе проход.1.первич.обраб-ку;2.предвар-ое рассмотрен.служ.ДОУ**. Исходящие и внутрен.** на нач-м этате проход.1.составлен.проекта док-та 2.провер.правильн.оформления. 3.согласование док-та.**Общими для всех групп явл**.1.рассмотрен.док-в рукод-м, 2.регистр-я, 3.передача исполнит-м, 4.контроль испо-лнения 5.исполнение,6.подшивка в дела, 7.исполььз.док-в в справочинформац.целях, 8.подгот.к перед.в архив.**Входящие** 1.докум. вышест..орган-й, орг-в власти;2.подведом-х орг-й, присыл-х отчетно-учетную док-ю и различного рода запросы;3.док-ы организаций-смежников и прочих организаций, обмен-ся информ. для решения вопросов, требующих совместных действий;4.жалобы и заявления граждан. **Первич.обраб.**1.проверка прав.дост.2.колич-ва лист.поступ.док-та, 3.наличия прилож.При отсутсвии лист.док-та или прилож.а)ставится в извест.отправ-ль,б) отметка на док-те, в)отмет. в журн.регистр.(примеч.). Не вскрыв.письма-Лично,Конфиденциально**.**Существует **журнальня регист**(до 1 тыс. док-в в год); **Карточная**(свыше 1 тыс. док.; формат А5, в 2-3 экз.); **компьютерная регистрация**(удобно, вносится большое кол-во информации. Эффект.контроль, информ-справоч.) **Индексация док-в** – проставление их порядковых (**регистрационных номеров**). Реквизит (12) ГОСТ Р 6.30-2003. *Док-ты имеют регистрационные номера. Например: № 03-05/145 (03 индек струк.подразд; 05 номер по номенклатуре; 145 регистрационный номер). Или № 02/55 (02 вх.номер, индеек структ.подразд.в которой он будет исполнятся; 55 регистрацион.номер). №41 – для внутр.док-в. К индексам приказов по лич.составу допускается писать л/с или кадры (к).*Регистрация начинается с №01, с 1 янв. до 31 дек. Каждого года включительно

**ПРИНЦИПЫ АРХИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Продуманный менеджмент - наиболее надежное средство для достижения эффективности работы архива. Идеи, принципы и методы научной организации менеджмента обусловлены не только потребностями современной экономической и социальной практики, но и обшей логикой развития науки управления.

Слово "manage" употреблялось в английском языке еще в 19 веке и дословно переводится как управлять, воздействовать, влиять, хитрить, выкручиваться, но лишь во второй четверти 20 века оно приобретает современное значение.

Менеджмент - это совокупность современных концептуальных моделей и специфических технологий, нацеленных на постоянное изменение и развитие предприятий и организаций в динамично меняющейся среде хозяйствования.

Можно употребить термины «менеджмент» и «управление» в одном и том же значении, хотя они имеют смысловые нюансы, связанные со спецификой двух исследовательских традиций - западной и отечественной.

Виды управления определяются предполагаемым или реальным объектом управления. При этом существуют:

технико-технологические системы управления (неживые);

автоматизированные системы управления технологическими процессами;

биологические системы (живые);

социальные системы, где главным субъектом и объектом управления является человек.

Именно применительно к этому, последнему, виду управления и применяется термин менеджмент.

Общие функции управления:

организация работы;

предвидение;

планирование;

координация;

работа с персоналом;

маркетинг;

паблик релейшенз;

инновация.

Общие функции управления на сегодняшний день представляют из себя:

1) Организация - предметная деятельность, организация как процесс достижения цели - задач и используемых мер, действий, решений. Управление архивом осуществляется директором и другими руководящими работниками архива организационно-распорядительными, экономическими, социальными и воспитательными методами.

Для осуществления управления архивом разрабатываются основные нормативные документы по организации работы архива: положение об архиве и его структурных подразделениях, структура и штатное расписание, смета поступлений и расходов, должностные инструкции работников.

2) Прогнозирование - система и процесс определения вероятностей событий,

Существуют:

научно-техническое прогнозирование;

экономическое прогнозирование;

экологическое прогнозирование;

политическое прогнозирование.

3) Планирование - это определение видов и объемов работ работников на определенный период согласно назначению и цели деятельности архива. В архиве составляются такие плановые документы на год:

план развития архивного дела;

план научно-исследовательской и методической работы;

план научно-издательской работы;

план внедрения научных и методических разработок;

план-отчет работы архива;

план-отчет работы структурного подразделения;

план-отчет работы работника.

В зависимости от направлений деятельности, штатной численности и наличия структурных подразделений отдельные виды плановых документов могут не составляться. Вместе с тем архив может разрабатывать отдельные планы развития определенных направлений деятельности.

Планирование осуществляется архивом самостоятельно на основе анализа достигнутых результатов, перспективных планов развития архивного дела и делопроизводства и программ по отдельным направлениям деятельности, исходя из имеющихся в наличии и прогнозированных финансовых, материальных и трудовых ресурсов, с учетом рекомендаций и поручений органов высшего уровня.

Планирование в архиве начинается с разработки плановой части планов-отчетов работы структурных подразделений.

4) Координация - взаимная увязка работ, задач по видам, исполнителям, объемам и срокам.

5) Работа с персоналом - изучение различных способов стимулирования деятельности, психологических мотиваций работников и др.

6) Маркетинг - вид человеческой деятельности, связанный с изучением изменения спроса на товары или по удовлетворению спроса и реализаций этих мер.

7) Паблик рилейшнз - связи с общественностью.

8) Инновации - нововведения на предприятии, в организации.

Все эти функции применяются и в организации работы архива.

Специфика архивного менеджмента при предоставлении исторических информационных услуг

Аннотация. В статье раскрываются особенности архивного менеджмента в контексте предоставления учреждением информационных услуг. Описываются такие его элементы как планирование деятельности архива(для определения приоритетных задач); работа с персоналом, реализующая подбор и мотивацию сотрудников с соответствующей квалификацией, деловыми и человеческими качествами; а также архивный маркетинг, который помогает определить спрос на ретроспективную информацию и услуги архивистов.Ключевые слова:архив, ретроспективная информация, информационные услуги, архивный менеджмент, архивный маркетинг.

Общеизвестно, что для объективного изучения истории крайневажна работа с подлинными источниками. Архивы являются хранилищами опыта цивилизации, накопленного на протяжении веков. Через доступ к архивной информации историки, краеведы, исследователи получают возможность пролить свет на факты прошлого и развить у молодого поколения интерес к истории и традициям стран ивсего человечества. Сохранить для истории документальные богатства нашей страны важнейшая задача государственных и негосударственных архивов, общественных организаций, граждан России и, конечно, обязанность Архивной службы России всех уровней.Архивные документы являются важнейшим источником достоверной информации о различных аспектах развития общества. К архивным источникам постоянно обращаются как отечественные, так и зарубежные исследователи. Особенностью архивного фонда и одним из основных отличий его от других информационных фондов является то, что его объем постоянно возрастает за счет новых поступлений, причем с течением времени информационная, историческая и научная ценность архивной информации не снижается, а, напротив, постоянно возрастает, поэтому увеличивается и интерес исследователей к архивной информации.Архив является также организацией, учреждением, состоящим из иерархии сотрудников, имеющей свою специфику управления.Архивный менеджмент является надежным средством для достижения эффективности работы архива. Менеджментом является управление социальноэкономическими процессами на уровне организации, управление хозяйственной деятельностью и персоналом. Идеи, методы и принципы организации архивного менеджмента обусловлены потребностями современной архивной практики, общей логикой развития науки управления. Для обеспечения эффективности и конкурентоспособности организациинеобходимо знать современные методы и технологии управления, а также уметь ими пользоваться. В современных экономических условиях, по мнению практикующих специалистов, наиболее характерными функциямиархивного менеджментаявляются планирование, работа с персоналом и маркетинг.

Маркетинг информации в архивной сфере –это деятельность по изучению потребностей и динамики информационного рынка и прогнозированию спроса потребителей на информационные товары и услуги[6].При этом маркетинг архивных документов и архивной информации как особо важная функция менеджмента в архивах, имеющая характерные особенности, подразумевает деятельность, направленную на изучение рынка информации и определение спроса на ретроспективную информацию, содержащуюся в архивных документах,а также на услуги архивистов [9]. В основе маркетингового исследования лежат такие показатели интенсивности и эффективности использования документов, как потребители информации, тематика исследований, запросов, публикаций, частота обращений к различным фондам. Информационный маркетинг в системе федеральной архивной службы –деятельность по изучению динамики информационного рынка и прогнозированию спроса потребителей на информационные товары и услуги.Маркетинг архивной информации включает: изучение потребностей пользователей документной информации путем проведения маркетингового исследования, критериями которого являются интенсивность и эффективность использования тех или иных документов; прогноз потребности в архивных услугах, выявление потенциальных потребителей тех или иных архивных услуг; разработка перечня платных услуг; расширение рекламной кампании с целью привлечения более широкого круга потребителей; установление системы постоянной обратной связи с потребителями для продажи архивных услуг [6].Основными информационными услугами архивов являются копирование документов, продажа комплектов микрофильмов и микрофиш архивныхдокументов, изданий документов и справочников на CDROM, созданий платных информационных ресурсов (машиночитаемых версий исторических источников в Интернет). Ценовую политику на рынке этих услуг определяют продуценты —производители и продавцы информации [1].Документы как объект имущественного права, как вещь могут продаваться и покупаться. В этом случае должна проводиться их денежная (стоимостная) оценка, которая также проводится при коммерческом использовании документов и их страховании [3].Основой маркетинга является совпадение интересов продавца и покупателя, предложение редкой информации по высокой цене, определение места и времени продажи информации. Оптимальным вариантом является взаимная заинтересованность архива и потребителя, обеспечивающая продажу архивных услуг не как разового, а постоянного явления[6].В соответствии с законодательством в роли покупателей документов могут выступать как частные лица, так и научные центры, университеты, библиотеки, музеи, архивы, а также компаниипродуценты, которые специализируются на продаже информации, содержащейся в документах, в основном в виде микрографических копий: микрофильмов или микрофиш [3]. В современных условиях создания отечественного рынка информации и выхода российских архивистов на мировой информационный рынок главная задача маркетинга —дать ориентиры для установления цен на информационные услуги в архивах и микрокопии архивных документов. Чем выше спрос на ту или иную информацию, тем выше ее цена.Вместе с тем задачи информационного маркетингав архивах значительно шире вопросов ценообразования. Так, сведения о количественных характеристиках (числе посетителей, запросов и т.д.) необходимы для планирования работы архива, определения его бюджета и штата. Сведения о качественной стороне использования (категориях пользователей, тематике исследований, доле использованных дел и формах использования и т.д.) помогают выявить ошибки в экспертизе ценности документов, а главное —организовать всю работу по созданию и усовершенствованию справочников системы научносправочного аппарата [1].Планирование –одна из важных функций архивного менеджмента. При этом под планированием в данном контексте понимаетсяпроцесс определения целей и приоритетных направлений развития организации, а также программы действий по их достижению [8]. Акцентируем внимание, что планы составляются в соответствии со структурой и штатами архива, поскольку запланированные мероприятия не должны превышать возможности имеющихся подразделений трудовых ресурсов.Планирование работы архив осуществляет самостоятельно, на основе результатов предшествующей деятельности, с учетом региональных и отраслевых планов развития архивного дела, рекомендаций органов управления архивным делом соответствующего субъекта РФ [5]. Перспективные планы (программы) архивного учреждения составляются на долгосрочный период —5, 10, 15 лет.Текущие планы составляются на период 1 год, 0,5 года, квартал, 1 месяц[1].Главным документом по планированию работы в архиве является план работы архива на год[9].Проект плана обсуждается руководством архива предприятия, при необходимости согласовывается с вышестоящим органом управления архивным делом и затем утверждается руководителем предприятия [5].Плансостоит из введения, текстовойчасти, расчетной части и предложений[9]. Расчетная часть плана включает бюджет рабочего времени по наиболее важным показателям, контролируемым органом управления. Соответственно, самый важный отчетный документ годовой отчет архива, который составляется в соответствии с разделами плана и также содержит расчетную часть. К годовому отчету архива могут прилагаться документыцентрализованного государственного учета: паспорт архива, сведения о состоянии хранения документов в организациях —источниках комплектования[1].Планирование работы структурных подразделений архива предприятия осуществляется под руководством начальников соответствующих подразделений, как правило, на предстоящее полугодие или квартал.Чаще всего структурные подразделения имеются в государственном архиве [5]. Структура государственного архива складывается из отделов, созданных обычно по функциональному принципу, то естьпо направлениям работы архива: отдела комплектования и ведомственных архивов, отдела учета, хранилищ, отдела научносправочного аппарата, читального зала, отдела использования, приемной (справочного стола) архива и других отделов. За основу при разработке структуры архива берется типовая структура, утвержденная Росархивом, в которой указывается состав структурных подразделений для различных категорий архивных учреждений [1].Индивидуальным планированием занимаются работники архива предприятия по указаниям его руководителя и начальников соответствующих структурных подразделений. Проект индивидуального плана составляется на предшествующий месяц на основе плана работы структурного подразделения [5].

Следующим приоритетным направлением управления в архиве является работа с персоналом, котораяпредполагает,прежде всего,подбор и мотивацию сотрудников. Управление персоналом является комплексным, целенаправленным воздействием на коллективы и отдельных работников в направлении обеспечения оптимальных условий для творческого, инициативного, созидательного труда для достижения целей предприятия. Целью управления персоналом является формирование, развитие и реализация с наибольшей эффективностью кадрового потенциала организации. Кзадачам управления персоналом относятсяформирование кадрового потенциала предприятияи обеспечение условий для производительного труда персонала [4].Эффективная организация деятельности архива невозможна без правильного подбора кадров и рационального распределения функциональных обязанностей между ними [2].Требования творческого подхода работников к работеобусловили повышение их самостоятельности и ответственности за выполняемую работу, активное участие в принятии управленческих решений, непосредственную заинтересованность в результатах труда. В связи с этим новый смысл и содержание приобретают такие критерии оценки персонала, как образование, профессионализм, личная культура и этика работников. Важно установить соответствие работника занимаемой должности, то есть четко выделить виды работ, выполняемые функции и под эти работы подобрать людей, имеющих нужную квалификацию для качественного выполнения функциональных обязанностей. Эта работа может быть эффективной только в том случае, если она основана на правильной оценке наличия у кандидатов всех качеств, необходимых для конкретного вида деятельности.[4]. Прежде всего, необходимо помнить основные требования квалификационных справочников в отношении основных категорий специалистов.Так, заведующий архивом возглавляет работу по организации и ведению архивного дела, обеспечивает в соответствии с установленным порядком прием, регистрацию, систематизацию, хранение и использование документов, руководит работой по составлению справочного аппарата, облегчающего учет и использование архивных документов, оказывает методическую помощь в поиске необходимых документов. Заведующий архивом должен знать постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся работы архивов; Единую государственную систему делопроизводства; порядок оформления документов, поступающих в архив, и действующую систему их классификации; структуру предприятия, учреждения, организации; основы организации производства, труда и управления; законодательство о труде; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.

Архивариус осуществляет работу по ведению архивного дела на предприятии, организует хранение и обеспечивает сохранность документов, поступивших в архив, участвует в разработке номенклатуры дел, проверяет правильность формирования и оформления при их передаче в архив. Архивариус должен знать нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы по ведению архивного дела на предприятии; порядок приема и сдачи документов в архив, их хранение и пользование ими; Единую государственную систему делопроизводства; порядок составления описаний документов постоянного и временного хранения и актов об уничтожении документов; порядок оформления дел и их подготовки к хранению и использованию; порядок ведения учета и составления отчетности; структуру предприятия; основы организации труда; правила эксплуатации технических средств; основы трудового законодательства; правила внутреннего трудового распорядка, правила и нормы охраны труда.Кодификатор ведет работу по подбору, хранению, систематизации и учету законодательных и нормативных правовых актов и документов, выдает необходимые работникам предприятия законодательные и нормативные правовые документы, составляет перечень устаревших документов, ведет учет выдачивозвращения документов и т.д.Кодификатор должен знать законодательные и нормативные правовые акты, постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие материалы и документы, касающиеся вопросов делопроизводства, правил хранения законодательных и иных нормативных документов; принципы разработки классификаторов и порядок пользования ими; основы организации труда; правила эксплуатациитехнических средств; основы организации труда; правила эксплуатации технических средств; основы законодательства о труде; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда [1].Управление персоналом также предусматривает и мотивацию сотрудников –это совокупность мотивов, побуждающих человека к труду и достижению поставленных перед ним целей. Одна из ее разновидностей –это мотивация достижений. Мотив достижения стремление достичь высоких результатов и мастерства в деятельности; оно проявляется в выборе сложных заданий и стремлении их выполнить. Успехи в любой деятельности зависят не только от способностей, навыков, знаний, но и от мотивации достижения. Человек с высоким уровнем мотивации достижения, стремясь получить весомые результаты, настойчиво работает ради достижения поставленных целей.Мотивация достижения (и поведение, которое направлено на высокие результаты) даже у одного и того же человека не всегда одинакова и зависит от ситуации и предмета деятельности. Ктото выбирает сложные задачи по математике, а ктото, наоборот, ограничиваясь скромными целями в точных науках, выбирает сложные темы по литературе, стремясь достичь именно в данной области высоких результатов. Т.В. Соловьева выделяет следующие наиболее часто встречаемые цели мотивации персонала архива:

удержание персонала (методы кредитования, предоставления жилья, гибкий график работы для женщин, соцпакет и т. д.);

стимулирование к выполнению поставленной задачи наиболее полно, точно, быстро (материальное стимулирование, зависимость оплаты от объема выполненной работы и т.д.);

мотивация на саморазвитие, творческий и новаторский подход к работе (делегирование полномочий, мотивирование временем, обучение и создание условий для работы) [5].К ключевым особенностям архивного менеджментадля успешного продвижения организации на рынке информационных услуг следует отнеститакже следующие направления. Так,в первую очередь,это открытость архивов для взаимодействия с потребителями[7]; ориентацияучреждений на выявление потенциальных потребителей тех или иных архивных услуг; ведение разработки перечня платных услуг; расширение рекламной кампании с целью привлечения более широкого круга потребителей; установление системы постоянной обратной связии т.д.

Таким образом, благодаря архивному менеджменту, вопервых,происходит планирование деятельности архива, которое позволяет определить приоритетные задачи архива на определенный промежуток времени; вовторых, осуществляется работа с персоналом, которая включает подбор и мотивациюсотрудников с соответствующей квалификацией, деловыми и человеческими качествами;втретьих,реализовывается архивный маркетинг, который помогает определить спрос на ретроспективную информацию и услуги архивистов, планировать работу архива, выявить ошибкив экспертизе ценности документов и организовать всю работу по созданию и усовершенствованию справочников системы научносправочного аппарата.

Ссылки на источники1. Алексеева Е.В., Афанасьева Л.П., Бурова Е.М. Архивоведение: учебник/ Е.В. Алексеева, Л.П. Афанасьева, Е.М. Бурова. –Москва.: «Академия», 2007. –236 с.2. Алексеева Е.В. Менеджмент в архивах (нормы времени на работы) // Делопроизводство. 2008, № 13. Бурова Е.М. Маркетинг архивных документов и архивной информации // Вестник РГГУ. 2008, Серия «История», № 8/084. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: уч. пос. / Н.И. Кабушкин. –Москва.: Новое знание, 2009. –336 с.5. Макарова А.К., Мусийчук С.В. Актуальные вопросы архивного менеджмента// Актуальные проблемы экономических, юридических и социальногуманитарных наук. 2013.6.Макарова А.К. Маркетинг архивной информации в России и Франции: приемы и инновационные технологии рынка информационныхуслуг в области архивного дела// Инновационный вестник Регион. 2013,№4.27. Мусийчук М.В., Мусийчук С.В. Оптимизация когнитивных способностей в процессе генерации идей как инновационный менеджмент // Научные и практические результатыв технических, общественных, естественных и гуманитарных науках. Перспективы развития. 2015. С.115119.8. Полукаров В.Л. Основыменеджмента: уч. пос. / В.Л. Полукаров. –Москва.: КНОРУС, 2008. –240 с.9. Тельчаров А.Д. Архивоведение / А.Д. Тельчаров. –Москва.: Приориздат, 2004. –160 с

Менеджмент и маркетинг в архивах

Введение 1. Стоимостная оценка архивных документов как одна из функций маркетинга

 2. Принципы маркетинга архивной информации

3. Принципы архивного менеджмента Заключение Список используемой литературы Приложение

 Введение Очень часто, утомившись от повседневных трудов по комплектованию, учету, хранению и описанию архивных документов и пересчитав свою заработную плату, архивист задается вопросом - а нужна ли обществу моя работа? В какой мере используются информационные богатства архивов потребителями информации? Удовлетворены ли они объемом и качеством информационных услуг, оказываемых им в архиве? И, наконец, возможно ли за счет увеличения качества и, выражаясь фигурально, ассортимента информационных услуг повысить прибыль, получаемую архивом? Для решения задач планирования и прогнозирования работы руководство архива должно изучить информационные потребности общества, состояние рынка информационных услуг в области архивного дела, состояние опроса отечественного и зарубежного потребителя на архивную информацию. Такие показатели интенсивности и эффективности использования документов как потребители информации, тематика исследований, запросов, публикаций, частота обращений к различным фондам, лежат в основе маркетингового исследования. Так же организационные аспекты играют большую роль в деятельности любого структурного подразделения учреждения, организации, в том числе и архива. В работе с архивными документами необходим четкий порядок, планомерность и слаженность. Поэтому при создании архива организации необходимо знать и использовать современные методы и технологии менеджмента. 1. Стоимостная оценка архивных документов как одна из функций маркетинга Документы как объект имущественного права, как вещь могут продаваться и покупаться. В этом случае должна проводиться их денежная (стоимостная) оценка, которая также проводится при коммерческом использовании документов и их страховании. О последних двух аспектах денежной оценки документов широко заговорили лишь с начала 90-х г. ХХ в. До этого периода советские архивисты, специалисты, работающие в рукописных отделах музеев и библиотек, академических институтах (таких как Институт русской литературы (Пушкинский дом), Институт мировой литературы, входящих в систему Академии Наук СССР, да и собственно в его Архиве), в первую очередь проводили денежную оценку документов с целью их купли-продажи. При этом следует четко понимать, что документы государственных учреждений, в первую очередь являющихся источниками комплектования, объектом купли-продажи никогда не выступали, это могло относиться к документам личного происхождения, автографам, книгам актовым и делопроизводственным, рукописным книгам древнерусской традиции и другим документам XV–начала ХХ в. При установлении стоимости документов проводилась их оценка на основе критериев, в ряде случаев схожих с критериями экспертизы ценности, но сам процесс стоимостной оценки ни в коем случае нельзя смешивать с процессом экспертной оценки документов. С целью проведения квалифицированной денежной оценки документов в стране в разные периоды были разработаны Методические рекомендации. В 1983г. вышли «Методические рекомендации по денежной оценке актовых документов эпох феодализма и капитализма, рукописных и старопечатных книг, документов личного происхождения XVIII–ХХ вв., приобретенных в собственность государства», где были даны критерии оценки и собственно примерные цены по отдельным группам книг, грамот, документов личного происхождения. Критериями денежной оценки были названы: –содержание документа (оценивать документ необходимо с учетом не только его конкретного содержания, но и сточки зрения его значения как памятника истории и культуры; творческие, научные рукописи; – с позиции их литературного, художественного, музыкального, научного достоинства; – с учетом зафиксированных в них сведений); – историко-культурное значение творчества и деятельности автора (ценность документов будет тем выше, чем значительнее автор и заметнее его вклад в развитие общества, в том числе науки, литературы, искусства и т. д.); – время возникновения документа (наиболее высоко ценятся документы периодов «неспокойного развития» общества, военных событий, катастроф, катаклизмов; – неопубликованность документа (неопубликованные документы дореволюционного периода оцениваются, как правило, выше оценки, предусмотренной рассматриваемыми методическими рекомендациями, повышение стоимости неопубликованных документов послереволюционного периода может производиться только в случае истечения срока авторского права, который в 1980-е гг. составлял 25 лет, а в настоящее время – 50 лет; – автографичность документа (авторская машинопись – когда автор сам печатал текст – приравнивается к автографу, авторизация – когда имеются авторские правки и подписи – увеличивает стоимость рукописи; в качестве примера приведем очень редкий автограф М.А.Булгакова); – записи или пометы на документе (рассматривается как авторская принадлежность сделанных записей и помет, так и их содержательная сторона); – редкость документа (при денежной оценке необходимо установить сохранность личных архивов, учесть редкость отдельных видов документов? например, ревизских сказок); – адресат (чем значительней лицо, кому был адресован документ, тем выше может быть его стоимость); – внешние особенности документа (его палеографические, художественные особенности оформления, материал, на котором изготовлен документ и т. д.); – физическое состояние документа («рваный» или «потрепанный» документ всегда будет цениться ниже аналогичного, но хорошо сохранившегося); – антикварно-букинистическая цена (на документы как на предметы коллекционирования может быть особый спрос и даже мода, поэтому приходится учитывать цены на рынке и среди коллекционеров). Принцип распределения цен по отдельным группам документов был следующий: - примерные (базовые) цены устанавливались по таким группам, как книги актовые и делопроизводственные (например, разрядные, боярские, родословные, писцовые книги); - грамоты и документы (духовные грамоты, жалованные на землю и крестьян, жалованные на дворянское достоинство, челобитные, прошения и т. д.). Эти книги, грамоты и документы ценились по периодам с XVI в. до 1626г., с 1626по 1700г., XVIII в., с начала XIX в. до 1861г., с 1861 по 1917г. С учетом применения в совокупности рассмотренных критериев, принципов деления документов по видовым (номинальным), авторским и хронологическим признакам в стране до 1990-х г. устанавливались примерно следующие цены: – писцовая книга XVI в. (до 1626 г.) могла оцениваться от 400 до 800 рублей; – сборник летописей XV в. – от 250 до 1000 рублей; – библия XVI в. – от 125 до 400 рублей, а ХХ в. – от 10 до 35 рублей; – отпускная в замужество с 1626 по 1700 г. – от 10 до 20 рублей, XVIII в. – от 7 до 15 рублей, а с начала XIX в. до 1861г. – от 5 до 10 рублей; –рукописи Екатерины II – от 120 до 300 рублей, письма – от 150 до 400 рублей; – проза А.А. Ахматовой, С.А. Есенина от 5 до 25 рублей, стихи – от 20 до 50 рублей, письма – от 10 до 50 рублей, фото – от 3 до 10 рублей. Как показывает опыт (и профессионалы придерживаются такого же мнения), сами фондообразователи могут безвозмездно передать в дар или по завещанию свои документы в то или иное хранилище, но чем более отдаленные родственники обладают личным архивом того или иного лица, тем за более высокую цену они желают его продать. Принципы денежной оценки и методика установления цен до начала 1990-х гг. были привязаны к уровню цен в стране, а сама практика оценки документов носила несистемный, эмпирический характер. В тоже время, например, автографы Ф.М. Достоевского на международном уровне ценились наравне с автографами Байрона и Гёте. С учетом международного опыта денежной оценки и уровня цен за рубежом в ВНИИДАД 1993 г. выпустил новые методические рекомендации «Принципы денежной оценки документов Архивного фонда Российской Федерации и их страхование». Впервые были четко разграничены три объекта стоимостной оценки: собственно документ, копия документа и информация, содержащаяся в документе. Продают и покупают подлинные архивные документы у частных лиц, организаций на аукционах; распространены продажа или обмен копий документов в виде факсимильных форм, муляжей, микрофильмов и микрофиш (микрографические копии, микрографические издания); продают и покупают информацию архивных документов, обработанную по специальным программам и записанную на машинных носителях, а также в форме справочников по архивным документам. Если в отечественном архивоведении опыт денежной оценки документов в процессе купли-продажи был связан в основном с приобретением документов в собственность государства, то за рубежом существует и активно развивается рынок архивных документов, которые всё чаще рассматривают в качестве предметов коллекционирования. Архивное законодательство пыталось регулировать процесс коллекционирования. Еще в бытность СССР именно архивным органам было вменено в обязанность выдавать и регулировать в установленном порядке разрешения на собирание старинных документальных памятников. Например, в РСФСР существовало «Временное положение о порядке выдачи и регистрации специальных разрешений на собирание старинных документальных памятников на территории РСФСР». В Положении о Федеральной архивной службе России 1998 г. говорилось о необходимости получения как юридическим, так и физическим лицам специального разрешения в Федеральной архивной службе на собирание старинных документальных памятников. Вопрос этот, правда, дискутировался между Росархивом и прежним Министерством культуры Российской Федерации – кому все-таки такие разрешения выдавать. После административной реформы в марте 2004г. и преобразования Федеральной архивной службы в Федеральное архивное агентство в положении о последнем от 17 июня 2004 г. № 290 о подобной роли Росархива в деле собирания старинных документальных памятников уже ничего не говорится. В России можно собирать лишь те старинные документальные памятники, документы личного происхождения, которые не включены в состав Архивного фонда Российской Федерации, а находятся в распоряжении частных лиц, будучи невыявленными, неучтенными, не зарегистрированными в соответствующих архивных учреждениях или учреждениях культуры. Как показывает опыт собирательской деятельности, старинные документальные памятники нередко встречаются у потомков граждан старообрядческого христианского вероисповедания. Именно в среде русского старообрядческого крестьянства в течение веков сохранялись документы письменной традиционной культуры позднего русского cсредневековья. Имеющиеся у населения старинные документы, за редким исключением, не относятся к документам личного происхождения. Но вряд ли их можно отнести к документам, образовавшимся в деятельности какого-либо учреждения, существовавшего ранее. Подчас это просто невозможно установить. Сейчас такие документы представляют собой памятники определенной эпохи, находящиеся в личной собственности граждан или собственности старообрядческой общины. В 1994г. была создана специальная Федеральная служба России по сохранению культурных ценностей, на которую были возложены: – организация и проведение искусствоведческой, историко-культурной экспертизы и регистрация культурных ценностей, вывозимых из Российской Федерации и ввозимых на ее территорию, а также выдача соответствующих свидетельств физическим и юридическим лицам; – принятие предусмотренных законодательством Российской Федерации и международными договорами Российской Федерации мер по восстановлению законных прав собственников культурных ценностей при незаконном вывозе и ввозе культурных ценностей и передаче права собственности на них; – осуществление контроля за соблюдением правил внешнеэкономической деятельности, относящейся к культурным ценностям; – контроль за соблюдением установленного настоящим Указом порядка реализации предметов антиквариата на территории Российской Федерации. При определении цены документа специалисты пользуются также разработанной системой критериев, многие из которых не претерпели за последнее время особенных изменений. – критерии информационной ценности (вид или адресат, содержание документа); – критерии потребительской ценности (подлинность, время создания, внешние особенности документа, новизна сообщаемой информации, в первую очередь опубликованность документа, уровень или интенсивность спроса на ретроспективную документную информацию); – критерии сохранности документов (сохранность текста, режим хранения и степень риска при последующем перемещении и хранении документа, что требует дополнительных финансовых вливаний). 2. Принципы маркетинга архивной информации В любом современном учреждении, организации или предприятии на самом деле нет ничего ценнее документов – даже документов современных, находящихся в делопроизводственном процессе. Пройдут годы, устареет вся современная техника, а ее парк обновляется стремительно, выйдет из моды мебель или превратится в труху мебель, сделанная из ДСП (древесно-стружечных плит), уже не будет в коллективе людей, когда-то здесь работавших, но останутся документы как молчаливые свидетели когда-то кипевших «учрежденческих страстей». Парадоксально, но факт – даже уничтожаемые сегодня в ходе плановой экспертизы ценности документы спустя годы могут оказаться куда более ценными, нежели мы сегодня это представляем. Правильно говорили старые архивисты: «Лучше лишнее сохранить, нежели нужное уничтожить». Этот постулат должен помнить каждый работающий с документами, ибо в итоге от учреждения ничего не остается, кроме его документов. Это хорошо понимают архивисты; архивные учреждения Российской Федерации в последние годы действительно приобрели значительный опыт коммерческого использования документов, одним из аспектов при оценки которых является установление цены документа, копии документа или документной информации Маркетинг архивной информации – деятельность, направленная на изучение рынка информации и определение спроса на ретроспективную информацию, содержащуюся в архивных документах, а также на услуги архивистов. В соответствии с Основами законодательства РФ об Архивном фонде РФ и архивах, финансирование и материально-техническое обеспечение архивов осуществляется за счет бюджетных и внебюджетных средств. Основой маркетинга является совпадение интересов продавца и покупателя, предложение редкой информации по высокой цене, определение места и времени продажи информации. Основополагающий принцип маркетинга - узнать, какой товар и по какой цене хочет приобрести потенциальный покупатель, а потом его производить. Цель маркетинга - прогнозирование спроса на архивную информацию и услуги для оптимизации их создания и сбыта; получение внебюджетных средств. Маркетинговые исследования проводятся для повышения степени обоснованности управленческих решений в процессе разработки новых товаров и услуг. Это даст возможность архивам избежать значительных потерь финансовых средств. Маркетинговая деятельность в архиве включает: 1. Изучение потребностей пользователей архивной информации. 2. Установление оптимальных цен на работы и услуги, корректировку их в соответствии со спросом на архивную информацию. 3. Сохранение и поиск новых потребителей архивной информации. Маркетинговые исследования проводятся по следующей программе: • изучение информационных товаров, имеющихся на рынке, и цен на них; • изучение потребителей информации и выявление их потребностей; • анализ собственных информационных ресурсов и их соответствие долгосрочному спросу на информационном рынке; • определение каналов вывода информационных товаров на рынок. Маркетинговые исследования предполагают создание информационной системы для регулярного сбора и хранения данных, собираемых по указанной выше программе. Информационная система по маркетингу обязательно должна включать в себя базу данных (БД), содержащую тексты законодательных актов в области информации. Можно рекомендовать создать БД по тематике исследований пользователей архива и о запрошенных ими документах, что очень важно для изучения спроса на архивную информацию. Эти данные необходимы для создания фонда пользования на микрофильмах или оптических дисках. Отдельно можно создать БД по иностранным исследователям, работавшим в архиве. В такую базу следует вносить записи с названием научных центров и фамилиями зарубежных пользователей на языке той страны, откуда они приехали. В этой связи фамилии иностранных пользователей и названия научных центров следует вносить в журналы регистрации не только на русском, но и на языке страны прибытия, если там используется латинская графика или кириллица. Проведение маркетинговых исследований рационально организовать в Отделе использования архивных документов, поскольку именно в этом отделе собирается вся информация о пользователях, их темах исследований, а также сведения об использованных ими архивных документах. В этом случае маркетинговые исследования не будут лишней работой для данного отдела, а наоборот, значительно облегчат деятельность архива по обслуживанию потребителей архивной информации. Маркетинговые исследования в архивных учреждениях надо начинать с изучения законодательных и нормативных актов, регулирующих коммерческую деятельность в информационной сфере. Важнейшие законы в этой сфере следующие: • Федеральный закон «Об архивном деле в Российской Федерации» от 22 октября 2004 г. № 125-ФЗ. В частности, обратить внимание на: Статья 30. Вывоз и ввоз копий архивных документов. • Закон Российской Федерации от 21 июля 1993 г. № 5485-1 «О государственной тайне»; • Федеральный закон от 6 октября 1997 г. № 131-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации "О государственной тайне"»; • Закон Российской Федерации от 9 июля 1993 г. № 5351 «Об авторском праве и смежных правах»; • Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ; После анализа правовых аспектов использования архивной информации можно приступить к изучению проблем экономической целесообразности производства информационных товаров и услуг. Одним из направлений маркетинга является исследование цен на информационные услуги и спроса на мировом рынке ретроспективной документной информации. Основными информационными услугами архивов является копирование документов, продажа комплектов микрофильмов и микрофиш архивных документов, изданий документов и справочников на CD-ROM, созданий платных информационных ресурсов (машиночитаемых версий исторических источников в Интернете). Ценовую политику на рынке этих услуг определяют продуценты - производители и продавцы вторичной документной информации. Продуцентами могут быть как сами архивы, так и специальные фирмы, занимающиеся публикацией архивных документов на технотронных носителях и продажей микрофильмов и микрофиш. Маркетинг обеспечивает связь потребителей ретроспективной документной информации с ее хранителями, устанавливает, в какой мере информационные услуги архива отвечают требованиям пользователя. Вместе с тем задачи информационного маркетинга в архивах значительно шире вопросов ценообразования. Для того чтобы составить отчет о деятельности архива организации, нельзя обойтись без сведений о количестве посетителей, социально-правовых запросов, выданных архивных справок и других информационных документов и дел, переданных во временное пользование, подготовленных вами выставок и других культурных мероприятий. Эти сведения могут помочь изменить акценты в разработке научно-справочного аппарата, указать на необходимость создания дополнительной картотеки, каталогов или обзоров на наиболее часто запрашиваемые документы. Для этого необходимо разобраться в формах учета использования документов архива организации и уметь анализировать данные этих документов. В государственном архиве без развитой маркетинговой службы не обойтись, так как необходимо хорошо представлять себе собирательный портрет потребителя ретроспективной документной информации, как отечественного, так и иностранного, его текущие интересы и запросы. Сведения о количественных характеристиках (числе посетителей, запросов и т. д.) необходимы вам для планирования работы архива, определения его бюджета и штатов. Сведения о качественной стороне использования (категориях пользователей, тематике исследований, доле использованных дел и формах использования и т. д.) помогут выявить ошибки в экспертизе ценности документов, но главное - организовать всю работу по созданию и усовершенствованию справочников системы НСА. Разумеется, фонды, к которым наблюдается устойчивый интерес исследователей, нуждаются в более подробном НСА. Данные маркетинга помогут установить цены на услуги за копирование документов, помогут занять правильную позицию на переговорах с международными партнерами об осуществлении издательских и исследовательских проектов, продаже копий документов, покупке документов и микрокопий, страховании документов при участии в выставках и др. Для этого нужно не только в совершенстве знать все формы учета и использования документов в архиве, но и владеть методикой статистического анализа содержащихся в них данных. Работа эта непростая, требует от архивиста владения основами экономических знаний и, как правило, возлагается на специальный научно-информационный отдел архива. Исследователям необходимы знания о методике расчета цен на платные услуги, оказываемые архивами, перечня этих услуг, правил заключения лицензионных договоров на коммерческое использование документов. Это поможет пользователю построить отношения с архивом на взаимовыгодной основе и отстоять свои права. Пользователь должен осознать, что архивисты требуют от него точного и тщательного заполнения форм учета использования документов (требования на выдачу дел, анкеты исследователя, листа использования дела) не из "зловредности", а потому, что эти документы являются важным источником для статистического анализа всей деятельности архива. Государственные архивы - федеральные, центральные, краевые, областные, муниципальные - относятся к госбюджетным организациям, основным источником их финансирования является федеральный бюджет, бюджет субъекта Федерации или муниципального образования. За счет государственного финансирования существуют и архивы учреждений и организаций государственной формы собственности. Средств государственного бюджета явно недостаточно не только для достойной оплаты труда архивистов, но и для строительства и ремонта зданий архивохранилищ, покупки оборудования, компьютерной техники, оплаты коммунальных услуг. Современные технологии консервации и реставрации также являются весьма дорогостоящими. Поэтому размеры финансирования государственных и негосударственных архивов сильно различаются. В разном положении находятся также архивы немногочисленных экономически процветающих регионов и "дотационных" субъектов Федерации. Государственные архивы не финансируются в достаточном объеме, в то время когда информация является ценным товаром. Однако существуют вполне легальные способы поправить финансовое положение архива - привлечение внебюджетных средств за счет оказания архивом платных услуг. Чтобы самостоятельная предпринимательская деятельность архива находилась в рамках закона, необходимо строго придерживаться документов, регламентирующих платные услуги, оказываемые архивом: - перечня платных услуг; - цен на платные услуги; - договора на коммерческое использование документов архива. Перечень платных услуг составляется в каждом архиве и утверждается директором архива. В перечне указываются все виды работ, за которые взимается плата, и исполнители работ. Перечень каждого архива составляется на основе "Номенклатуры платных работ и услуг, выполняемых архивными учреждениями и организациями", который утверждается Федеральной архивной службой. Она предназначена для государственных, объединенных ведомственных и межведомственных архивов. В номенклатуре указаны слуги, за которые архивным учреждениям категорически запрещается взимать плату, и услуги, за которые плата может взиматься, если их исполнение не мешает реализации основных задач и функций архива (Приложение). Список цен утверждается директором архива, цена рассчитывается с учетом себестоимости работы (расход материала, оплата труда и другие расходы), существующих налогов и рентабельности (прибыли). В принципе архив имеет право назначить свободную, то есть любую цену. Если пользователь собирается реализовать проект, предполагающий получение прибыли за счет использования архивных документов (т.н. "коммерческое использование"), с ним следует заключить лицензионный договор. При заключении договора за основу берется "временное положение об использовании документов государственного архива и центра хранения документации в коммерческих целях", разработанное Федеральной архивной службой. Лицензионный договор заключается между архивом и пользователем на определенный срок. Он закрепляет права, обязательства и ответственность сторон. Заключение договора закрепляет оформленное заявкой намерение пользователя, а также инициативное предложение государственного архива: · публиковать архивные документы в печатной, факсимильной, микрографической, электронной и иных формах; · экспонировать архивные документы на платных выставках; · использовать их в коммерческих радио- и телепрограммах, при подготовке коммерческих кино- и видеофильмов, звукозаписей; · имущественно-хозяйственных спорах, генеалогических изысканиях, научно-технических разработках и технических, в том числе градостроительных проектах; · создавать тематические базы данных. При заключении лицензионного договора с пользователя взимается плата за передачу права пользования архивными документами, которая включает расходы на экспертизу заявок на заключение лицензионного договора, затраты архива, связанные с предоставлением архивной информации, ее цену, договорный проект отчислений от ожидаемого или полученного дохода, иные расходы, связанные с заключением лицензионного договора. Заключение договора не должно препятствовать использованию документов, являющихся объектом договора с некоммерческими целями. 3. Принципы архивного менеджмента Продуманный менеджмент - наиболее надежное средство для достижения эффективности работы архива. Идеи, принципы и методы научной организации менеджмента обусловлены не только потребностями современной экономической и социальной практики, но и обшей логикой развития науки управления. Слово "manage" употреблялось в английском языке еще в 19 веке и дословно переводится как управлять, воздействовать, влиять, хитрить, выкручиваться, но лишь во второй четверти 20 века оно приобретает современное значение. Менеджмент - это совокупность современных концептуальных моделей и специфических технологий, нацеленных на постоянное изменение и развитие предприятий и организаций в динамично меняющейся среде хозяйствования. Можно употребить термины «менеджмент» и «управление» в одном и том же значении, хотя они имеют смысловые нюансы, связанные со спецификой двух исследовательских традиций - западной и отечественной. · технико-технологические системы управления (неживые); · автоматизированные системы управления технологическими процессами; · биологические системы (живые); · социальные системы, где главным субъектом и объектом управления является человек. Именно применительно к этому, последнему, виду управления и применяется термин менеджмент. Общие функции управления (впервые сформулировал француз Анри Фай-оль (1841-1925)): · организация работы; · предвидение; · планирование; · координация; · работа с персоналом; · маркетинг; · паблик релейшенз; · инновация. Общие функции управления на сегодняшний день представляют из себя: 1) Организация - предметная деятельность, организация как процесс достижения цели - задач и используемых мер, действий, решений. Управление архивом осуществляется директором и другими руководящими работниками архива организационно-распорядительными, экономическими, социальными и воспитательными методами. Для осуществления управления архивом разрабатываются основные нормативные документы по организации работы архива: положение об архиве и его структурных подразделениях, структура и штатное расписание, смета поступлений и расходов, должностные инструкции работников. 2) Прогнозирование - система и процесс определения вероятностей событий, Существуют: · научно-техническое прогнозирование; · экономическое прогнозирование; · экологическое прогнозирование; ·   политическое прогнозирование. 3) Планирование - это определение видов и объемов работ работников на определенный период согласно назначению и цели деятельности архива. В архиве составляются такие плановые документы на год: · план развития архивного дела; · план научно-исследовательской и методической работы; · план научно-издательской работы; · план внедрения научных и методических разработок; · план-отчет работы архива; · план-отчет работы структурного подразделения; · план-отчет работы работника. В зависимости от направлений деятельности, штатной численности и наличия структурных подразделений отдельные виды плановых документов могут не составляться. Вместе с тем архив может разрабатывать отдельные планы развития определенных направлений деятельности. Планирование осуществляется архивом самостоятельно на основе анализа достигнутых результатов, перспективных планов развития архивного дела и делопроизводства и программ по отдельным направлениям деятельности, исходя из имеющихся в наличии и прогнозированных финансовых, материальных и трудовых ресурсов, с учетом рекомендаций и поручений органов высшего уровня. Планирование в архиве начинается с разработки плановой части планов-отчетов работы структурных подразделений. 4) Координация - взаимная увязка работ, задач по видам, исполнителям, объемам и срокам. 5) Работа с персоналом - изучение различных способов стимулирования деятельности, психологических мотиваций работников и др. 6) Маркетинг - вид человеческой деятельности, связанный с изучением изменения спроса на товары или по удовлетворению спроса и реализаций этих мер. 7) Паблик рилейшнз - связи с общественностью. 8)      Инновации - нововведения на предприятии, в организации. Все эти функции применяются и в организации работы архива. Заключение В современных условиях создания отечественного рынка информации и выхода российских архивистов на мировой информационный рынок главная задача маркетинга - дать ориентиры для установления цен на информационные услуги в архивах. Чем выше спрос на ту или иную информацию, тем выше ее цена. Без развитой маркетинговой службы не обойтись, так как необходимо хорошо представлять себе собирательный портрет потребителя ретроспективной документной информации, как отечественного, так и иностранного, его текущие интересы и запросы. Сведения о количественных характеристиках необходимы для планирования работы архива, определения его бюджета и штатов. Сведения о качественной стороне использования помогут выявить ошибки в экспертизе ценности документов. Также необходимо осуществлять менеджмент архивной информации для экономически эффективной организации деятельности не только архива, но и всего предприятия в целом. Ведь информационные ресурсы обеспечивают экономию практически всех других ресурсов - сырьевых, энергетических, финансовых. Список использованной литературы: 1. Алексеева Е.В. Архивоведение [Текст]: Е.В. Алексеева Л. П. Афанасьева, Е.М. Бурова; Под ред. В.П.Козлова. - 3-е изд., доп. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 272 с. 2. Вовкотруб О.В. Архивоведение [Текст]: учебное пособие / О.В. Вовкотруб, Л. Р. Фионова. – Пенза: изд-во Пензенского госуниверситета, 2005. – 132 с. 3. Соболев В.Е. Маркетинг ретроспективной информации для государственных архивов, библиотек, музеев [Текст] // Вестник архивиста - 2007. -№ 3. - 21-35 4. Крайская З.В., Челлини Э.В. Архивоведение. [Текст]: Учебник для средних специальных учебных заведений. – Москва: изд-во Норма, 1996 – 224 с. Приложение Архив не может взимать плату Архив может взимать плату (примеры из перечня платных услуг) Социально-правовые запросы граждан о: •      подтверждении трудового стажа; •      размеров заработной платы; •      прохождении военной службы; •      участии в партизанском движении; •      избрании на выборные должности; •      награждении орденами и медалями; присвоении званий; •      нахождении на излечении; •      получении образования; •      репрессиях, раскулачивании, лишении избирательных прав; •      пребывании в концлагерях, насильственном вывозе в Германию в годы Великой Отечественной войны Социально-правовые запросы граждан : •       наследовании имущества; •       родственных связях. За изготовление нескольких экземпляров архивных копий и почтовые отправления Обслуживание в читальном зале архива в общем порядке · срочное представление дел; · предоставление дел в количестве большем, чем установлено правилами работы читального зала; · тематическое выявление дел архивистами; · работа в читальном зале в часы, не предусмотренные расписанием Предоставление документов во временное пользование организациям - фонд образователям для служебного пользования Предоставление документов во временное пользование (не фонд образователям), в том числе для экспонирования на выставках, в телепередачах, для киносъемок и т.п. Копирование или выявление документов органам прокуратуры, суда, МВД и ФСБ, Комиссии по реабилитации жертв политических репрессий, органам представительной и исполнительной власти Использование документов: · тематическое выявление документов и дел, в том числе с помощью ЭВМ (за исключением выявления дел для органов власти, управления, суда, прокуратуры для их служебной деятельности); · исполнение генеалогических запросов, запросов по истории учреждений и организаций; · подготовка и проведение выставок документов, проведение уроков, экскурсий по архиву, лекций, тематических вечеров и др.; · копирование документов; · подготовка публикации документов; · создание баз данных по документам архива и другие услуги Организационно-методическое руководство организацией документов в делопроизводстве и работой архивов государственных учреждений и предприятий - источников комплектования Совершенствование документационного обеспечения управления, организация и совершенствование роботы архивов: ·   разработка перечней документов, номенклатуры дел, указателей видов документов, инструкции о документационном обеспечении деятельности аппарата управления, положения об экспертной комиссии, положения об архиве учреждения и др.; ·   проектирование автоматизированных информационных систем и др. Научно-техническое информирование архивных учреждений Научно-исследовательская работа по основным направлениям деятельности архивных учреждений: ·   научно-техническое информирование; ·   проведение научно исследовательских и опытно-конструкторских работ; ·   разработка программного обеспечения для создания автоматизированных баз данных; ·   составление библиографии по профилю и смешанной проблематике и др. Обеспечение сохранности документов: ·   обследование состояния зданий и помещений хранилищ и условий хранения документов (составление актов-рекомендаций); ·   оказание методической и практической помощи в борьбе с биоповреждениями документов; ·   цифровая обработка аудиовизуальной документной информации и др.

Источник: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=456775>
© Библиофонд

1.Понятие маркетинга архивной организации

Маркетинг архивной информации — деятельность, направленная на изучение рынка информации и определение спроса на ретроспективную информацию, содержащуюся в архивных документах, а также на услуги архивистов.

В соответствии с Основами законодательства РФ об Архивном фонде РФ и архивах, финансирование и материально-техническое обеспечение архивов осуществляется за счет бюджетных и внебюджетных средств.

В связи с этим архивы имеют право осуществлять деятельность по привлечению внебюджетных средств, оказывать платные услуги юридическим и физическим лицам, разрабатывать расценки на эти услуги, применять договорные цены. Дополнительно к устоявшейся системе хозрасчетных работ по обеспечению сохранности, упорядочению, использованию документов юридических и физических лиц архивы получили право проводить маркетинговые исследования и продавать информационные услуги по свободным ценам.

2. Содержание архивного маркетинга

Маркетинг архивной информации включает: \*

изучение потребностей пользователей документной информации путем проведения маркетингового исследования, критериями которого являются интенсивность и эффективность использования тех или иных документов; \*

прогноз потребности в архивных услугах, выявление потенциальных потребителей тех или иных архивных услуг. \*

разработка перечня платных услуг; \*

расширение рекламной кампании с целью привлечения более широкого круга потребителей; \*

установление системы постоянной обратной связи с потребителями для продажи архивных услуг.

Основой маркетинга является совпадение интересов продавца и покупателя, предложение редкой информации по высокой цене, определение места и времени продажи информации.

Оптимальным вариантом является взаимная заинтересованность архива и потребителя, обеспечивающая продажу архивных услуг не как разового, а постоянного явления.

Архивные услуги могут быть разнообразными — от копирования документов до выхода в Интернет, продажи микрофильмов и микрофиш документов, издания компьютерных версий документов и справочников.

Ограничения касаются лишь работ, являющихся бесплатными.

К данным видам работ относятся: \*

выполнение ряда социально-правовых запросов граждан, касающихся прежде всего их пенсионного обеспечения, установления трудового стажа, выявления оснований для различных льгот; \*

обслуживание читателей читального зала архива в общем порядке; \*

предоставление организациям-фондообразователям их документов во временное пользование для служебных целей; \*

копирование или выявление документов для органов государственной власти и местного самоуправления для служебных целей; \*

рассекречивание документов по запросам пользователей; \*

организационно-методическое руководство организацией делопроизводства и работой ведомственных архивов учреждений — источников комплектования; \*

научно-техническое информирование организаций архивной системы.

При необходимости архив может определять категории потребителей — льготных пользователей информации.

Особую роль в маркетинговой деятельности архива играют лицензионные договоры, заключаемые с потребителями, целью которых является получение дохода от использования архивных информации и документов. В них закрепляются права, обязательства, ответственность архива и потребителя. Лицензионные договоры обусловливают взимание архивом платы с потребителя за коммерческое использование его собственности.

Информационный маркетинг.

 Для решения задач планирования работы руководство архива должно изучить информационные по­требности общества, состояние рынка информационных услуг в области архивного дела, спроса отечественного и зарубежного потребителя на архивную информацию.

В основе маркетингового исследования лежат такие показатели интенсивности и эффективности использования документов, как потребители информации, тематика исследований, запросов, пуб­ликаций, частота обращений к различным фондам.

Одним из направлений маркетинга является исследование цен на информационные услуги и спроса на мировом рынке ретрос­пективной документной информации. Основными информацион­ными услугами архивов являются копирование документов, про­дажа комплектов микрофильмов и микрофиш архивных докумен­тов, изданий документов и справочников на CD-ROM, созданий платных информационных ресурсов (машиночитаемых версий ис­торических источников в Интернет). Ценовую политику на рынке этих услуг определяют продуценты — производители и продавцы информации. Продуцентами могут быть как сами архивы, так и специальные фирмы, занимающиеся публикацией архивных до­кументов на технотронных носителях и продажей микрофильмов и микрофиш.

В отношении ценовой политики американские экономисты рекомендуют не предлагать редкие товары по низким ценам, а ограничить предложение микрографических товаров, установив высокие цены на них. Для повышения цен государственные архи­вы и библиотеки, которые должны продавать микрофильмы по фиксированной цене, пользуются услугами посреднических фирм, имея постоянный процент от продажи микрокопий фирмой.

Для того чтобы решить эти проблемы, существует механизм информационного маркетинга, который обеспечивает связь по­требителей ретроспективной документной информации с ее хра­нителями, устанавливает, в какой мере информационные услуги архива отвечают требованиям пользователя.

Информационный маркетинг в системе федеральной архивной службы — деятельность по изучению динамики информационно­го рынка и прогнозированию спроса потребителей на информа­ционные товары и услуги.

В современных условиях создания отечественного рынка ин­формации и выхода российских архивистов на мировой информа­ционный рынок главная задача маркетинга — дать ориентиры для установления цен на информационные услуги в архивах и микро­копии архивных документов. Чем выше спрос на ту или иную информацию, тем выше ее цена.

Мировой рынок документной информации — совокупность информационных товаров и их потребителей во всех странах мира. Основные действующие лица на этом рынке — продуценты, или продавцы информации, и покупатели информации.

Вместе с тем задачи информационного маркетинга в архивах значительно шире вопросов ценообразования. Так, сведения о количественных характеристиках (числе посетителей, запросов и т.д.) необходимы для планирования работы архива, определе­ния его бюджета и штата. Сведения о качественной стороне ис­пользования (категориях пользователей, тематике исследований, доле использованных дел и формах использования и т.д.) помо­гают выявить ошибки в экспертизе ценности документов, а глав­ное — организовать всю работу по созданию и усовершенствова­нию справочников системы НСА. Разумеется, фонды, к которым наблюдается устойчивый интерес исследователей, нуждаются в более подробном НСА.

Платные услуги в архивах. Государственные архивы — феде­ральные, центральные, краевые, областные, муниципальные — относятся к госбюджетным организациям, и основным источни­ком их финансирования является федеральный бюджет, бюджет субъекта Российской Федерации или муниципального образования. За счет государственного финансирования существуют и архивы уч­реждений и организаций государственной формы собственности.

Поскольку государственное финансирование, как правило, не обеспечивает всех расходов, связанных с нормальной работой ар­хивов (строительство и ремонт зданий архивохранилищ, покупка оборудования и компьютерной техники, оплата коммунальных ус­луг, оплата труда архивистов), архивам разрешена самостоятель­ная предпринимательская деятельность.

Чтобы самостоятельная предпринимательская деятельность ар­хива находилась в рамках закона, необходимо строго придержи­ваться документов, регламентирующих платные услуги, оказыва­емые архивом:

перечня платных услуг;

цен на платные услуги;

договора на коммерческое использование документов архива.

Перечень платных услуг составляется в каждом архиве и утверж­дается директором архива. В перечне указываются все виды работ, за которые взимается плата, и исполнители работ.

Перечень каждого архива составляется на основе «Номенк­латуры платных работ и услуг, выполняемых архивными уч­реждениями и организациями», который утверждается Росархивом. Он предназначен для государственных, объединенных ве­домственных и межведомственных архивов.

В номенклатуре указаны услуги, за которые архивным учреж­дениям категорически запрещается взимать плату, и услуги, за которые плата может взиматься, если их исполнение «не мешает реализации основных задач и функций архива». Ниже приводится перечень платных и бесплатных услуг архива (табл. 15).

[Яндекс.Директ](https://direct.yandex.ru/?partner)[Курс менеджмента в маркетингеmini-mba.kz](https://an.yandex.ru/count/UcHs0p3Tmci50EK1CMXkari00000EDB96a02I09Wl0Xe172ysx700u01mOUuYAF5zQBZ0OW1nx-MoH-G0QZzbVSgc07qaOtBAA01glsLzoge0PgEZSiek06shuYp4S010jW1W8Qm3E01Welr0-W1DlW10OW21Q02zD_s5Ra2OGZvgt2fdIxm0iExgyK2-0A2W820WA0HW0EhoQ-41uW3_TI4_G6O0ywk0wW32B031BW4_m7e1886-0JgZGw81UgD3f05i84ae0NWdGIe1OxB0x05Zii3k0Nmamd01R219CW5y9C9q0M9sW7W1M3m1G6O1e3GhFCEe0R40gW6n0B91gbpbWMrz1jAqGQf1ynyjVGRIja60000C140002G1qQf1pKf05Tr-h58i0U0W90Cq0S2u0U62e080T08keg0WS2GW0BW2Fgl-mg02W712W0000000F0_s0e2u0g0YNhu2i3y5OWB2geB4ASoQderAG00-_1hNrPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIa0LtNwiKZe2-gD3l0B1eWCohZUlW7e30AO3Ps-LF8D0FeD088E08aE00000000y3-G3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rql2jnyx-s4W0?stat-id=5&test-tag=75866621119489&format-type=35&banner-test-tags=eyI1NzYyMTA1MTcyIjoiNzU4NjYzMDIzNDkzMTIifQ%3D%3D&)[БУ Машины в Кредитkolesa.kz](https://an.yandex.ru/count/UcHs0qfswFm50Ce1CMXkari00000EDB96a02I09Wl0Xe1728kCAm0u01gDwrcGU80VEPXQOma07sbi6mB9W1j9kRzocW0SJVbB0ig07qc9ltARW1Yk-_l1Z00GBO0RwcaHFW0OITWmte0JJu0Oh1thu1Y085e0AWdMkv0c48-QjmgPqky0B3kwl50lW2We20W82W4Q031AW32B031BW4_m7e1C85-0JLzmo81TNt3905nh8Fe0Mqyn6e1RJp4R05jFCHk0MQfnN01Twt3yW5iAuLq0Nunm7W1Jtm1G6O1e3GhFCEe0R40gW6n0B91gbpbWMrz1jAqGQf1ynyjVGRIja60000C140002f1pKf05Tr-h58i0U0W90Cq0S2u0US1e080T08keg0WS2GW0BW2D3EDO0A0S4A00000000y3_O2WBW2e29UeWB2geB4ASoQderAG00-_1hNrPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIa0LtNwiKZe2zNt3F0B1eWCYi7UlW7e30AO3Ps-LF8D0FeD088E08aE00000000i3wG3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rql2jnyx-s4W0?stat-id=5&test-tag=75866621119489&format-type=35&banner-test-tags=eyI1OTU2NDQ1NjI3IjoiNzU4NjYzMDIzNDkzMTIifQ%3D%3D&)Содействие в подборе финансовых услуг/организаций[Франшиза детской школы балета!балетсдвухлет.рф](https://an.yandex.ru/count/UcHs0_Qm_Du50DW1CMXkari00000EDB96a02I09Wl0Xe173-mz0oW079dg-cz_ogqia1Y06kjwZ9C901r9Var2oO0TJOy98ge07Ib-JKBAW1hjZmaYgu0OBxhiSOm042s070-9uJu07-oeqJw044-07iiTw-0OW21Q02giog5ha2OGZvgt2fdIxm0iExgyK2-0A2W820WA0He0C6g0C8i0C4i0G1k0J_0UW4fW7u18ZWDeW5YE0sa0MMXpUW1RQs4AW5s_KDi0NRzGsu1TF_3S05u898o0NWfnBG1QZE1k05DF050PW6bgBaqWMW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIa0LtNwiKYm1u20a0pG1mBW1uOAW0W1q0YwYe21W9300k08bQQL2u0A0S4A00000000y3_O2WBW2e29UlWAmFmLY0iAgWiGfp9gUZKf003xy6jVLdK50C0BWAC5o0k0r9C1sGirAG1NTVgnIEWBYE0sy0i6Y0piiTw-0UWC0fWDdRvKyWq0-Wq0WWu0YGu00000001mFP0Em8Gzc0wfvzciq9RzZKgW3i24FR0E0Q4F00000000y3-e3xNIyAt7plxOI000?stat-id=5&test-tag=75866621119489&format-type=35&banner-test-tags=eyI1OTk0NDgxMTMwIjoiNzU4NjYzMDIzNDkzMTIifQ%3D%3D&)[Тент маркиза боковойt4.kz](https://an.yandex.ru/count/UcHs0m-WsRO50DO1CMXkari00000EDB96a02I09Wl0Xe173Gyvg02801cP-EgzsGkwXUY06d__6MCv01qkUFjowO0SBPvfWie06ErRUsBgW1kjdcc2ou0VBspwWPm042s07Wjw4Ku07KdBSAw05--06wpjw-0OW21Q02ck-V5ha2OGZvgt2fdIxm0iExgyK2-0A2W820WA0He0C8g0C8i0C4i0G1k0J-0S047kW4vWRu19wH2eW5df4Aa0N9jmgW1Qo33gW5h8CEi0MiWmwu1RIu3i05lfqDo0NWfnBG1TIS0U05FV050PW6sEdqqmYW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIa0LtNwiKYm1u20a0pG1mBW1vm6W0W1q0YwYe21m9200k08pVUF2u0A0S4A00000000y3_O2WBW2e29UeWB2geB4ASoQderAG00-_1hNrPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIa0LtNwiKZe2vwH2l0B1eWCkixUlW7e30AO3Ps-LF8D0FeD088E08aE00000000C3oG3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rql2jnyx-s4W0?stat-id=5&test-tag=75866621119489&format-type=35&banner-test-tags=eyI2MjMxODE2NjgxIjoiNzU4NjYzMDIzNDkzMTIifQ%3D%3D&)

В каждом архиве с учетом его возможностей и штата на основе данной номенклатуры составляется свой перечень услуг. Архив впра­ве сам определять льготные категории пользователей: пенсионе­ры, детские дома и т.д.

По каждому пункту перечня платных услуг необходимо рас­считать их цену. Список цен на платные услуги утверждается ди­ректором архива. Цена рассчитывается с учетом себестоимости ра­боты (расход материала, оплата труда и другие расходы), суще­ствующих налогов и рентабельности (прибыли). В принципе, ар­хив имеет право назначить свободную, т.е. любую цену.

Цена на услуги должна иметь экономическое обоснование в соответствии с методическими рекомендациями Росархива.

Если пользователь собирается реализовать проект, предполага­ющий получение прибыли за счет использования архивных доку­ментов (так называемое коммерческое использование), с ним сле­дует заключить лицензионный договор.

При заключении договора на коммерческое использование докумен­тов архива за основу берется «Временное положение об использова­нии документов государственного архива и центра хранения доку­ментации в коммерческих целях», разработанное Росархивом.

Лицензионный договор заключается между архивом и пользо­вателем на определенный срок. Он закрепляет права, обязатель­ства и ответственность сторон.

Основанием заключения договора является оформленное заяв­кой намерение пользователя, а также следующее инициативное предложение государственного архива:

публиковать архивные документы в печатной, факсимильной, микрографической, электронной и иных формах;

экспонировать архивные документы на платных выставках;

использовать их в коммерческих радио- и телепрограммах при подготовке коммерческих кино- и видеофильмов, звукозаписей;

использовать архивные документы в имущественно-хозяйствен­ных спорах, генеалогических изысканиях, научно-технических раз­работках и технических, в том числе градостроительных проектах;

создавать тематические базы данных.

Таблица 15

|  |  |
| --- | --- |
| Услуги, предоставляемые архивом бесплатно | Примеры из перечня платных услуг |
| Социально-правовые запросы граждан: о подтверждении трудового стажа; размеров заработной платы; прохождении военной службы; участии в партизанском движении; избрании на выборные долж­ности; награждении орденами и меда­лями, присвоении званий; нахождении на излечении; получении образования; репрессиях, раскулачивании, лишении избирательных прав; пребывании в концлагерях, насильственном вывозе в Германию в годы Великой Отечест­венной войны | Социально-правовые запросы граждан: о наследовании имущества; родственных связях. За изготовление нескольких экземпляров архивных копий и почтовые отправления |
| Обслуживание в читальном зале архива в общем порядке | Обслуживание в читальном зале архива по специальному договору: срочное представление дел; предоставление дел в коли­честве большем, чем установ­лено правилами работы читаль­ного зала; тематическое выявление дел архивистами; работа в читальном зале в часы, не предусмотренные расписанием |
| Предоставление документов во временное пользование организациям-фондообразователям для служебного пользования | Предоставление документов во временное пользование (не фондообразователям), в том числе для экспонирования на выстав­ках, в телепередачах, для кино­съемок и т. п. |
| Копирование или выявление документов для органов прокура­туры, суда, МВД и ФСБ, Комис­сии по реабилитации жертв поли­тических репрессий, для органов представительной и исполнительной власти | Использование следующих документов: тематическое выявление доку­ментов и дел, в том числе с по­мощью ЭВМ (за исключением выявления дел для органов власти, управления, суда, прокуратуры для их служебной деятельности); исполнение генеалогических запросов, запросов по истории учреждений и организаций; подготовка и проведение выставок документов, проведение уроков, экскурсий по архиву, лекций, тематических вечеров и др.; копирование документов; подготовка публикаций документов; создание баз данных по доку­ментам архива и другие услуги |
| Организационно-методическое руководство организацией до­кументов в делопроизводстве и работой архивов государ­ственных учреждений и пред­приятий — источников комплектования | Совершенствование документационного обеспечения управле­ния, организации и совершенст­вование работы архивов: разработка перечней документов, номенклатуры дел, указателей видов документов; инструкции о документационном обеспечении деятельности аппарата управления, положения об экспертной комиссии, положения об архиве учреждения и др.; проектирование автоматизи­рованных информационных систем; составление исторических спра­вок о фондообразователях и др. |
| Научно-техническое информирование архивных учреждений | Научно-исследовательская работа по основным направлениям деятельности архивных учреждений, научно-техническое информирование: проведение научно-исследова­тельских и опытно-конструктор­ских работ; разработка программного обеспечения для создания авто­матизированных баз данных; составление библиографии по профилю и смешанной проблематике и другие услуги. Обеспечение сохранности документов: обследование состояния зданий и помещений хранилищ и условий хранения документов (составление актов-рекомен­даций); оказание методической и прак­тической помощи в борьбе с биоповреждениями документов (разработка рекомендаций, приведений фунгицидной и анти­септической обработки); цифровая обработка аудиови­зуальной документной инфор­мации (реставрация фото­изображений и фонозаписей и применением ЭВМ и другие услуги). |

При заключении лицензионного договора с пользователя взи­мается плата за передачу права пользования архивными докумен­тами, которая включает расходы на экспертизу заявок, на заклю­чение лицензионного договора, затраты государственного архи­ва, связанные с предоставлением архивной информации, ее цену, договорный проект отчислений от ожидаемого или полученного дохода, иные расходы, связанные с заключением лицензионного договора.

Заключение договора не должно препятствовать использова­нию документов, являющихся объектом договора с некоммерчес­кими целями.

Цели использования документов могут быть:

управленческие;

политические;

экономические;

научные;

культурно -просветительские;

социально-правовые (обеспечение прав граждан).

Использование документов в управленческих целях предполага­ет информационное обеспечение работы данного ведомства или организации, решение с помощью архивных документов воп­росов, возникающих в его деятельности, повышение эффективности управления. Например, обращение к архивным документам необходимо при составлении планов и прогнозов раз­вития отрасли, предприятия (они должны быть основаны на анализе опыта предшествующих лет), при разработке проектов реформ государственного аппарата или реорганизации данного ведомства, организации, нормативных актов, положений, ин­струкций, в том числе квалификационных справочников, дол­жностных инструкций сотрудников, положений о структурных подразделениях, архиве, инструкций по делопроизводству орга­низации и т.д.

Использование архивных документов в политических целях осуществляется при разработке законопроектов, программ реформ, в политической борьбе различных партий и группировок (публикация материалов в ходе избирательных кампаний, использование опыта своих политических предшественников при создании программ, платформ и т.д.); для пропаганды официальной идео­логии и политики правительства; для укрепления государствен­ности (публикация материалов о репрессиях, преступлениях ре­жимов, материалов, разоблачающих терроризм, национализм и т.д.); для укрепления государственной безопасности; при проведении национально-территориального размежевания и измене­нии административно-территориального деления; для заключения международных договоров; при определении межгосударственных границ и т.д.

Использование архивных документов играет существенную роль в конотворческой деятельности.

Так, например, для разработки Закона о земле и Земельного кадаст­ра в 1970-е гг. изучались документы о пахотных землях, лугопастбищных угодьях, почвенные карты, материалы регистрации сделок купли-продажи и аренды земельных участков и т.д. При разработке Закона об охра­не окружающей природной среды изучались материалы мониторинга состояния природной среды и экологической экспертизы различных пред­приятий, материалы о природозащитных мероприятиях.

Использование архивных документов в экономических целях дос­таточно разнообразно:

при прогнозировании и планировании экономического разви­тия (при разработке и реализации планов, прогнозов, бизнес-планов и экономических проектов) очень важно провести анализ развития на современном этапе, а для этого обращаются к архи­вным документам;

при осуществлении проектных и опытно-конструкторских ра­бот (строительстве, реконструкции, проектировании). Обязатель­но изучение архивных данных при проведении геологических изыс­каний и горных работ. Научно-техническая и картографическая документации используется при проектировании и реконструк­ции гидротехнических, мелиоративных сооружений, путей сооб­щения, промышленных и жилых объектов;

при осуществлении научных и прикладных исследований (про­ведение патентной экспертизы);

для оптимизации производственных и технологических про­цессов (к архивным материалам обращаются в поисках утрачен­ных технологий в промышленности, сельском и лесном хозяй­ствах, в области охраны окружающей среды и т.д.).

Материалы муниципальных архивов содержат бесценные све­дения по истории городского и коммунального хозяйства, строи­тельства мостов, дорог, путепроводов, водопровода, канализа­ции, озеленении, транспортной сети и др.

Использование архивных документов для реконструкции па­мятников истории и культуры преследует как экономические, так и культурно-просветительские цели.

Использование документов в научных целях предполагает прове­дение научных исследований по историческим источникам, хра­нящимся в архивах.

Научное использование документов предполагает написание статей, диссертационных исследований, монографий, а также курсовых, дипломных работ, публикацию документов в изданиях научного типа, создание справочников, обзоров документов и т.д. Среди исследователей в архивах преобладают профессиональные историки, хотя с архивными документами работают представите­ли всех отраслей знания. Исследования проводят не только масти­тые ученые, но и студенты, и даже школьники. Однако из вышесказанного не следует, что в ведомственном архиве не осуществ­ляется использование документов с научными целями, например: исследования по истории данного учреждения, ведомства, отрас­ли в целях написания очерка, издания юбилейного сборника, подготовки выставки, альбома и т.д.

Использование документов в культурно-просветительских целях предполагает подготовку юбилейных выставок, музейных экспо­зиций, докладов, очерков, брошюр, проведение экскурсий, ис­пользование документов в средствах массовой информации, пуб­ликацию документов и обзоров. Документы используются писате­лями, кинорежиссерами, художниками, представителями СМИ в процессе творчества. Наконец, важнейшей категорией пользова­телей являются реставраторы (художники, архитекторы, искусст­воведы), работа которых невозможна без проектной документа­ции, планов и других источников.

[Яндекс.Директ](https://direct.yandex.ru/?partner)[Электронный архив документовelar-context.ru](https://an.yandex.ru/count/1jqWrJooxFu50E01CKnlari00000EDB96a02I09Wl0Xe172Y-QdW1e01-BE44uW1ZkVToIcG0SAYpECac07-eS2D9A01mABCuoIe0UIXm8qak06ohggA5i010jW1oCJr2-01pD_b0kW1QlW1gfNUlW680WMW0jJrpHQv0czWvo41T-P3y0BFmSwx0lW2We20W82G4O03wQYylWk80-_7wS4Ac0FuWmwe0mYm0mIu1Fy1w0IZ5_W4mPuAY0N1dWgG1Vc_2g05aua3g0MNpGAm1PVD0hW5rzK2m0MxW0p81T260z05ePu1u0K-y0K1c0Q0qApp3g06n0Ae1iG2oGQfSvO5jVGRIj46gGVCVBNq6qhP1W00030H0000gGSrAHH1tp2oIB07W82G3D070k07XWg0207G2BgAW870a802u0Zg-gOBW0e1mGe00000003mFzWA0k0AW8bw-0h0_1M82mgg2n2DJnawDIa00C5h1crMTGK0m0k0emN82u3Kam7P2pKf547VCB98w0l1dWhm2mQ83AgLthu1w0m2c0sFbr3o3G3w3G223W293W0000000F0_a0x0X3sO3gddsQpGblsDIg0Em8Gzi0u1eGy00000003mFwWFjTAW_EMRZDb8?stat-id=5&test-tag=75316865305601&format-type=35&banner-test-tags=eyI0OTM2MjcyMDMzIjoiNzUzMTY1NDY1MzU0MjQifQ%3D%3D&)[Курс менеджмента в маркетингеmini-mba.kz](https://an.yandex.ru/count/1jqWrKDHBQO50EW1CKnlari00000EDB96a02I09Wl0Xe172ysx700u01mOUuYAF5zQBZ0OW1nx-MoH-G0QZzbVSgc07qaOtBAA01glsLzoge0PgEZSiek06shuYp4S010jW1W8Qm3E01Welr0-W1DlW10OW21Q02zD_s5Ra2Rs3d8G5tvaFm0i_1phi2-0A2W820W90HW0EhoQ-41uW3_TI4_G6O0ywk0w031AW32B031BW4_m7e1Cy6-0JPpo281TdF8905i84ae0NRv0ce1S-b2B05pwK8k0Nmamd01R219CW5y9C9q0MY-0FW1M3m1G6O1e3GhFCEe0R40gW6n0B91gbpbWMrz1jAqGQf1ynyjVGRIja60000C140002G1qQf1pKf547VCB98i0U0W90Cq0S2u0U62e080T08keg0WS2GW0BW2Fgl-mg02W712W0000000F0_s0e2u0g0YNhu2i3y5OWB2geB48rF6JerAG00mMi6RLPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIaKGTymiaZe2zdF8F0B1eWCohZUlW7e30AO3O-NKF8D0FeD088E08aE00000000i3wG3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rqg3yvPkCsKW0?stat-id=5&test-tag=75316865305601&format-type=35&banner-test-tags=eyI1NzYyMTA1MTcyIjoiNzUzMTY1NDY1MzU0MjQifQ%3D%3D&)[Электронный архив документовelar.ru](https://an.yandex.ru/count/1jqWrPtDdha50Dy1CKnlari00000EDB96a02I09Wl0Xe1738ylhT3O01c-YdzGE80RgcouW8a06oijB_0PW1sht4wGAW0Uwmtlu1g07CvgJe0hW1-FUnlmB00GBO0UwFZGFW0SpVvGBe0P82-06G0OW21Q02i9q9kG9lOESX0NVcG_02py7EkmBu0eA0W820a1600-celBuBY0Fln-d12fW3nBSFe0C6g0C8i0C4k0J_0UW4_X7u18Yk1OW5YAu5a0MxW0oW1UdD0QW5jgu1i0MshW6u1T260y05ku0Co0NGXWFG1UnIu0K-y0K1c0Q0qApp3g06n0Ae1iG2oGQfSvO5jVGRIj46gGVCVBNq6qhP1W00030H0000gGSrAHH1tp2oIB07W82G3D070k07XWg0207G2BgAW870a802u0ZOpWI02W712W0000000F0_s0e2u0g0YNhu2i3y5OWB2geB48rF6JerAG00mMi6RLPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIaKGTymiaZe2uYk1V0B1eWCgfNUlW7e30AO3O-NKF8D0FeD088E08aE00000000S3sG3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rqg3yvPkCsKW0?stat-id=5&test-tag=75316865305601&format-type=35&banner-test-tags=eyIyNjgwNjE4NDkiOiI3NTMxNjU0NjUzNTQyNCJ9&)[Кредит на Автомобилиkolesa.kz](https://an.yandex.ru/count/1jqWrUTO4iO50Ca1CKnlari00000EDB96a02I09Wl0Xe1728kCAm0u01cuQg2eW1mPY5fZ2G0VAMmR0ic06mcvltAQ01lD-Ki2oe0UYOc_Sfk06Axx-y6C010jW1lgQH4-01X9s33UW1DFW1Yi7UlW680WMW0g2TQxa2Rs3d8G5tvaFm0i_1phi2-0A2W820W90He0C8g0C8i0C4k0J_0UW4dmRu1C6r3uW5mRKFa0NTjm-W1QQh5QW5fgiLi0McgnMu1Q-k5S05thSFo0MmhXNG1Qdk0U05FV050PW6WD2iymwW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIaKGTymiaYm1u20a0pG1mBW1vm6W0W1q0YwYe21m9300k08qCurW0e1mGe00000003mFzWA0k0AW8bwY0iAgWiGZKyPEZKf0031QmPjLdK50C0BWAC5o0k0r9C1sGirAHH1tp2oIEWBmRKFy0i6Y0oAmTw-0UWC0fWDZvTGyWq0-Wq0WWu0YGu00000000mF90Em8Gzc0wfvzciq9RzZKgW3i24FR0E0Q4F00000000y3-e3xNIeFpbcupPI000?stat-id=5&test-tag=75316865305601&format-type=35&banner-test-tags=eyI1OTU2NDQ1NjI1IjoiNzUzMTY1NDY1MzU0MjQifQ%3D%3D&)Содействие в подборе финансовых услуг/организаций

Использование документов в социально-правовых целях предпола­гает исполнение запросов, обеспечивающих права и законные ин­тересы граждан, для решения задач социальной защиты, обеспече­ния установленных льгот и подтверждения имущественных прав физических и юридических лиц. Тематика запросов, как правило, касается службы в армии, размера заработной платы и трудового стажа, образования, гражданского состояния и т.д. Поскольку от результата запроса зависит, зачастую, судьба человека, социально-правовые запросы выделены в особую группу из всех тематических запросов. Сроки исполнения их строго лимитированы.

Формы использования архивных документов — это определен­ные информационные услуги, выполняемые архивами по каж­дому направлению использования. По каждой форме использо­вания, как правило, составляются определенные информаци­онные документы. Основными формами использования в архи­ве являются:

информационное обеспечение организаций, структурных под­разделений и граждан в соответствии с их запросами (исполнение тематических запросов);

исполнение запросов в целях обеспечения прав и законных интересов граждан;

инициативное информирование учреждений и организаций, структурных подразделений о документах архива по профилю их деятельности;

предоставление документов пользователям через читальный зал для исследовательской работы;

выдача подлинных документов и дел во временное пользование;

публикация документов;

информационные мероприятия в научных и культурно-просве­тительских целях (выставки документов, использование докумен­тов в средствах массовой информации; организация лекций, экс­курсий, дней открытых дверей, уроков и других просветительских мероприятий).

Формы использования в государственном и ведомственном ар­хиве имеют свою специфику. Естественно, что в архивах Федераль­ной архивной службы России (Росархива), где хранятся сотни и тысячи фондов, объем информационных услуг больше и разнооб­разнее. Однако технологии, например методика исполнения запро­сов, отличаются мало.

Рассмотрим подробнее каждую из форм использования.

Информационное обеспечение пользователей. Эта форма исполь­зования осуществляется либо по инициативе пользователя (ис­полнение запросов), либо по инициативе архива (инициативное информирование).

Исполнение запросов. Наиболее важной формой использования документов архива является исполнение запросов, в том числе со­циально-правовых. По данным Росархива ежегодно в государствен­ные архивы поступает 10 млн запросов. До 80% рабочего времени сотрудников архивов поглощает подготовка архивных справок.

Запрос — это письмо организации или заявление гражданина, в котором сформулирована тема, географические и хронологи­ческие рамки необходимой заявителю информации.

Исполнение запроса — поиск и предоставление потребителю информации, содержащейся в архивных документах.

Существуют следующие виды запросов:

тематические (выявление информации по конкретной теме или документальное подтверждение какого-либо факта, например образования учреждения в таком-то году);

персональные, в том числе биографические (о жизни конкрет­ного лица) и генеалогические (об истории семьи, рода);

социально-правовые (направленные на обеспечение прав и ин­тересов граждан), которые в свою очередь подразделяются на зап­росы:

о трудовом стаже;

размере заработной платы;

службе в вооруженных силах;

участии в Великой Отечественной войне 1941 —1945 гг. и других военных конфликтах в соответствии с Законом РФ «О ветера­нах», об участии в партизанском и подпольном движении, на­хождении на оккупированной территории, в блокадном Ленин­граде и др.;

пребывании в концлагерях, гетто, вывозе на принудительные работы в Германию в период Великой Отечественной войны;

работе в годы Великой Отечественной войны;

нахождении на излечении, состоянии здоровья;

награждении, присвоении званий;

образовании, учебе;

репрессиях, раскулачивании, реабилитации;

рождении, смерти, браках и других актах гражданского состояния;

творческой деятельности и авторских правах;

имущественных и наследственных правах и др.;

консульские, направленные на защиту законных прав и интересов граждан, постоянно проживающих за рубежом, в том числе российских граждан, граждан СНГ, иностранных граждан лиц без гражданства. Эти запросы являются разновидностью социально-правых запросов и отличаются от них лишь тем, что поступают через Министерство иностранных дел (МИД) РФ посольства зарубежных стран в России, зарубежные организации, Центр розыска и информации ЦК общества Красного Креста Российской Федерации и другие ведомства и общественные организации.

Исполнение запроса складывается из нескольких этапов:

прием запроса и работа с заявителем;

поиск запрашиваемой информации;

составление и выдача заявителям ответов на запросы.

При приеме запроса необходимо уделить большое внимание составлению запроса. Надо проследить, чтобы заявитель изложил в нем все сведения, которые удалось почерпнуть из семейного архива, рассказов родственников, из других архивов. Это существенно ускоряет работу архивистов по исполнению запроса.

Наконец, если запрос относится к категории платных, следует в тактичной форме оповестить об этом заявителя. Например:

«Сообщаем, что исполнение запросов является в архиве платной услугой, и поиск сведений начнется после получения Вашего согласия на оплату. В связи со сложностью запроса стоимость поиска может составить значительную сумму».

Государственный архив не может взимать плату за исполнение социально-правовых и консульских запросов, запросов органов государственной власти и местного самоуправления для использования в служебных целях, а также за научно-техническое информирование организаций системы Росархива и др. Тематические запросы граждан, как правило, выполняются за плату.

Ведомственный архив также обязан предоставить информацию бесплатно тем организациям или лицам, которых она непосредственно касается.

При поиске запрашиваемой информации очень важно помнить о сроках исполнения.

Срок пересылки непрофильного запроса заявителя в другие архивные учреждения с информированием об этом заявителя или предоставления ему письменных рекомендаций о месте хранения документов составляет 5 дней со дня регистрации запроса.

Срок исполнения запросов на основании научно-справочного аппарата архива составляет 15 дней со дня регистрации. Такие зап­росы выполняются на основании просмотра описей, каталогов, без обращения к документам архива.

Срок исполнения запроса, требующего обращения к докумен­там архива, не должен превышать 30 дней. Однако в случае особой сложности запроса руководитель архива может продлить этот срок, но не более чем на 30 дней.

Особое внимание следует уделять социально-правовым запро­сам, срок исполнения которых не должен превышать 30 дней. При этом следует проинформировать заявителя о промежуточных ре­зультатах работы по поиску документов.

В приоритетном порядке исполняются запросы органов госу­дарственной власти, управления, суда и прокуратуры о получе­нии информации, необходимой для их деятельности.

Для повышения результативности поиска необходимо: во-пер­вых, совершенствовать систему архивных справочников по лич­ному составу, создавать тематические каталоги, картотеки, под­вергать каталогизации фонды, по которым исполняется большая часть запросов; во-вторых, работникам архивов следует следить за законодательной деятельностью Федерального собрания, а также перипетиями внутренней и внешней политики.

При составлении и выдаче заявителям ответов на запросы архив предоставляет ответы в виде следующих ин­формационных документов:

архивной справки;

архивной копии;

архивной выписки;

информационного письма;

тематического перечня документов;

тематической подборки;

тематического обзора документов.

Архивная справка — документ, подготовленный и заверен­ный архивом, имеющий юридическую силу и содержащий (под­тверждающий или не подтверждающий) информацию об имею­щихся в документах архива сведениях, относящихся к предмету запроса с указанием поисковых данных документов (архивного шифра).

Архивная копия — это документ, дословно воспроизводящий любым способом текст или изображение архивного документа, относящегося к предмету запроса, подготовленный и заверенный архивом.

Архивная выписка — это фрагмент архивной копии (дословное воспроизведение части документа любым способом), подготов­ленный и заверенный архивом. Выписки, как правило, делаются из документов, посвященных нескольким, не связанным между собой вопросам.

Информационное письмо — это письмо, составляемое архивом по собственной инициативе или в ответ на запрос пользователя и содержащее сообщение об имеющихся в архиве документах по определенной проблеме, теме, вопросу.

При исполнении тематических запросов организаций и граж­дан в государственном архиве могут создаваться такие сложные информационные документы, требующие аналитико-синтетической переработки больших объемов документной информации, как тематические перечни документов, тематические подборки доку­ментов, тематические обзоры документов.

Тематический перечень документов — систематизированный перечень заголовков дел или документов с указанием дат и поис­ковых данных.

Тематическая подборка документов — комплект копий доку­ментов или цитат из документов на данную тему.

Тематический обзор документов — информационно-поисковый справочник, содержащий подробную характеристику документов нескольких архивов, нескольких фондов одного архива или части фонда по определенной теме. Подробнее об обзорах сказано в раз­деле, посвященном научно-справочному аппарату.

Подготовка этих информационных документов очень трудо­емка, требует высокой квалификации и относится к научной работе архива. Поэтому предоставление информации в виде пе­речня, подборки или обзора, как правило, происходит по ини­циативе пользователя и по согласованию с ним. Если эта работа проводится не по обращению органа государственной власти или управления для выполнения его функций, она относится к чис­лу платных услуг. Объем работы, вид информационного спра­вочника и сроки фиксируются в специальном договоре между архивом и пользователем.

В соответствии с законодательством помимо архивных спра­вок гражданам для защиты их прав и интересов могут быть вы­даны подлинные документы из архивных дел. Для этого гражда­нину необходимо написать заявление на имя директора архива (руководителя организации, структурным подразделением ко­торой является архив). Решение о выдаче подлинных докумен­тов осуществляется этими должностными лицами всегда в соответствии с законодательством РФ. Так, граждане имеют пра­во на получение свидетельства о рождении, браке, смерти близ­кого родственника и т.д. по согласованию с органами ЗАГСа. реабилитированные лица имеют право на выдачу из архивно-следственных дел конфискованных у них творческих материа­лов, дневников, рукописей и т.д. К сожалению, это очень обед­няет архивные фонды, так как сохранность выданных докумен­тов и их дальнейшая судьба находятся вне поля зрения архиви­стов. Поэтому выдачу документов можно осуществлять только после их копирования. При этом вносятся изменения в учетные документы архива.

Инициативное информирование учреждений и организаций, структурных подразделений о документах архива по профилю их деятель­ности. В отличие от исполнения запросов организаций и граждан такая форма использования архивных документов, как инициа­тивное информирование, осуществляется самим архивом без об­ращения потребителя. Выявление документов производится в рас­чете на потенциального потребителя информации. Второе отли­чие от исполнения запросов состоит в том, что потребителями информации при инициативном информировании являются ис­ключительно юридические лица: для государственного архива — органы государственной власти, управления и местного самоуп­равления, научные и общественные организации, зарубежные на­учные и культурные организации; для ведомственного архива — руководство организации, руководители структурных подразде­лений, а также другие организации, документы о деятельности которых отложились в архиве.

Работа по инициативному информированию ведется в соот­ветствии с планом. При составлении плана сначала необходимо выявить круг постоянных потребителей информации или катего­рий потребителей информации. Для этого следует изучить резуль­таты анализа интенсивности и эффективности использования до­кументов за предшествующие годы. При этом не стоит привязы­ваться к конкретным учреждениям: если администрация одного административного округа запросила подборку об истории дорож­ного строительства, возможно эта информация понадобится и другой администрации. Особое внимание следует обращать на те­матику работы иностранных исследователей и организаций, по заданию которых они работают.

Затем следует наметить темы для выявления документов. Для этого необходимо изучить планы и прогнозы работы потенциаль­ных потребителей, просмотрев материалы ведомственной перио­дики («Ведомости», «Информационные бюллетени...»), планы разработки законопроектов и решений местных законодательных органов, перспективные программы развития предприятий и т.п. За информацией целесообразно обратиться к пресс-службам уч­реждений и организаций. В ведомственном архиве используются планы и прогнозы работы данного учреждения или организации.

Впрочем, в практике работы некоторых архивов включение темы в план работы по инициативному информированию производит­ся уже после согласования с пользователем.

Затем осуществляется выявление документной информации, соответствующей предполагаемым (согласно вашим расчетам) информационным запросам потенциального потребителя.

В результате работы по инициативному информированию в го­сударственном или ведомственном архиве, как правило, состав­ляется информационное письмо (см. выше). От информационного письма, составляемого в ответ на запрос, оно отличается тем, что в нем указывается перечень информационных услуг архива с ука­занием их стоимости. В архиве также может быть составлен тема­тический перечень дел или документов, тематический обзор или тематическая подборка документов. Однако, учитывая трудоем­кость этой работы, все эти виды информационных документов целесообразно составлять все же уже по согласованию с пользователем, получив его отклик на инициативное письмо архива.

Но главным результатом работы по инициативному информи­рованию является заключение договора о сотрудничестве или за­каза на копирование информации, когда потенциальный потре­битель станет реальным. В ведомственном архиве лучшим резуль­татом работы по инициативному информированию является по­вышение эффективности работы учреждения или организации за счет использования документной информации.

Таким образом, в современных условиях инициативное инфор­мирование осуществляется по согласованию с потребителем ин­формации, как правило, в целях реализации совместных проек­тов, заключения договоров о сотрудничестве, лицензионных до­говоров на коммерческое использование документов и др. Если в государственном архиве создается маркетинговая служба, иници­ативное информирование возлагается на нее.

Предоставление документов пользователям через читальный зал для исследовательской работы. В государственном архиве для пре­доставления архивных документов пользователям (исследователям) создается специальное структурное подразделение — читальный зал, оснащенный необходимым оборудованием для просмотра документов и микрофильмов, а также необходимым научно-спра­вочным аппаратом. В архивах кинофотодокументов и звукозаписей создаются просмотровые залы, комнаты прослушивания фонодокументов. В ведомственном архиве обслуживание сотрудников орга­низации и других пользователей осуществляется либо в специаль­ном помещении, либо в рабочей комнате сотрудников архива. В последнем случае в ней выделяется специальное рабочее место для исследователей.

Предоставление документов и научно-справочного аппарата в читальном зале архивов осуществляется бесплатно. В государствен­ном архиве плата взимается в том случае, если исследователь не ведет самостоятельный поиск (как за исполнение тематического запроса). Поэтому, чтобы избежать лишних затрат, следует изу­чить раздел об архивной эвристике. Кроме того, плата может взи­маться за ряд дополнительных услуг (ксерокопирование, сроч­ность исполнения запроса). Перечень платных услуг должен быть указан в доступном для пользователей месте.

Расписание работы читального зала должно быть вывешено на доступном месте, указано в справочниках или размещено на сай­те архива в Интернет.

Правила работы исследователей в читальном зале данного ар­хива должны находиться в соответствии с Правилами работы ис­следователей в читальных залах государственных архивов, утвер­жденных Росархивом в 1998 г.

При первом посещении государственного архива на каждого пользователя заводится личное дело, в которое подшиваются:

все письма-направления и заявления данного пользователя;

анкета исследователя с подпиской о знакомстве с правилами работы читального зала и обязательством их выполнять;

заказы на выдачу описей и дел;

заказы на копирование документов.

В ведомственном архиве на каждого пользователя заводится карточка с указанием основных сведений о должности, месте ра­боты, цели и темы исследования, заказанных делах и др.

В случае повреждения или хищения дел, внесения изменений в текст документов и т.д. пользователь несет ответственность: от ли­шения права пользования читальным залом до уголовной ответ­ственности.

Выдача подлинных документов и дел во временное пользование. Удовлетворению информационных запросов пользователей служит и та­кая форма использования документов, как выдача подлинных доку­ментов и дел во временное пользование. Подлинные дела и доку­менты выдаются либо фондообразователям, передавшим их на хра­нение (как физическим, так и юридически лицам), либо органам суда, прокуратуры, Федеральной службы безопасности (ФСБ) или МВД в исключительных случаях, когда в целях защиты законности или государственной безопасности необходим именно подлинник документа. Особо ограничена выдача документов из личных фондов или фондов негосударственных организаций. Дела выдаются во временное пользование на основании запроса (заявления) фондообразователя, а также его наследников или правопреемников, в котором указывается, для каких целей и какие именно документы (желательно, с шифрами) должны быть выданы.

Особое внимание следует обратить на обеспечение сохран­ности документов. В архиве составляется акт выдачи дел во вре­менное пользование, в котором перечисляются шифры выда­ваемых дел, указывается срок возвращения документов и зак­репляется ответственность пользователя за их сохранность. Акт составляется в двух экземплярах, подписывается руководством архива и руководством учреждения-пользователя, после возвра­щения дел подшивается в дело фонда. По возвращении дел ар­хивом проводится проверка их наличия и состояния. Архив дол­жен принять все меры к тому, чтобы упаковка документов и их перевозка соответствовали требованиям обеспечения их сохран­ности. Пользователь не имеет права предоставлять документы третьим лицам и использовать их в других целях, кроме указан­ных в письме-запросе.

Публикация документов. Под публикацией архивных докумен­тов понимают совокупность работ по подготовке документов к изданию.

Существуют различные типы, виды и формы публикации до­кументов (табл. 7).

Таблица 7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип публикаций | Вид публикаций | Форма публикаций |
| Научные публика­ции, предназначен­ные для научного исследования и заменяющие непосред­ственное обращение к источнику. В них приводится история текста, его внешние особенности | Пофондовые: из документов одного архивного фонда. Тематические: из документов различных фондов, но по одной теме. Публикации докумен­тов одного вида (акты, протоколы). Публикация документов одного лица | Корпус: свод источ­ников по определен­ной теме. Том: часть продол­жающегося или многотомного издания. Выпуск: часть перио­дического издания или серии. Часть, раздел: часть текста одной книги. CD-ROM. Комплект микрофиль­мов |
| Научно-популярные издания, рассчитан­ные на широкий круг любителей истории. Поскольку они пред­назначены не для профессионалов, к этим изданиям со­ставляется справочный аппарат, делающий текст источника доступным. | То же | То же |
| Учебные издания, предназначенные для освоения учебных программ (хресто­матии, тематические подборки). | » | » |

Публикация готовится в несколько этапов:

выявление и отбор документов;

выбор и передача текста документа;

археографическое оформление документа и составление науч­но-справочного аппарата к публикации;

формирование макета публикации.

Методика работы по публикации документов основана на «Пра­вилах публикации исторических документов в СССР» (М., 1990).

Информационные мероприятия в научных и культурно-просветительных целях. Формы использования документов в научных и куль­турно-просветительских целях очень многообразны:

организация выставок документов;

использование документов архива в средствах массовой инфор­мации;

организация:

вечеров-встреч с общественностью;

экскурсий в архивы;

презентаций, дней открытых дверей;

лекций и докладов;

устных журналов;

читательских конференций;

уроков для студентов и школьников.

Из перечисленных форм рассмотрим наиболее интересные — организация выставок документов и использование документов в электронных средствах массовой информации (СМИ), которые осуществляются на основе договора о сотрудничестве (коммер­ческом использовании документов архива).

Под выставкой документов понимают художественно оформ­ленную подборку документов, предназначенную для их публич­ной демонстрации. В отличие от выставки картин или произведе­ний декоративно-прикладного искусства, где объект экспониро­вания «говорит сам за себя», архивные документы требуют тща­тельно продуманной экспозиции, для того чтобы мир древних рукописей раскрылся не только для профессионалов, но и для каждого человека, интересующегося отечественной историей. По­этому архивисты, как правило, прибегают к помощи профессио­налов — музейных работников, художников-оформителей. Архив также может предоставлять свои документы на выставки, органи­зуемые музеями или другими учреждениями.

Выставки бывают постоянно действующие, временные, ста­ционарные, передвижные, межархивные, межрегиональные, все­российские, международные. В идеале каждый государственный архив должен иметь постоянно действующий выставочный зал. Так в 2000 г. в Москве открылся выставочный зал Росархива. Ведом­ственные архивы, как правило, готовят выставки временные, по­священные юбилею учреждения, отрасли, историческому собы­тию и др.

Подготовка даже небольшой краткосрочной (до 10 дней) вы­ставки документов — ответственное, трудоемкое, сложное и рискованное мероприятие. В данном случае речь идет как о ком­мерческом риске (квалифицированная подготовка выставки требует значительных вложений), так и о риске хищения или повреждения экспонируемых документов. И тем не менее, даже в тяжелые для архивной службы времена (Великая Отечествен­ная война, экономический кризис 1990-х гг.) выставочная ра­бота архивов не прекращалась. Ведь талантливо подготовленная выставка архивных документов дает возможность сотням людей ощутить сопричастность к былому, прикоснуться к самой исто­рии, оценить богатство документального наследия нашего на­рода и, значит, понять важность сохранения архивных доку­ментов.

Разработка тематико-экспозиционного плана выставки зача­стую требует напряженного труда всего коллектива архива. По­этому план может существовать в нескольких версиях — сначала в предварительном, а затем в уточненном варианте. Очень важно включать документы в план не на основании описей, а на осно­вании просмотра документов. Для успеха выставки также важно, чтобы документы не только несли в себе ценную информацию, но и были внешне выразительны, «смотрелись» на витрине. По­этому почти всегда экспонирование архивных документов соче­тается с экспонированием музейных предметов эпохи. Опыт му­зеев показывает, что наибольшим интересом у посетителей пользуются выставки, показывающие ход истории глазами от­дельного человека, через мир личности, семьи. Письма, семей­ные фотографии и фотоальбомы, продовольственные карточки, визитки, записные книжки, ученические тетрадки, открытки, дневники — все это обладает зачастую большей силой эмоцио­нального воздействия, чем тисненый бархат почетных грамот, дипломов и документы из делопроизводства государственных учреждений.

Использование документов архива в СМИ — ответственная, но чрезвычайно увлекательная работа. Ведь средства массовой инфор­мации дают исключительную возможность донести сведения о несметных документальных богатствах архива до многомиллион­ной аудитории зрителей (читателей, слушателей), оказать влия­ние на отношение общества к памятникам культуры. Именно кон­сультация архивиста, хорошо знающего состав фондов, имеюще­го свое видение источника, не скованное рамками научной кон­цепции, дает интересное направление мысли режиссера, сценариста, писателя.

Формы использования архивных документов в средствах мас­совой информации разнообразны (табл. 8).

Таблица 8

|  |  |
| --- | --- |
| Форма использования | Форма реализации информации |
| В периодической печати | Статьи (тематические, научные, научно-популярные, рекламно-информационные). Подборки документов (тематические). Очерки. Газетные полосы (тематические). Корреспонденции о событиях архивной жизни |
| В радиопередачах | Цикл тематических передач. Тематические беседы. Хроники. Информации. Интервью. Репортажи. Пресс-конференции. Рекламные сообщения |
| На телевидении | Тематические программы. Интервью. Репортажи. Пресс-конференции. Рекламные сообщения. Фильмы (художественные, документальные, художественно-публицистичес­кие, научно-популярные, учебные) |

В архиве учреждения использование документов в СМИ (теле­радиопередачи, подборки документов, статьи), как правило, при­урочены к юбилею ведомства или учреждения. Для подготовки праз­дничного мероприятия привлекается и государственный архив, хранящий фонд учреждения.

Свободный доступ к архивным документам. Полноценное и разностороннее использование документальных богатств архивов воз­можно лишь при их открытости, т. е. наличии свободного доступа граждан к архивным документам и научно-справочному аппарату (НСП). Если фонды надежно заперты в спецхранилище, вся рабо­та по поиску источников, созданию и совершенствованию архи­вных справочников бессмысленна — документы не будут востре­бованы исследователями. Немало смелых исследовательских про­ектов разбилось о гриф «совершенно секретно». Доступ к инфор­мации и поныне является важнейшей проблемой, без ее разреше­ния невозможно взаимодействие Росархива с представителями исторической науки и общественности.

Правовое регулирование доступа к информации в соответствии с нормами демократического общества является необходимым условием существования архивов в современной информацион­ной среде.

Уголовный кодекс Российской Федерации предусматривает наказание за необоснованное ограничение доступа к документам, запрещает создание тайных архивов.

Неправомерный отказ должностного лица в предоставлении собран­ных в установленном порядке документов и материалов, непосредст­венно затрагивающих права и свободы гражданина, либо предоставление гражданину неполной, заведомо ложной информации, если эти деяния причинили вред правам и законным интересам граждан, нака­зываются штрафом в размере от 200 до 500 минимальных размеров оп­латы труда или в размере заработной платы или иного дохода осужден­ного за период от 2 до 5 месяцев либо лишением права занимать опреде­ленные должности или заниматься определенной деятельностью на срок от 2 до 5 лет.

Ст. 140 Уголовного кодекса РФ.

Отношения государственного архива с потребителями ретро­спективной документной информации, а также работа по комп­лектованию, экспертизе ценности, обеспечению сохранности, созданию НСА подчинена задаче наиболее эффективного исполь­зования архивов в интересах общества, поскольку архивные доку­менты принадлежат обществу в целом. Незнание правды о про­шлом лишает общество социальной памяти и может стать причи­ной катастроф. В Основах законодательства об Архивном фонде РФ и архивах был провозглашен принцип публичности архивов, их равной доступности для любого физического или юридическо­го лица. Это означает:

возможность получения свободного доступа в архив любому физическому или юридическому лицу независимо от пола, про­фессии и образования, вероисповедания, партийной принадлеж­ности, взглядов и убеждений, гражданства;

возможность получения в архиве доступа к НСА;

возможность копирования архивных документов;

возможность различных форм использования архивных доку­ментов (кроме специально оговоренных случаев) с обязательным соблюдением требования сообщения в работах (статьях) сведе­ний об архиве, документы которого использованы.

Вступление России в 1997 г. в Совет Европы означает, что наша страна обязана соотносить порядок доступа к своим архивам с европейскими стандартами. К маю 1997 г. под эгидой Совета Ев­ропы Международный совет архивов (МСА) подготовил проект «Рекомендаций по стандарту европейской политики в отношении доступа к архивам». Вот выдержки из этого документа:

«Доступ к государственным архивам является частью прав граждани­на, а в широком смысле соблюдаемых в мире демократических ценнос­тей — частью прав человека. Поэтому одинаковые права должны быть предоставлены гражданам страны и иностранцам, университетским исследователям и простым читателям. Закон не должен делать никаких различий между ними».

С момента своего создания в XIX в. все исторические архивы находились в ведении ведомства иностранных дел, министерства юстиции, военного министерства, Сената и др. Для того чтобы по­лучить доступ к документам, необходимо было разрешение руко­водителя ведомства (министра), а иногда и резолюция августей­шей особы.

После революции 1917 г. архивные деятели, стоявшие у исто­ков реформы 1918 г., надеялись, что впервые будут созданы усло­вия для широкого доступа научной общественности в архивы. Дей­ствительно, исторические архивы впервые были выведены из ве­дения ведомств и подчинены единому органу управления архив­ным делом — Главархиву. Однако надеждам реформаторов не впол­не суждено было осуществиться. Очень скоро партийные идеологи осознали, что архивные документы могут быть мощным средством в политической борьбе. Поэтому в государственных архивах с сере­дины 20-х гг. XX в. появляются специальные секретные отделы — спецхраны. В 1930-е гт. складывается Архивный фонд КПСС — сеть центральных и местных архивов, существовавших отдельно от го­сударственной архивной службы. Свою сеть центральных местных архивов имели спецслужбы (ВЧК — ОГПУ — НКВД СССР — КГБ СССР). В ведении МИД остался Архив внешней политики России. Стал ограничен доступ к архивам отраслевых фондов, где он определялся правилами данного ведомства.

Период начала 1990-х гг. в отношении рассекречивания архивных ма­териалов во многом сходен с периодом подготовки реформы 1918 г. Чув­ство информационной свободы, испытанное обществом после августов­ских событий 1991 г., не могло не затронуть и архивы. Началось массовое рассекречивание документов, в ряде исторических архивов были ликви­дированы спецхраны.

[Яндекс.Директ](https://direct.yandex.ru/?partner)[Электронный облачный архивelar-context.ru](https://an.yandex.ru/count/GW_OXFKLIA050Dy1CO5mari00000EDB96a02I09Wl0Xe172Y-QdW1e01u8oz6eW1yURToIcG0SYYpECac07oeS2D9A01ogBCuoIe0TwXm8qak06ihggA5i010jW1oCJr2-01pD_b0kW1QlW1gfNUlW680WMW0jJrpHQv0bgy6ZvQV2ray0BCoUko2_W2We20W82W4u03kPFssWY80xc9j9O3c0EErWMe0mYm0mIu1Fy1w0Ix5_W4zBm7Y0Nql0UG1QYZ2w05YPy2g0Maym6m1QJp0RW5-Eu2m0MxW0p81T260z05ntFW1Jxm1G6O1e3GhFCEe0R40gW6n0B91gbpbWMrz1jAqGQf1ynyjVGRIja60000C140002f1pKf8D66Uh98i0U0W90Cq0S2u0U62e080T08keg0WS2GW0BW2EhwfWk02W712W0000000F0_s0e2u0g0YNhu2i3y5OWB2geB43NwizSrAG00UKzmVrPr1G302u2Z1SWBWDIJ0TaBDIaWqOPwiaZe2_Iy1_0B1eWCgfNUlW7e30AO3O-NKF8D0FeD088E08aE00000000y3-G3i24FPWEgUVPhD2M_OrAe0x0X3sm3W6X3m0000000F0_g0-rqf3Brz2UsKW0?stat-id=5&test-tag=84662714141697&format-type=35&banner-test-tags=eyI0OTM2MjcyMDM2IjoiODQ2NjIzOTUzNzE1MjAifQ%3D%3D&)[Электронный архив документовelar.ru](https://an.yandex.ru/count/GW_OXAYq98m50E01CO5mari00000EDB96a02I09Wl0Xe1738ylhT3O01c-YdzGE80RgcouW8a06oijB_0PW1sht4wGAW0Uwmtlu1g07CvgJe0hW1-FUnlmB00GBO0UwFZGFW0SpVvGBe0P82-06G0OW21Q02i9q9kG9Ql1e-MdmjPF02pCdhiWlu0eA0W820e1E00xcJzje8Y0EvYRIM0vW3s_m9e0C4g0C8i0C4k0J_0UW4pWxu1Fwp2eW5_hCAa0MxW0oW1SoF0wW5qj82i0NIqWAu1T260y05ku0Co0NGXWFG1UsW0U05Fl050PW6WD2iymwW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIaWqOPwiaYm1u20a0pG1mBW1uOAW0W1q0YwYe21m9200k08sCu4W0e1mGe00000003mFzWA0k0AW8bw-0h0_1M82mgg2n0r-hFNDIa007bFS7zMTGK0m0k0emN82u3Kam7P2pKf8D66Uh98w0l-imhm2mQ83AgLthu1w0m2c0sFbr3o3G3w3G223W293W0000000B0-a0x0X3sO3gddsQpGblsDIg0Em8Gzi0u1eGy00000003mFwWFjTAGozVGdjb8?stat-id=5&test-tag=84662714141697&format-type=35&banner-test-tags=eyIyNjgwNjE4NDkiOiI4NDY2MjM5NTM3MTUyMCJ9&)[Электронный документооборот ELMA!](https://an.yandex.ru/count/GW_OXExtODS50DK1CO5mari00000EDB96a02I09Wl0Xe173un8o22801jhQdlgg9ce3t0OW1qkcsjYQG0TwkZ_CIc07I_EdB5Q01uAwFynAe0T3ywSiLk06EojJD3i010jW1_Et60kW1VlW1gfNUlW680WMW0kIcbGMv0bgy6ZvQV2ray0BCoUko2_W2We20W82W4vW3quW4e0C6g0C8i0C4k0J_0UW4xGBu1ANbBuW5fUKla0N9h3MW1PYh3gW5dvCCi0MVamou1Oh83S05fTOQo0M5v0RG1TxY1U05F_050PW6WD2iymwW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIaWqOPwiaYm1u20a0pG1mBW1uOAW0W1q0YwYe21m9200k08ijFA0e0A0S4A00000000043O2WBW2e29UlWAmFmLY0iAgWiGDVgprpKf001vJt1_LdK50C0BWAC5o0k0r9C1sGirAI3HXdgoIEWBfUKly0i6Y0ogbTw-0UWC0fWDZvTGyWq0-Wq0WWu0YGu00000001mFP0Em8Gzc0wfvzciq9RzZKgW3i24FR0E0Q4F00000000y3-e3xNIaClNq9xPI000?stat-id=5&test-tag=84662714141697&format-type=35&banner-test-tags=eyIyNTM2NjMxMjE1IjoiODQ2NjIzOTUzNzE1MjAifQ%3D%3D&)18+[Франшиза детской школы балета!балетсдвухлет.рф](https://an.yandex.ru/count/GW_OXCYXTZK50DW1CO5mari00000EDB96a02I09Wl0Xe173-mz0oW079dg-cz_ogqia1Y06kjwZ9C901r9Var2oO0TJOy98ge07Ib-JKBAW1hjZmaYgu0OBxhiSOm042s070-9uJu07-oeqJw044-07iiTw-0OW21Q02giog5ha2MhmQFbfyBMJm0ip9wx8B-0A2W820WA0Je0C8g0C8i0C4i0G1k0J_0UW4gGBu1FhuBuW5-lWla0MftJgW1Okn3gW5dvWCi0MVc0ou1PVt3i05u898o0NWfnBG1Oxb1U05DF050PW6YfEjqWMW1iG2g0R40ia6gNEM1RNq6qhH1ga7p7orz1jAsGO0000m4G000Aa7DIaWqOPwiaYm1u20a0pG1mBW1uOAW0W1q0YwYe21W9300k08bQQL2u0A0S4A00000000y3_O2WBW2e29UlWAmFmLY0iAgWiGDVgprpKf001vJt1_LdK50C0BWAC5o0k0r9C1sGirAI3HXdgoIEWB-lWly0i6Y0piiTw-0UWC0fWDZvTGyWq0-Wq0WWu0YGu00000000mF90Em8Gzc0wfvzciq9RzZKgW3i24FR0E0Q4F00000000y3-e3xNIaClNq9xPI000?stat-id=5&test-tag=84662714141697&format-type=35&banner-test-tags=eyI1OTk0NDgxMTMwIjoiODQ2NjIzOTUzNzE1MjAifQ%3D%3D&)

После августовских событий 1991 г. были подписаны Указы Пре­зидента РФ «Об архивах КГБ СССР», «О партийных архивах», лик­видировавшие Архивный фонд КПСС и передававшие его в веде­ние государственной архивной службе. Обнародование документов во время суда над КПСС, публикация источников в серии «Рос­сия, XX век», в средствах массовой информации, выход в свет справочника «Архивы России. Москва и Санкт-Петербург», где впервые приведены сведения о составе и объеме фондов архивов МИДа, Службы внешней разведки (СРВ) и ФСБ РФ (1997 г.), стали вехами демократизации архивного дела. Наконец, в ходе ар­хивной реформы был принят ряд законодательных и нормативных актов, создавших правовую базу для единого в масштабах страны режима регулирования доступа к документам Архивного фонда РФ. Важную роль в деле рассекречивания архивов сыграли Закон РФ «О реабилитации жертв политических репрессий» от 18 октября 1991 г., Указ Президента Российской Федерации «О снятии ограничитель­ных грифов с законодательных и других актов, служивших основа­нием для массовых репрессий и посягательств на права человека» от 23 июня 1992 г., а также законы «О временном порядке доступа к архивным документам и их использования» от 19 июня 1992 г., «О государственной тайне» от 21 июля 1993 г., «Об информации, информатизации и защите информации» от 2 февраля 1995 г. и др.

Однако, несмотря на все эти важные шаги, приходится конста­тировать, что значительная часть источников истории страны XX в., к которой относится почти весь бывший Архивный фонд КПСС, материалы спецслужб, ряда ведомств (МВД СССР, МИДа, Глав­ной военной прокуратуры СССР, военной коллегии Верховного Суда СССР, Министерства обороны) остаются засекреченными. Для большинства историков фактически закрыты исторические части Архива Президента РФ и Правительства РФ. Темпы рассек­речивания документов, которые в 1991 — 1993 гг. были довольно высокими, во второй половине 1990-х гг. резко снизились, в не­которых регионах рассекречивание документов полностью пре­кратилось.

В настоящее время к категории публичных архивов можно отне­сти все государственные архивы России (включая и муниципаль­ные). Во всех этих архивах действуют единые правила доступа к архивной информации и ее использования, периодически кор­ректируемые распорядительными и методическими документами Росархива.

К ограниченно-публичному типу архивов можно отнести архивы ряда министерств и ведомств, например Министерства обороны Российской Федерации. Любой гражданин имеет возможность по­лучить доступ в такие архивы. Однако на стадии работы непосред­ственно в них существует своеобразное разграничение пользова­телей в зависимости от целей их работы, уровня профессионализ­ма, определяющее возможности знакомства с научно-справочным аппаратом, документальными комплексами. В каждом из таких архивов существуют свои, особые правила доступа к архивной информации и ее использования.

Для доверительного типа архивов характерны еще более жест­кие ограничения использования документов. Уже сама возмож­ность получения доступа в такие архивы существует не для каж­дого. Справочный материал в них, как правило, носит служебный характер. Он и создавался изначально не в научно-информацион­ных целях, а для обеспечения определенных ведомственных инте­ресов. В большинстве случаев в таких архивах отсутствуют приспо­собленные читальные залы, регламентированные процедуры ра­боты с архивными документами, правила их копирования.

Закрытый тип архивов присущ для архивов министерств, ве­домств и учреждений их систем. Находящиеся в них документы еще не приобрели признаков исторических источников, исклю­чительно выполняя те задачи и реализуя достижение тех целей, ради которых они были созданы. Закрытый тип архивов — естественное и нормальное явление. Исследовательские интересы пользователей в отношении таких архивов в конечном счете удовлетворяются после регулярных передач их документов в систему публичных и ограниченно-публичных архивов.

Ограничение доступа к архивным документам. Доступ к доку­ментам Архивного фонда РФ, являющегося частью национально­го и культурного достояния, регламентирован федеральным зако­нодательством, в частности Федеральным законом «О государ­ственной тайне», который возлагает ответственность за соблюде­ние государственной тайны, а также охрану прав и интересов граж­дан, конфиденциальная информация о которых имеется в архив­ных документах, на архивиста.

«Должностные лица и граждане, виновные в нарушении законода­тельства РФ о государственной тайне, несут уголовную, административ­ную, гражданско-правовую или дисциплинарную ответственность в со­ответствии с действующим законодательством».

Из Федерального закона «О государственной тайне»

Государственная тайна — это защищаемые государством сведе­ния в области военной, внешнеполитической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности страны.

Срок засекречивания документов, содержащих государствен­ную и иную охраняемую законом тайну, составляет 30 лет со вре­мени их создания. Этот срок в отдельных случаях может быть про­длен или сокращен.

В соответствии с Федеральным законом «О государственной тайне» все ведомства, наделенные полномочиями по отнесению сведений к государственной тайне и по их засекречиванию, дол­жны иметь программу работы по рассекречиванию и порядок пе­ресмотра каждые 5 лет засекреченных документов на предмет воз­можности открытия доступа.

В любом случае отказ архива в предоставлении архивных доку­ментов пользователям должен содержать веские причины, срок действия ограничений и дату принятия решения об отказе. По требованию исследователя отказ выдается в письменной форме. Архивист должен объяснить порядок получения доступа к частич­но рассекреченным и секретным документам. Неправомерный от­каз в доступе может быть обжалован исследователем в суде.

Вместе с тем архивы должны предупреждать пользователей об ответственности за сохранение государственной тайны и даже потребовать письменные гарантии сохранения полученной инфор­мации от разглашения. Ознакомление с секретными бумагами осу­ществляется в специальном читальном зале под контролем со­трудника архива, допущенного к работе с документами, содер­жащими гриф «совершенно секретно».

Ознакомимся с категориями документов, доступ к которым огра­ничен.

Если документы хранятся в ведомственном архиве органа уп­равления, государственного учреждения или предприятия, поря­док доступа к ним определяется правилами ведомства по согласо­ванию с Росархивом.

Ограничен доступ к документам, содержащим конфиденциаль­ную информацию. Такой информацией являются:

сведения о фактах, событиях и обстоятельствах частной жизни гражданина, позволяющие идентифицировать его личность (пер­сональные данные), за исключением сведений, подлежащих рас­пространению в средствах массовой информации в установлен­ных федеральными законами случаях;

сведения, составляющие тайну следствия и судопроизводства;

служебные сведения, доступ к которым ограничен органами государственной власти в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и федеральными законами (служебная тайна);

сведения, связанные с профессиональной деятельностью, до­ступ к которым ограничен в соответствии с Конституцией Рос­сийской Федерации и федеральными законами (врачебная, нота­риальная, адвокатская тайна, тайна переписки, телефонных пе­реговоров, почтовых отправлений, телеграфных или иных сооб­щений и так далее);

сведения, связанные с коммерческой деятельностью, доступ к которым ограничен в соответствии с Гражданским кодексом Рос­сийской Федерации и федеральными законами (коммерческая тайна);

сведения о сущности изобретения, полезной модели или промыш­ленного образца до официальной публикации информации о них.

*(Из Указа Президента РФ от 6 марта 1997 г. «Об утверждении Перечня сведений конфиденциального характера».)*

Конфиденциальную информацию содержат также следующие документы: о частной жизни граждан, о состоянии здоровья, се­мейных и интимных отношениях, имущественном положении, а также о жилище. Ведь в соответствии с Конституцией РФ каждый гражданин имеет право на неприкосновенность частной жизни, защиту своей чести и доброго имени. Такие сведения могут нахо­диться в личных делах, документах кадровых служб, медицинс­кой документации, судебно-следственных делах.

Срок засекречивания этих сведений приближается к длитель­ности человеческой жизни и равняется 75 годам.

Ранее этого срока доступ к документам, содержащим подобную информацию, можно получить, имея письменное разрешение че­ловека, конфиденциальная информация о котором содержится в деле или находится у его прямых наследников. Если в деле содер­жится информация о нескольких лицах (например, в судебно-следственном деле), необходимо письменное согласие всех этих лиц.

С другой стороны, архив обязан предоставить самому гражда­нину, персональные данные о котором имеются в документах, как эти документы, так и их копии (бесплатно). Например, в со­ответствии с Законом РФ «О реабилитации жертв политических репрессий» от 18 октября 1991 г. архив обязан дать возможность бывшим узникам ГУЛАГа (Главное управление исправительно-трудовых лагерей) или их родственникам ознакомиться с матери­алами прекращенных уголовных, фильтрационно-проверочных и административных дел, а также выдать по их требованию копии документов.

Ограничен доступ к документам общественных и религиозных объединений и организаций, личных и семейных фондов и фондов других негосударственных организаций. Эти ограничения оговариваются самим фондообразователем при передаче документов на хранение и, как правило, связаны либо с тайной личной жизни, либо ав­торским правом, либо с коммерческой тайной.

Под коммерческой тайной понимается информация, имеющая дей­ствительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвест­ности ее третьим лицам. Статьи 139 и 727 Гражданского кодекса РФ пре­дусматривают, что сведения, содержащие коммерческую тайну (ноу-хау, технические задания и др.), не могут быть сообщены третьей стороне без согласия собственника информации. Однако при этом следует по­мнить, что фирма или организация, обладающая информацией, вправе охранять ее конфиденциальность только в том случае, если к ней не доступа на законном основании.

Срок действия ограничений и порядок получения разрешения на доступ к этой категории документов должны быть четко огово­рены в договоре с фондообразователем при приеме документов на хранение. Документы, на которые распространяется Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» (документация об изоб­ретениях и открытиях, о научных, литературных и музыкальных произведениях, рукописи, кинофильмы), а также документы, содержащие коммерческую тайну, выдаются исследователям с разрешения фондообразователя и его наследников. Однако по ис­течении сроков действия авторского права, предусмотренного за­коном, документы поступают в общее пользование.

Если фондообразователь не оговорил правила доступа к свое­му фонду, документы выдаются пользователям в соответствии с правилами, установленными для открытой документации. Исклю­чение делается для документов, содержащих информацию кон­фиденциального характера (см. выше о тайне личной жизни).

Исследователь несет ответственность за обнародование (пуб­ликацию) и разглашение сведений, содержащих государственную тайну. Кроме того, лицо, сведения о личной жизни которого были обнародованы, может подать в суд за нанесенный ему моральны» ущерб, причем как на архив, выдавший документы, так и на ис­следователя, предавшего их гласности.

Отнесением сведений документов к государственной тайне продлением сроков ограничения доступа к документам непосред­ственно занимаются работники ведомственного архива. Перечень должностных лиц органов государственной власти, наделяемых полномочиями по отнесению сведений к государственной тайне, утверждает Президент РФ. Руководит работой по засекречивании документов в стране Межведомственная комиссия по защите го­сударственной тайны. В органах государственной власти, которые наделены правами по отнесению сведений к государственной тай­не, должны быть созданы специальные экспертные комиссии, занимающиеся этим вопросом.

Главная задача комиссии — разработать ведомственный (раз­вернутый) перечень сведений, подлежащих засекречиванию. Пе­речень в обязательном порядке должен быть согласован с Межве­домственной комиссией по защите государственной тайны. При составлении перечня следует руководствоваться не столько мне­нием чиновников ведомства, сколько Федеральным законом «О го­сударственной тайне», статья 5 которого содержит перечень све­дений, составляющих государственную тайну, а именно:

1.Сведения в военной области:

о содержании стратегических и оперативных планов, документов бо­евого управления по подготовке и проведению операций, стратегичес­кому, оперативному и мобилизационному развертыванию Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск, военных формирований и органов, предусмотренных Федеральным законом «Об обороне», об их боевой и мобилизационной готовности, о создании и об использовании мобилизационных ресурсов;

о планах строительства Вооруженных Сил Российской Федерации, других войск Российской Федерации, о направлениях развития воору­жения и военной техники, о содержании и результатах выполнения целевых программ, научно-исследовательских и опытно-конструкторс­ких работ по созданию и модернизации образцов вооружения и воен­ной техники;

о разработке, технологии, производстве, об объемах производства, о хранении, об утилизации ядерных боеприпасов, их составных частей, делящихся ядерных материалов, используемых в ядерных боеприпасах, о технических средствах и (или) методах защиты ядерных боеприпасов от несанкционированного применения, а также о ядерных энергетичес­ких и специальных физических установках оборонного значения;

о тактико-технических характеристиках и возможностях боевого при­менения образцов вооружения и военной техники, о свойствах, рецеп­турах или технологиях производства новых видов ракетного топлива или взрывчатых веществ военного назначения;

о дислокации, назначении, степени готовности, защищенности режим­ных и особо важных объектов, об их проектировании, строительстве и экс­плуатации, а также об отводе земель, недр и акваторий для этих объектов;

о дислокации, действительных наименованиях, об организационной структуре, о вооружении, численности войск и состоянии их боевого обеспечения, а также о военно-политической и (или) оперативной об­становке.

2. Сведения в области экономики, науки и техники:

о содержании планов подготовки Российской Федерации и ее от­дельных регионов к возможным военным действиям, о мобилизацион­ных мощностях промышленности по изготовлению и ремонту вооружения и военной техники, об объемах производства, поставок, о запасах стратегических видов сырья и материалов, а также о размещении, фак­тических размерах и об использовании государственных материальных резервов;

об использовании инфраструктуры Российской Федерации в целях обеспечения обороноспособности и безопасности государства;

о силах и средствах гражданской обороны, о дислокации, предназна­чении и степени защищенности объектов административного управле­ния, о степени обеспечения безопасности населения, о функциониро­вании транспорта и связи в Российской Федерации в целях обеспечения безопасности государства;

об объемах, планах (заданиях) государственного оборонного заказа, о выпуске и поставках (в денежном или натуральном выражении) воо­ружения, военной техники и другой оборонной продукции, о наличии и наращивании мощностей по их выпуску, о связях предприятий по коо­перации, о разработчиках или об изготовителях указанных вооружений, военной техники и другой оборонной продукции;

о достижениях науки и техники, о научно-исследовательских, опыт­но-конструкторских, проектных работах и технологиях, имеющих важ­ное оборонное или экономическое значение, влияющих на безопасность государства;

об объемах запасов, добычи, передачи и потребления платины, ме­таллов платиновой группы, природных алмазов, а также об объемах дру­гих стратегических видов полезных ископаемых Российской Федерации (по списку, определяемому Правительством Российской Федерации).

3. Сведения в области внешней политики и экономики: о внешнеполитической, внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, преждевременное распространение которых может нанести ущерб безопасности государства;

о финансовой политике в отношении иностранных государств (за исключением обобщенных показателей по внешней задолженности), а также о финансовой или денежно-кредитной деятельности, преждевре­менное распространение которых может нанести ущерб безопасности государства.

4. Сведения в области разведывательной, контрразведывательной
оперативно-розыскной деятельности:

о силах, средствах, об источниках, о методах, планах и результат разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной де­ятельности, а также данные о финансировании этой деятельности, если эти данные раскрывают перечисленные сведения;

о лицах, сотрудничающих или сотрудничавших на конфиденциаль­ной основе с органами, осуществляющими разведывательную, контр разведывательную и оперативно-розыскную деятельность;

об организации, о силах, средствах и методах обеспечения безопас­ности объектов государственной охраны, а также данные о финансиро­вании этой деятельности, если эти данные раскрывают перечислении сведения;

о системе президентской, правительственной, шифрованной, в том числе кодированной и засекреченной связи, о шифрах, о разработке,

об изготовлении шифров и обеспечении ими, о методах и средствах анали­за шифровальных средств и средств специальной защиты, об информа­ционно-аналитических системах специального назначения; о методах и средствах защиты секретной информации;

об организации и о фактическом состоянии защиты государственной тайны;

о защите государственной границы Российской Федерации, исклю­чительной экономической зоны и континентального шельфа Российс­кой Федерации;

о расходах федерального бюджета, связанных с обеспечением оборо­ны, безопасности государства и правоохранительной деятельности в Рос­сийской Федерации;

о подготовке кадров, о мероприятиях, проводимых в целях обеспече­ния безопасности государства.

На основе этого перечня составляются развернутые перечни для ведомств и учреждений. Все секретные сведения в перечне разделя­ются на три группы по степени ущерба, который может быть нане­сен при их разглашении. Сведения «особой важности» могут нане­сти ущерб интересам страны, сведения «совершенно секретные» — интересам министерства и ведомства, сведения «секретные» — ин­тересам предприятия, учреждения и организации. На засекречен­ные в соответствии с перечнем документы наносятся специальные реквизиты — сведения о степени секретности со ссылкой на соот­ветствующую статью перечня. Одновременно продлены сроки сек­ретности для документов в области атомной науки и техники, обороноспособности страны, ее внешней политики, деятельности разведывательных и контрразведывательных служб.

Из ведомств в государственный архив дела, содержащие государственную тайну, поступают уже засекреченными. В задачу архивистов входит создание режима хранения и использования та­ких дел. Однако и государственный архив может накладывать ог­раничения на доступ к документам. Прежде всего это касается документов, содержащих тайну личной жизни. Архив несет ответ­ственность перед лицами, персональные данные о которых содер­жатся в документах. Поэтому архив вправе ограничить доступ к документам, даже если сам фондообразователь не установил ка­кие-либо ограничения.

Решение об ограничении доступа принимает специальная ко­миссия по рассекречиванию, создаваемая в архиве. При этом же­лательно разработать специальный регламент использования до­кументов, содержащих информацию о тайне личной жизни, ко­торым могла бы руководствоваться комиссия. В регламенте следует четко и определенно перечислить виды документов и вопросы, относящиеся к тайне личной жизни, а также порядок получения разрешения на доступ у фондообразователя, его наследников правопреемников.

Рассекречивание сведений и их носителей — это значит снятие ранее введенных ограничений на распространение сведений (например, содержащих государственную тайну) и на доступ к их носителям.

Основной объем работы по рассекречиванию документов лежит на сотрудниках государственных архивов. Рассекречиванию без ограничений подлежат: документы, послужившие основанием для массовых репрессий и посягательств на права человека; по организационно-партийной и идеологической работе КПСС, раскрывающие формы и методы деятельности партийных структур.

Согласно статье 7 Закона РФ «О государственной тайне» не подлежат отнесению к государственной тайне и засекречиванию также следующие сведения:

о чрезвычайных происшествиях и катастрофах, угрожающих безопасности и здоровью граждан, и их последствиях, а также о стихийных бедствиях, их официальных прогнозах и последствиях;

о состоянии экологии, здравоохранения, санитарии, демогра­фии, образования, культуры, сельского хозяйства, а также о со­стоянии преступности;

о привилегиях, компенсациях и льготах, предоставляемых го­сударством гражданам, должностным лицам, предприятиям, уч­реждениям и организациям;

о фактах нарушения прав и свобод человека и гражданина;

о размерах золотого запаса и государственных валютных резер­вах Российской Федерации;

о фактах нарушения законности органами государственной вла­сти и их должностными лицами.

Работа с секретными документами очень ответственна. От ар­хивиста при подписании трудового договора кроме неразглаше­ния секретных сведений могут потребовать дать обязательство не покидать пределов страны.

Необходимо следить за соблюдением режима секретного хра­нения дел ограниченного доступа. Для таких дел, как правило, организуется специальное хранилище, правила доступа к которо­му и круг лиц, имеющих право доступа, должны регулироваться специальными актами, утвержденными руководителем учрежде­ния или ведомства.

В настоящее время рассекречивание документов, содержащих сведения, относящиеся к государственной тайне, осуществляется в несколько этапов.

Во-первых, в соответствии с Законом РФ «О государственной тайне» рассекречивание архивных документов осуществляется в плановом порядке министерствами и ведомствами-фондообразователями, а также организациями и предприятиями их системы.

Рассекречивание осуществляется как в ведомственном, так и в государственном архиве, документы рассматриваются экспертными комиссиями, созданными в ведомствах. Государственный архив должен в таком случае предоставить членам комиссий, созданных в ведомствах, подлинники документов или копии, их заменяю­щие, а также перечни документов, описей, обзоры и другие не­обходимые справочники. Рассекречивание может осуществляться и по инициативе государственного архива, хранящего фонд дан­ного ведомства: ведь обязанностью Росархива является контроль за сроками хранения секретных документов и информирование руководителей ведомств о наличии на государственном хранении документов со сроками хранения свыше 30 лет. Наконец, если в государственный архив поступил запрос от гражданина или част­ного лица о рассекречивании документов, но архив не уполномо­чен рассекречивать запрашиваемые сведения, он в месячный срок с момента поступления запроса должен направить его в соответ­ствующее ведомство.

Во-вторых, управления, министерства, ведомства, а также их учреждения, организации и предприятия могут делегировать свои полномочия по рассекречиванию документов соответствующим государственным архивам. Например, к 1996 г. такие полномочия архивным учреждениям Росархива передали Министерство фи­нансов РФ, Министерство науки и технической политики, Госу­дарственный комитет РФ по статистике, Комитет РФ по стандар­тизации, метрологии и сертификации и другие ведомства. В таком случае в государственном архиве создается комиссия по рассекре­чиванию, имеющая право принимать решения о снятии ограни­чительных грифов.

Комиссия работает как в плановом порядке, так и по запросам организаций и граждан. О результатах работы комиссия извещает ведомства, материалы которых были рассекречены. В случае по­ступления запроса на рассекречивание архив должен дать моти­вированный ответ в 3-месячный срок.

В-третьих, процедура рассекречивания документов мини­стерств, ведомств и организаций, ликвидированных без право­преемников, в каждом конкретном случае устанавливается Меж­ведомственной комиссией по охране государственной тайны и ее структурными подразделениями. Межведомственная комиссия в настоящее время решает и практические вопросы рассекречива­ния документов предприятий и организаций, ликвидированных без правопреемников.

Государственные архивы, в которые поступили на хранение фонды учреждений, ликвидированных без правопреемников, создают специальные экспертные группы, которые изучают до­кументы и предоставляют заключения в Межведомственную ко­миссию.

Экспертные группы и комиссии по рассекречиванию в госу­дарственных и ведомственных архивах выявляют документы поединично (по описям) или подокументно (путем полистного про­смотра). Второй способ более дорогой и трудоемкий, однако он предпочтительнее, поскольку позволяет не засекречивать все дело, а разрешить доступ исследователей к его части, не содержащей государственной тайны. Остальные документы закрываются кон­вертом.

Документы для рассмотрения Межведомственной технической комиссией и Комиссией по рассекречиванию документов бывшей КПСС готовятся только путем полистного просмотра дел. В результа­те составляются перечни документов, подлежащих рассекречива­нию, и тех документов, срок секретности которых следует про­длить. Чем подробнее и яснее указано содержание документов в перечнях, тем легче будет Межведомственной комиссии принять решение.

Государственные архивы должны информировать обществен­ность о рассекреченных документах. Сведения о наиболее важных из них публикуются в специальном информационном бюллетене Федеральной архивной службы России, в журнале «Историчес­кий архив» и приложении к нему «Архивы Кремля и Старой пло­щади», а также в сборнике «Открытый архив». В архивах создаются обзоры и указатели рассекреченных документов. Правила доступа к документам в негосударственных архивах — общественных, эко­номических, частных — определяются этими учреждениями са­мостоятельно. Однако Международный совет архивов рекоменду­ет, по возможности, приводить условия доступа к частным архи­вам в соответствие с условиями, существующими в государствен­ных архивах.

# .Понятие маркетинга архивной организации

Маркетинг архивной информации — деятельность, направленная на изучение рынка информации и определение спроса на ретроспективную информацию, содержащуюся в архивных документах, а также на услуги архивистов.

В соответствии с Основами законодательства РФ об Архивном фонде РФ и архивах, финансирование и материально-техническое обеспечение архивов осуществляется за счет бюджетных и внебюджетных средств.

В связи с этим архивы имеют право осуществлять деятельность по привлечению внебюджетных средств, оказывать платные услуги юридическим и физическим лицам, разрабатывать расценки на эти услуги, применять договорные цены. Дополнительно к устоявшейся системе хозрасчетных работ по обеспечению сохранности, упорядочению, использованию документов юридических и физических лиц архивы получили право проводить маркетинговые исследования и продавать информационные услуги по свободным ценам.

2. Содержание архивного маркетинга

Маркетинг архивной информации включает: \*

изучение потребностей пользователей документной информации путем проведения маркетингового исследования, критериями которого являются интенсивность и эффективность использования тех или иных документов; \*

прогноз потребности в архивных услугах, выявление потенциальных потребителей тех или иных архивных услуг. \*

разработка перечня платных услуг; \*

расширение рекламной кампании с целью привлечения более широкого круга потребителей; \*

установление системы постоянной обратной связи с потребителями для продажи архивных услуг.

Основой маркетинга является совпадение интересов продавца и покупателя, предложение редкой информации по высокой цене, определение места и времени продажи информации.

Оптимальным вариантом является взаимная заинтересованность архива и потребителя, обеспечивающая продажу архивных услуг не как разового, а постоянного явления.

Архивные услуги могут быть разнообразными — от копирования документов до выхода в Интернет, продажи микрофильмов и микрофиш документов, издания компьютерных версий документов и справочников.

Ограничения касаются лишь работ, являющихся бесплатными.

К данным видам работ относятся: \*

выполнение ряда социально-правовых запросов граждан, касающихся прежде всего их пенсионного обеспечения, установления трудового стажа, выявления оснований для различных льгот; \*

обслуживание читателей читального зала архива в общем порядке; \*

предоставление организациям-фондообразователям их документов во временное пользование для служебных целей; \*

копирование или выявление документов для органов государственной власти и местного самоуправления для служебных целей; \*

рассекречивание документов по запросам пользователей; \*

организационно-методическое руководство организацией делопроизводства и работой ведомственных архивов учреждений — источников комплектования; \*

научно-техническое информирование организаций архивной системы.

При необходимости архив может определять категории потребителей — льготных пользователей информации.

Особую роль в маркетинговой деятельности архива играют лицензионные договоры, заключаемые с потребителями, целью которых является получение дохода от использования архивных информации и документов. В них закрепляются права, обязательства, ответственность архива и потребителя. Лицензионные договоры обусловливают взимание архивом платы с потребителя за коммерческое использование его собственности.

[**<<**](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/4arhivarius-15579.html) | [**>>**](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1harakteristika-negosudarstvennoy-chasti-15583.html)

[**↑**](https://knigi.link/bibliotekovedenie-delo-bibliotechnoe/arhivovedenie-konspekt-lektsiy.html)

Источник: [**А.Д. Тельчаров. АРХИВОВЕДЕНИЕ. Конспект лекций. 2004**](https://knigi.link/bibliotekovedenie-delo-bibliotechnoe/arhivovedenie-konspekt-lektsiy.html)

## **Еще по теме 1.Понятие маркетинга архивной организации:**

1. [**ВОПРОС 44. АРХИВНЫЙ МАРКЕТИНГ**](https://knigi.link/bibliotekovedenie-delo-bibliotechnoe/arhivovedenie-konspekt-lektsiy.html)
2. [**ВОПРОС 16. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОКУМЕНТОВ АРХИВНОГО ФОНДА РФ**](https://knigi.link/bibliotekovedenie-delo-bibliotechnoe/arhivovedenie-konspekt-lektsiy.html)
3. [3.Понятие архивного справочника](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/3ponyatie-arhivnogo-spravochnika-15522.html)
4. [1.Понятие обзора архивных документов](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-obzora-arhivnyih-15532.html)
5. [1.Понятие архивного указателя](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-arhivnogo-ukazatelya-15535.html)
6. [1.Понятие архивного путеводителя](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-arhivnogo-putevoditelya-15530.html)
7. [1.Понятие и функции архивной описи](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-funktsii-arhivnoy-15524.html)
8. [1.Понятие архивного каталога](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-arhivnogo-kataloga-15527.html)
9. [1.Понятие использования архивных документов](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-ispolzovaniya-arhivnyih-15557.html)
10. [1.Понятие архивного описания](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-arhivnogo-opisaniya-15539.html)
11. [МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ МАРКЕТИНГ](https://knigi.link/teoriya-reklama/marketing-dlya-predpriyatiy-potrebitelskiy-20081.html)
12. [1.Понятие первичной реставрации и консервации архивных документов](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-pervichnoy-restavratsii-konservatsii-15550.html)
13. [1.Понятие форм массового использования архивных документов](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-form-massovogo-ispolzovaniya-15563.html)
14. [1.Понятие архивного дела и порядок его комплектования](https://knigi.link/delo-bibliotekovedenie-bibliotechnoe/1ponyatie-arhivnogo-dela-poryadok-ego-15508.html)