

UNIwersYTET WARSZAWSKI
wydział prawa
DIAMOND TRADING TOUR
WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA
w Białymstoku
ZWIĄZEK POLAKÓW DONA

ZBIÓR
RAPORTÓW NAUKOWYCH

Konferencja na temat
100. rocznica ewakuacji
Uniwersytetu Warszawskiego
w Rostów nad Donem

Nauka wczoraj, dziś, jutro.

WARSZAWA

30.05.2015 - 31.05.2015

Część 2/1

УНИВЕРСИТЕТ ВАРШАВСКИЙ
факультет права
DIAMOND TRADING TOUR
ВЫСШАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА
в Белостоке
СОЮЗ ПОЛЯКОВ ДОНА

СБОРНИК
НАУЧНЫХ ДОКЛАДОВ

конференции, посвященной
100-летию переезда
Университета Варшавского
в Ростов-на-Дону

Наука вчера, сегодня, завтра.

ВАРШАВА

30.05.2015 - 31.05.2015

Часть 2/1

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+082

B.B.C. 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zl.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór raportów naukowych Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji poświęcony 100. rocznicy ewakuacji Uniwersytetu Warszawskiego w Rostów nad Donem. „Nauka wczoraj, dziś, jutro..» (30.05.2015 - 31.05.2015) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2015. - 64 str.

ISBN: 978-83-65207-21-0 (t.2/1)

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+082

B.B.C. 94

Komitet Organizacyjny Konferencji:

1. В. Окулич-Казарин – (председатель), доктор наук, «Союз поляков Дона»;
2. K. Rączka prof. dr hab. Dziekan Wydziału Prawa i Administracji UW;
3. M. Grzybowski, dr, Prodziekan ds. finansowch Prawa i Administracji UW;
4. J. Turłukowski, Dr, UW;
5. A. Prokopiuk, Rektor, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku.

Kolegium redakcyjne konferencji:

1. A. Murza, (przewodniczący), «Diamond trading tour»;
2. T. Giaro, prof. dr hab, Prodziekan ds. współpracy z zagranicą i kadry naukowej, UW;
3. Ł. Pisarczyk, Prof. dr hab. UW;
4. A. Bosiacki, Prof. dr hab. UW;
5. A. Bielecki, Dr, UW;
6. B. Powichrowska, dr, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku;
7. Д. Стаханов, доктор наук, зав.кафедрой, Таганрогский институт им. А.П. Чехова (филиал) «РГЭУ (РИНХ)»;
8. E. Чекунова, доктор наук, профессор, ЮРИ РАНХиГС.

Grupa robocza: «Союз поляков Дона»: Т. Мартинкова (руководитель), Н. Мишина, М. Ордынская.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów. Pisownia oryginalna jest zachowana. Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Obowiązującym jest odniesienie do zbioru.

ISBN: 978-83-65207-21-0 (t.2/1)

"Diamond trading tour" ©

Warszawa 2015

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

SEKSCJA 11. ZARZĄDZANIA. MARKETING.(МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ)

1. Окулич-Казарин В.П.....	5
УНИВЕРСИТЕТ ВАРШАВСКИЙ В РОСТОВЕ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА	
2. Мечикова М.Н., Бятенко О.А.....	8
О НЕОБХОДИМОСТИ УСИЛЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ РОЛИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ	
3. Шеркунов С.А., Давыдовский Ю.И.	10
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛО- ВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ	
4. Голобородько А.Ю., Окулич-Казарин В.П., Савицкая В.В.....	15
К ВОПРОСУ О ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОЙ ИННОВАТИКЕ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ	
5. Голобородько А.Ю., Гаркуша Н.В., Крук В.А.	17
ГОСУДАРСТВЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО «ЛЕЧЕНИЯ» АНОМИИ	
6. Зундэ В. В., Мезенцева Е. Е.....	19
ОПЫТ ИНКОРПОРИРОВАНИЯ ПОЛОЖЕНИЙ ТЕОРИЙ КУЛЬТУРЫ В МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРОССКУЛЬТУРНОГО МЕ- НЕДЖМЕНТА	
7. V. Kharchenko, S. Kostenko,	23
FEATURES OF BI SYSTEM IN UKRAINE AND WORLD	
8. Целых Л.А.....	28
АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ	
9. Стаханов Д.В.	30
МАРКЕТИНГ УСЛУГ	
10. Стаханов Д.В., Гордиенко М.С.	32
НЕКОММЕРЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	
11. Улицкая Н.Ю., Куликовская А.К.	34
АНАЛИЗ РЫНКА ГОРОДСКОЙ ЗЕМЛИ ДЛЯ ЖИЛИЩНЫХ ЦЕЛЕЙ С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ	

12. Жирный Н.В., Бабанский А.С., Гайдаренко М.М.....	40
МОНИТОРИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ НАПИТКОВ	
13. Харченко Г.А., Кінчак Ю.С.....	42
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИРОБ- НИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА	
14. Чугунова О.І., Сарбаш Л.Д.	46
КЛЮЧОВІ УСПІХУ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	
15. Жеребилов С.А.	48
УСЛОВИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
16. Жирный Н.В.	50
МОНИТОРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ ХРАНЕ- НИЯ И ПЕРЕРАБОТКИ ЗЕРНА	
17. Ким Р.Р.....	53
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В БИЗНЕСЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	
18. Сибиряткин К.С.	55
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА	
19. Холодковская Н.С., Дробот А.Р., Рагимов С.Б.....	57
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ «ПОРТФОЛИО» КАК СРЕД- СТВО ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ – МЕНЕ- ДЖЕРОВ	
20. Воронина М.С.	59
ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ	
21. Холодковская Н.С.	61
СОДЕРЖАНИЕ ПРОФИЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ НА СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «МЕНЕДЖМЕНТ»	





Окулич-Казарин В.П.

профессор, доктор педагогических наук, МВА
 Союз поляков Дона, Ростов-Таганрог,
 Таганрогский институт им. А.П. Чехова (филиал) РГЭУ (РИНХ), Таганрог
 Южно-российский институт менеджмента РАНХиГС, Ростов
 Высшая школа бизнеса МГУПС, Москва

УНИВЕРСИТЕТ ВАРШАВСКИЙ В РОСТОВЕ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Ключевые слова: Университет Варшавский (УВ), Ростовский государственный медицинский университет (РостГМУ), Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Южный федеральный университет (ЮФУ)

Университет Варшавский в Ростове: вчера (т.е., ~100 лет назад)

Университет Варшавский (польск. *Uniwersytet Warszawski*) – одно из крупнейших и самых престижных государственных высших учебных заведений Польши, основанное 19 ноября 1816 г. Британский журнал «Таймс» включил университет в число 200 лучших университетов мира [1].

Университет основан при Александре I и открыт 20 сентября 1817 г. Указом от 30 марта 1830 г. Университету присвоено наименование Александровского, но Польское восстание 1830 года привело к его закрытию. И вот, 25 ноября 1862 г. состоялось торжественное открытие Варшавской Главной школы – позднее она была преобразована в Императорский Варшавский университет, который был открыт 12 октября 1869 г. [1].

Война, начавшаяся в 1914 г., привела в июле 1915 г. к необходимости эвакуации университета из Варшавы [2]. Инициатором перевода УВ именно в Ростов-на-Дону [3] был Парийский Н.В. – крупный хирург и ученый [4].

Варшавский Императорский Университет существовал в Ростове-на-Дону в 1915 – 1917 годах, а затем на его базе был учрежден Донской университет в Ростове-на-Дону [2].

В 1925 – 1934 гг. он назывался «Северо-Кавказский государственный университет». Распоряжением Народного комиссариата просвещения РСФСР от 19 сентября 1930 г. медицинский факультет университета преобразован в Медицинский институт (в настоящее время – Ростовский государственный медицинский университет). Таким образом, РостГМУ является преемником Варшавского русского университета [5].

А 15 января 1931 г. педагогический и экономический факультеты были преобразованы в педагогический, пищевой промышленности и экономики обмена и распределения, и финансово-экономический институты (сейчас – Ростовский государственный экономический университет) [3]. Следует отметить, что 1 октября 1918 г. начал работать Донской коммерческий институт – в 1922 г. он был присоединен на правах экономического отделения к факультету общественных наук Донского университета [6].

Наконец, в 1934 – 1935 гг. появилось название «Ростовский-на-Дону государственный университет» [3]. А Распоряжением Правительства РФ от 23 ноября 2006 г. № 1616-р [7] создан Южный федеральный университет.

Университет Варшавский в Ростове: сегодня

На интеллектуальной, материальной и учебно-методической основе УВ созданы 3 высших учебных заведения [5; 6; 8]. Сегодня они находятся в Ростове-на-Дону: РостГМУ – 7000 студентов [9], РИНХ – около 22 тысяч студентов [10], ЮФУ – более 42 000 студентов [3]. Для сравнения, в 2005 г. в УВ обучалось 56858 студентов [1].

Из трех вышеназванных ВУЗов, только ЮФУ в этом году отмечает своё 100-летие и уже начал принимать поздравления [11].

А вот 100-летие переезда УВ в Ростов-на-Дону решили отметить в «Союзе поляков Дона». В адрес УВ, РостГМУ, РИНХ, ЮФУ и др. были написаны письма с предложением совместно организовать настоящую конференцию. К сожалению, откликнулись только УВ и другие организации из Польши. Они оказались готовы к обмену информацией, сотрудничеству в научной и образовательной сферах с ВУЗами Ростова.

Университет Варшавский в Ростове: завтра

Хочется верить, что, РостГМУ, РИНХ и ЮФУ будут чаще обращаться к своим истокам и активнее сотрудничать с УВ для развития материальной, интеллектуальной и учебно-методической базы. В т.ч., начнут участвовать в мероприятиях, связанных с историей Университета Варшавского в Ростове.

Источники

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%E0%F0%F8%E0%E2%F1%EA%E8%E9_%F3%ED%E8%E2%E5%F0%F1%E8%F2%E5%F2
2. http://j-roots.info/index.php?option=com_content&view=article&id=158&Itemid=158
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/%DE%E6%ED%FB%E9_%F4%E5%E4%E5%F0%E0%EB%FC%ED%FB%E9_%F3%ED%E8%E2%E5%F0%F1%E8%F2%E5%F2
4. <http://vrach-profi.ru/nikolay-vasilevich-pariyskiy/>
5. <http://rostgmu.ru/междеательность/история/история-основания-ростовского-государственного-медицинского-университета>
6. <http://rsue.ru/Podrazdelenie.aspx?id=1170>

7. О Южном федеральном университете. РАСПОРЯЖЕНИЕ Правительства Российской Федерации от 23 ноября 2006 г. № 1616-р.
8. http://sfedu.ru/www/stat_pages22.show?p=SFC/main/M
9. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%EE%F1%F2%EE%E2%F1%EA%E8%E9_%E3%E%F1%F3%E4%E0%F0%F1%F2%E2%E5%ED%ED%FB%E9_%EC%E5%E4%E8%F6%E8%ED%F1%EA%E8%E9_%F3%ED%E8%E2%E5%F0%F1%E8%F2%E5%F2
10. <http://rnd.academica.ru/university/18644-Rostovskij-gosudarstvennyj-ekonomicheskij-universitet-RINH>
11. http://sfedu.ru/www/stat_pages22.show?p=SFC/sms

Мечикова М.Н.

доцент, кандидат экономических наук
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

Бятенко О.А.

студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

О НЕОБХОДИМОСТИ УСИЛЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ РОЛИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Аннотация

Представлены особенности промышленной политики современной России и обоснована необходимость ее совершенствования, как на уровне государства в целом, так и на уровне регионов.

Ключевые слова: промышленная политика, модернизация, экономика, промышленность

Целью исследования является раскрытие функциональной роли промышленной политики (ПП) в рамках стратегии модернизации производственного потенциала российской экономики.

ПП представляет собой законодательно ограниченный комплекс экономических, политических и организационных мероприятий, проводимых на всех уровнях национальной экономической системы в целях повышения эффективности и конкурентоспособности отечественной промышленности, направленных на: совершенствование ее производственно-технического, информационного и организационного потенциала; поддержку приоритетных отраслей и комплексов; создание оптимального режима конкуренции в отраслях промышленности; стимулирование развития малого и среднего бизнеса; реализацию крупномасштабных общенациональных проектов и программ; управление системой НИОКР; наращивание экспортного потенциала.

Технологическое отставание отечественной промышленности от США, значительной части стран Юго-Восточной Азии и Европы привело к ориентации экономики на экспорт сырья и энергоносителей, что существенно усилило диспропорции производственного комплекса. Для выхода из создавшейся ситуации, отягощенной последствиями мирового экономического кризиса, требуется активное государственное воздействие, направленное на наращивание производственных мощностей страны.

В соответствии с разработками Торгово-промышленной палаты РФ, ПП определяется как совокупность мер государственно-правового регулирования деятельности хозяйствующих субъектов (предприятий, корпораций, предпринимателей и т.д.), а также отдельных аспектов этой деятельности, относящихся к приобретению факторов производства, организации производства, распределению и реализации

товаров и услуг во всех фазах жизненного цикла хозяйствующего субъекта и жизненного цикла его продукции [1].

Т.о., активная ПП решает двойственную задачу: с одной стороны, задачу конъюнктурной модернизации экономики путем решения ее самых острых текущих проблем стимулирования экономического роста; с другой стороны, задачу определения долговременной стратегии экономического развития страны, путем наращивания ее производственного потенциала.

За последние десятилетия в России сменилось несколько концепций политики в промышленной сфере от жесткого административного контроля промышленности (советский период) до отрицания необходимости государственного регулирования промышленного развития (начало периода перестройки) и, наконец, постановка вопроса о необходимости активной промышленной политики (настоящее время) [2]. Сегодня в России созданы базовые макроэкономические условия для динамичного развития, возникли основные рыночные институты. Однако, по ряду ключевых параметров своего функционирования российская экономика радикальным образом отличается от экономик развитых стран. Остается нерешенным целый ряд проблем, имеющих ключевое значение с точки зрения развития национальной промышленности.

Основные проблемы промышленного сектора современной России:

В экономике сохраняются значительные диспропорции, унаследованные от советского периода.

Крайне неразвитым остается финансовый сектор.

Конкурентная среда бизнеса во многом непрозрачна, а уровень монополизации высок (доля малых предприятий в структуре промышленного комплекса России продолжает оставаться невысокой и составляет чуть больше 10 процентов [3]).

Сохраняется высокая неопределенность прав собственности.

Проанализировав вышеизложенное, правомерно утверждать, что современная российская экономика нуждается в модернизации производственного потенциала, без которой невозможно достижение Россией лидирующей конкурентной позиции на территории мирового экономического пространства.

Источники

1. Официальный сайт Торгово-промышленной палаты РФ // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tpprf.ru/ru>. (дата обращения 15.07.2014).
2. Государственная политика промышленного развития России: от проблем к действиям / Под ред. Е.М. Примакова, В.Л. Макарова, М., 2004. – С. 31-39.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 02.04.2015).



Шеркунов Сергей Александрович
кандидат экономических наук, докторант
Института проблем управления
имени В.А. Трапезникова РАН,
Москва



Давыдовский Юрий Игоревич
студент четвертого курса
Российского экономического университета
имени Г.В. Плеханова,
Москва

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Ключевые слова / Keywords: стратегия импортозамещения / the strategy of import substitution; инновационно-инвестиционный проект / innovative and investment project; экстенсивный сценарий развития / extensive scenario of development; интенсивный сценарий развития / intensive scenario of development.

Необходимость трансформации российской экономики на инновационной основе возводится в разряд стратегически важных задач государства. Однако события 2014 – 2015 годов, связанные с изменением государственных границ и присоединением к России двух субъектов Федерации Республики Крым и города федерального значения – Севастополь, повлекшие за собой введение экономических санкций и ограничений со стороны стран Запада, вынуждают российское руководство усилить требования к обеспечению национальной и экономической безопасности.

Насущной необходимостью является корректировка основных направлений внутренней и внешней политики государства, формирование институциональной основы инновационной деятельности, разработка эффективных механизмов взаимодействия государства, науки и бизнеса в целях реализации перспективных инновационно-инвестиционных проектов, задействования внутренних резервов для обновления основных производственных фондов, апробация и внедрение передовых наукоемких технологий.

Конфликт с Западом обнаруживает несостоятельность существующей модели российской экономики, ориентированной, прежде всего, на экспорт природных ресурсов. Существенные изменения на мировом рынке энергоносителей привели к дестабилизации национальной валюты и негативным образом отразились на социально-экономической ситуации в стране.

Запрет на заимствование высоких технологий со стороны США и Евросоюза влечет за собой блокировку сценария развития отечественной промышленности на основе внедрения передовых инновационных технологий, снижение уровня взаимодействия с иностранными партнерами – производителями наукоемкой продукции. В условиях введения экономических санкций, единственно правильным путем выхода из сложившейся ситуации для решения задач модернизации и технологического развития отечественной экономики является переход к стратегии импортозамещения.

Как нам представляется, переход к стратегии импортозамещения, задаст стимул к форсированному развитию наукоемких и высокотехнологичных отраслей в российском секторе экономики, обеспечению модернизации промышленного производства, что в конечном итоге приведет к выходу нашей страны на траекторию устойчивого развития. Резервы для реализации подобного сценария развития имеются, поскольку уровень загрузки производственных мощностей составляет всего лишь от 10 до 40 % – в зависимости от отрасли.

Негативные тенденции в отечественной экономике, обусловленные падением ВВП, оттоком капитала в размере от 100-120 млрд долл. за 2014 год, сокращением инвестиций в основной капитал являются предвестниками социально-экономического кризиса, который, на наш взгляд, связан со значительным технологическим отставанием нашей страны по отношению к западным демократиям. В сложившейся ситуации крайне необходимо предпринять меры по выработке на принципиально новой теоретико-методологической базе государственной социально-экономической политики, направить усилия на повышение степени диверсификации промышленных структур, достижение «инновационного прорыва» в стратегически важных отраслях производства, обеспечение конкурентоспособности российской экономики.

В настоящее время Россия занимает 64-е место в рейтинге глобальной кон-

курентоспособности, который опубликован аналитической группой Всемирного экономического форума, что является недопустимо низким показателем, учитывая имеющийся в стране потенциал сырьевых, человеческих и производственных ресурсов. Согласно проведенному анализу инновационной активности российских компаний за 2014 год, прямые потери инновационно-активных организаций от введения экономических санкций составляют порядка 50 млн долл.

В условиях социально-экономической нестабильности, уменьшаются абсолютные показатели вложений в инновационный сектор экономики. Так, в 2014 году на реализацию инновационно-инвестиционных проектов в рамках государственного бюджета запланировано порядка 1,53 трлн руб., что фактически на 30% меньше, чем в 2013 году. Расходы на инновации в первом полугодии 2014 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года также сократились с 715 млрд рублей до 450 млрд рублей.

Мы сохраняем твердую убежденность в том, что роль государства как регулятора и координатора процессов переориентации отечественной экономики в условиях введения экономических санкций со стороны Запада является ключевой, ведь именно на государственном уровне необходимо инициировать работу по формированию механизмов стимулирования предприятий, организаций и учреждений в сфере генерирования и коммерциализации инноваций.

Государством уже предпринимаются первые шаги в области переориентации отечественной экономики. Так, Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации принят Федеральный Закон от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации», который определяет масштабы государственной поддержки промышленного производства, устанавливает порядок предоставления субсидий субъектам малого и среднего бизнеса, налаживающим промышленное производство.

Тем не менее, принятие соответствующего закона и создание институциональной среды коренным образом не исправят сложившуюся ситуацию. Весьма важной остается проблема финансирования инноваций. Процесс научных исследований и разработок с выходом на инновации требует значительных капиталовложений, а экономический эффект от данного рода деятельности, как правило, достигается в долгосрочной перспективе.

Значительные проблемы для инновационного бизнеса задает искусственно заниженный уровень насыщенности ликвидными активами. Так, в 2013 году коэффициент монетизации российской экономики был равен 45%. В качестве примера приведем данные по КНР, где уровень монетизации экономики в 2013 году составил 200%, а показатель инфляции 1,6%.

Венчурные фонды и другие институты, обеспечивающие финансирование инновационной деятельности, развиты в нашей стране еще не в той мере, чтобы полностью удовлетворить потребности разработчиков и производителей инновационной продукции. Обеспечение бизнеса дешевыми кредитами на срок, равный инновационному производственному циклу – 3-7 лет, будет «панацеей», однако это потребует проведение широкомасштабных реформ в области финансовой и кредитно-денежной политики России.

Существенное влияние на развитие инновационного предпринимательства оказывает налоговая политика. Адресное снижение налоговой нагрузки на предпри-

ятия инновационной сферы, с одной стороны, и усиление государственного контроля за исполнение крупным бизнесом налоговых обязательств, с другой стороны, позволит изменить сложившуюся ситуацию в лучшую сторону. 25 ноября 2014 года Президентом Российской Федерации В.В. Путиным был подписан Федеральный Закон № 376-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации», предусматривающий создание особого механизма налогообложения прибыли офшорных компаний и увеличение налогооблагаемой базы в целом.

Исходя из всего вышеизложенного, можно смоделировать два сценария развития отечественной экономики:

– *Экстенсивный сценарий.* Ставка делается на развитие традиционных отраслей экономики с достаточно длительным периодом окупаемости – 8-12 лет и невысокими показателями рентабельности (освоение шельфовых месторождений в Арктическом регионе, реализация совместных проектов со странами БРИКС и АТР по созданию региональных «сырьевых» рынков.

– *Интенсивный сценарий.* Он связан с реализацией программ, направленных на рациональное использование и приумножение человеческого капитала как определяющего фактора инновационного развития, повышение степени наукоемкости производств, изыскание внутренних резервов и источников экономического роста, формирование инновационно-ориентированных кластерных структур над-регионального уровня¹, сохранение лидерских позиций нашей страны на мировых рынках военной техники, космического оборудования, авиастроения; завоевание конкурентных позиций на мировых рынках продукции фармацевтической промышленности, микроэлектроники, программного обеспечения, агротехнологий.

Реализация интенсивного сценария развития потребует существенной государственной поддержки, установления многосторонних контактов со странами-партнерами, мобилизации научных, трудовых, производственных, предпринимательских ресурсов, однако это единственно возможный вариант обеспечения трансформации российской экономики на инновационной основе и достижения целей поступательного социально-экономического развития.

Литература

1. Аврамова Е.М., Жеребин В.М. Экономическая политика и социальные приоритеты: монография; Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН (ИСЭПН РАН). – М.: ИСЭПН РАН, 2011. – 210 с.
2. Баженова В.С., Пивоваров Н.А. Государственное регулирование инновационно-технологического развития в современных условиях: монография; ГОУ ВПО «Восточно-Сибирский государственный технологический университет» (ВСГТУ). – Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2006. – 200 с.
3. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса: монография. – М.: Экономика, 2010. – 255 с.
4. Дёжкина И.П., Поташёва Г.А. Инновационный потенциал хозяйственной системы и его оценка: учебное пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 122 с.

¹ Шеркунов С.А. Кластерный подход к управлению развитием региональных социально-экономических систем // Zbiór raportów naukowych. «Aktualne naukowe problemy Rozpatrzenie, decyzja, praktyka» (29.06.2014 – 30.06.2014). – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2014. – str. 9-11

5. Кретинин В.А., Шеркунов С.А. Человеческий капитал как фактор инновационного развития экономики региона: монография; Владимирский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». – Владимир: Транзит-Икс, 2011. – 226 с.
6. Шеркунов С.А. Кластерный подход к управлению развитием региональных социально-экономических систем // Zbiór raportów naukowych. «Aktualne naukowe problemy Rozpatrzenie, decyzja, praktyka» (29.06.2014 – 30.06.2014). – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2014. – str. 9-11.

Голобородько А.Ю.

доцент, кандидат филологических наук
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

Окулич-Казарин В.П.

профессор, доктор педагогических наук, МВА
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

Савицкая В.В.

студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

К ВОПРОСУ О ПОЛИТОЛОГИЧЕСКОЙ ИННОВАТИКЕ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Ключевые слова: политологическая инноватика, элита

Как известно, политологическая инноватика, эволюционируя, проходит классическую, неклассическую и современную (постнеклассическую) фазы. При этом в центре развития современной фазы политологических инноваций оказывается когнитивная политология, ориентированная на исследования и разработки в сфере политического мышления, восприятия, принятия решений в рамках сложного рефлексивного взаимодействия.

В работе акцентируем внимание на формировании качественной политической элиты как субъекта и объекта государственной культурной политики и предпосылки эффективного инновационного развития.

Как отмечено в работе [1, с. 44]: «... важной предпосылкой, создающей благоприятную среду для продвижения модернизационных и инновационных процессов, выступает состояние ценностно-мотивационной сферы элит. И речь нужно вести о приоритетном развитии ее структуры в направлении доминирования высших постматериальных мотивационных уровней (духовность, потребность в самореализации), ориентации на постановку и решение перспективных и стратегических задач общенационального масштаба». Современная элита характеризуется извне (населением и экспертами) такими качествами, как «коррупционность – недостаточный профессионализм – игнорирование запросов населения – ориентация на интересы состоятельного меньшинства» [2, с. 56].

Но, поскольку подлинная, основанная на социально-психологических, акмеологических предпосылках и показателях эффективности деятельности, элитность в российских политиках выражена в настоящее время явно недостаточно, то для широкого круга конституэнтов и населения её можно симитировать и подать на уровне имиджа [2, с. 45]. И именно имитационно-имиджевая форма существования и подачи элитности продолжает оставаться ведущей в современной российской политике; имитируется очень многое: образованность, ученость, гражданственная направлен-

ность действий, эффективность и результативность политических решений и др. Не секрет, что более 60 % депутатов Государственной думы – кандидаты и доктора наук, примерно такая же ситуация в высшем звене федеральной и региональной исполнительной власти [2, с. 49]: высшая власть позаботилась о своем интеллектуальном имидже, и места в этой системе для экспертного сообщества, подлинной интеллектуальной элиты попросту нет... в стране выстроена вертикаль бюрократической власти, которая сама разрабатывает реформы, сама их финансирует, сама оценивает их результаты... По этому поводу метко, на наш взгляд, высказался профессор А. Рябов: «в России, даже если у части правящей элиты возникает понимание необходимости модернизации, то реализация подобной стратегии блокируется тем, что политическая элита фактически не отделена от бюрократической, не стоит над ней; тогда как в Китае одной из причин успешной модернизации является то, что она проводится под руководством самостоятельной в своих действиях политической элиты, а бюрократическая выступает в роли исполнителя её воли» [3, с. 41].

В интересном исследовании А.П. Прохорова свойств российской культуры управления [4] показано, что в периоды доминирования во властных структурах кланово-бюрократических, семейственных отношений, исключающих конкуренцию менеджеров экономика страны деградировала. И наоборот, периоды ее подъема всегда сопровождалась создание остро-конкурентной среды менеджеров на всех уровнях управления.

В развитие тезиса о необходимости создания условий для качественной модернизации политической элиты как предпосылки реализации политики «настоящего», лишённого имитации и иллюзорности, инновационного развития России отметим, что в современной политической практике, коррелирующей с задачами политического управления и государственного управления, с большим вниманием относятся к политическим инновациям как продукту прикладных исследований и разработок, который вытекает из фундаментальных научных исследований или системных концептов, обобщающих результаты политической деятельности.

Формирование ценностно-мотивационной сферы политической элиты в парадигме развития культуросцентричного смыслового ядра деятельности её акторов может выступить продуктивным звеном политической и политологической инноватики нового поколения. Описанию конкретных механизмов развития ценностно-мотивационного, «культурообращенного», контента политической элиты в русле когнитивной политологии будет посвящена одна из следующих наших работ.

Источники

1. С.Г. Кара-Мурза, Кризисное обществоведение, Часть вторая. Курс лекций. – М.: Научный эксперимент, 2012. – 384 с.
2. Российские элиты в зеркале социологии. – Ростов н/Д, 2007. С.42.
3. А. Рябов. Демократизация и модернизация в контексте трансформаций постсоветских стран// Национальная идея России, Книга 1.
4. Прохоров А.П. Русская модель управления. – Монография. 2002.

Голобородько А.Ю.доцент, кандидат филологических наук
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)**Гаркуша Н.В.**студент 5 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)**Крук В.А.**кандидат юридических наук, эксперт
Национальная система «Интеграция»

ГОСУДАРСТВЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО «ЛЕЧЕНИЯ» АНОМИИ

Аннотация

Представлено описание целевых ориентиров государственной культурной политики как когнитивно-методологического конструкта, предназначенного для оптимизации условий использования в практике государственного управления защитно-охранительным потенциалом культуры; в аспекте «болевых» точек, «лечение» которых призван обеспечить инструментарий государственной культурной политики.

Ключевые слова: Государственная культурная политика, аномия, культурная травма, когнитивная политология

Проявлением переустройства смыслового поля человека в результате осуществленной политики инкорпорирования «чужих» ценностей в социуме России 90-х, входящем сегодня в число угроз функционирования государства и общества, является феномен аномии, которую можно рассматривать в парадигме концепции субъектной отраженности [1, с. 21].

Аномия (букв. *беззаконие, безнормность*) – это социальная и духовная патология, распад человеческих связей и дезорганизация общественных институтов, массовое девиантное поведение, это состояние, при котором значительная часть общества сознательно нарушает известные нормы этики и права [2, с. 272]. Р. Макайвер называет аномией разрушение чувства принадлежности к обществу [3].

Пусковым механизмом процессов, обуславливающих развитие феномена аномии, считается «культурная травма». Это понятие в обиход ввел польский исследователь Р. Sztompka, который писал: «Травма появляется, когда происходит раскол, смещение, дезорганизация в упорядоченном, само собой разумеющемся мире... Она может разрушить сложившиеся каналы социальных отношений, социальные системы...» [4]. Культурная травма – явление инерционное, оно может сохраняться и в следующем поколении и дает о себе знать, даже если положение стабилизируется.

В «переходной» России факторами углубления аномии стали уход государства от выполнения сплачивающей функции и ценностный конфликт политической

элиты с большинством населения [2, с. 280], что обусловило развитие явления культурной травмы. Избавиться от этой патологии можно только через серьезную государственную программу «лечения» и реабилитации: одним из «лекарств» может стать культурная политика.

В декабре 2014 года Президент РФ утвердил «Основы государственной культурной политики». Здесь, в рамках описания оснований для выработки государственной культурной политики, отмечается: «... перед Российской Федерацией стоит задача в исторически короткий период осуществить экономическую и социальную модернизацию страны... Это возможно только при условии планомерных и последовательных инвестиций в человека, в качестве обновления личности». Некоторые предложения в данном направлении опубликованы в [5, с. 21].

В рамках нашего исследования осуществляется разработка когнитивно-методологического конструкта, нацеленного на разработку комплекса управленческих решений на уровне органов государственной власти. В частности, выявляются тенденции нового понимания культуры в реализации национальных интересов России как основы государственности, ресурса социальной стабильности, экономического роста; определяются ценностно-смысловые основания культурной политики, её ресурсное и технологическое обеспечение; описывается также место и роль особого фактора культурной политики – политической элиты, эффективность деятельности которой способно существенным образом повысить продуктивность использования инструментария государственной культурной политики в системе национальной безопасности современной России, обеспечивая повышение жизнеспособности страны и её развития «в инновационном ключе».

Использование инструментария государственной культурной политики в парадигме развития культуросцентричного смыслового ядра деятельности её акторов может выступить продуктивным звеном политической и политологической инноватики нового поколения. Описанию некоторых конкретных механизмов развития ценностно-мотивационного, «культурообращенного», контента политической элиты в русле когнитивной политологии будет посвящена одна из следующих работ.

Источники

1. В.А. Петровский. Принцип отражения субъектности в психологическом исследовании личности//Вопросы психологии, 1985, №4.
2. С.Г. Кара-Мурза, Кризисное обществоведение, Часть вторая. Курс лекций. – М.: Научный эксперимент, 2012. – 384с.
3. А.К. Феофанов, Социальная аноμία: обзор подходов американской социологии//СОЦИС,1992, №5.
4. П. Штомпка. Социальное изменение как травма/СОЦИС, 2001, №1.
5. В.П. Окулич-Казарин Государственное управление образовательной системой в условиях рынка. / Знание. Понимание. Умение. 2005. №4. – С. 21-22.

Зундэ Виктория Викторовна

д.э.н., доцент,

профессор кафедры

международных экономических отношений

ЮРИУ РАНХиГС,

zundevika@mail.ru

Мезенцева Екатерина Евгеньевна

аспирант

кафедры менеджмента ЮРИУ РАНХиГС

ekaterinamezentseffa@yandex.ru

ОПЫТ ИНКОРПОРИРОВАНИЯ ПОЛОЖЕНИЙ ТЕОРИЙ КУЛЬТУРЫ В МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КРОССКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Ключевые слова: кросскультура, кросскультурность, культура, теории культур, кросскультурный менеджмент.

Актуальность исследования проблем управления кросскультурными отношениями в организации связана с необходимостью научного обоснования транснациональных процессов, интенсифицирующихся в мировом хозяйстве. Большинство современных организаций функционируют в сложной, часто внутренне неоднородной полиэтнической и поликультурной среде. Бизнес-структуры, учреждения органов власти всех уровней, некоммерческие организации выходят далеко за национальные рамки, вовлекая в свою деятельность все большее число профессионалов с различным культурным кругозором и установками. В результате, фактор культурных различий в организациях возрастает, сильнее воздействует на результативность деловой деятельности. Говоря иначе, появилась проблема кросскультурной оценки доверия к развитию международного бизнеса, успешное решение которой предполагает новый подход к языковым и культурным различиям, чтобы добиваться роста богатства в материальной и денежной форме и эффективной деятельности многонациональных коллективов менеджеров [2,49].

Научная дисциплин, изучающая сущность, факторы межкультурных барьеров, закономерности правил установления общения с представителями разных культур получило название кросскультурный менеджмент; первоначально в 1960-е годы эта ветвь менеджмента появилась в качестве учебного курса.

В зарубежной литературе по теории менеджмента термины «кросскультура» и «кросскультурный менеджмент» получили свое начало с эпохой глобализации (70-е годы XX века). Кросскультурные исследования происходят на стыке пограничных наук, – управленческой социологии, организационной антропологии и международного менеджмента. По-настоящему бурный интерес к данной проблематике возникает в Европе, США только в конце 80-х – начале 90-х годов XX века. Именно в этот период публикуются основополагающие исследования голландцев Г. Хофстеде и Ф. Тромпенаарса, американцев Эд. Холл и М. Холл, ставшие в дальнейшем классикой кросскультурного менеджмента. С начала 90-х годов XX века данная проблематика оказывается во внимании ведущих мировых ассоциаций, связанных с

бизнес-образованием: Ассоциации школ бизнеса США, Американская академия менеджмента и т.д.[4,5]

Для понимания концептуального позиционирования кросскультурного менеджмента в системе стратегического управления важно понять, как представлена дефиниция «культура» в научном менеджменте. Г. Хофстеде под культурой подразумевает «процесс коллективного программирования ума, который отличает членов одной группы от другой»[1,92]. основополагающим элементом в этом процессе является система ценностей, выступающая своеобразным «скелетом» культуры.

Несмотря на многообразие концепций и теорий культур, полифонии взглядов на данный феномен, многими учеными поддерживается тезис о примате культуры и комплекса традиций в формировании типа хозяйственной основы экономических субъектов микро-, мезо- макро- и глобального уровней: «именно культура является, в сущности, материнским лоном экономики».[3,42] Укрепившееся в XX веке деление государств на экономически развитые и развивающиеся – Запад и Восток – основывается на исторически сложившемся культурном разграничении, где акцент делается в меньшей степени на различия в хозяйственном благосостоянии и в большей – на различия в основополагающей философии, ценностях и укладе жизни [6,30]. Наиболее удачными оказываются те формы цивилизационно-государственного строительства, которые нашли способ оптимального сочетания собственных традиций и современной планетарной действительности (примеры Европы, Китая, Японии, Южной Кореи) [5,16-17].

Комплексное использование концепций культуры помогает менеджерам системно использовать рекомендации кросскультурного менеджмента при понимании культурных особенностей управляемого коллектива и стран – бизнес-контрагентов, с которым происходит взаимодействие. Можно выделить следующие подходы к теориям культур.

Таким образом, анализ и оценка представленных выше концепций культуры приводит к следующим выводам:

1) поскольку теория культуры – формирующееся научное направление, то международный менеджер должен в разумной мере быть знаком с каждой из основных теорий, раскрывающей проблемы межкультурного взаимодействия;

2) теории культуры являются взаимодополняющими, их рекомендации дают менеджерам возможность складывать мозаику культурного поля организации, его закономерности и проблемы развития;

3) развитие кросскультурного менеджмента имеет потенциал вычленения «центрального стержня», вокруг которого могут быть структурированы теории культуры, решающие широкий круг актуальных научных и практических задач социально-экономического, политического порядка.

Исследование межкультурного взаимодействия проблем менеджмента, их систематизация важны для управленческой практики России. Большинство российских менеджеров наращивает опыт работы с представителями других культур, зарубежными партнерами, стейкхолдерами, трудовыми мигрантами. Имеет место проблема прямого переноса в российское деловое образование западной (преимущественно американской) модели, не учитывающей особенностей национального менталитета.

Таблица 1.

Концепции и теории культуры, раскрывающие потенциал кросскультурного менеджмента

Подходы к теориям культур
Универсальный подход Дж. Мердока
Предложено порядка восьмидесяти культурных универсалий, широко раскрывающих феномен национальной культуры. К предложенным культурным универсалиям можно отнести: семейные характеристики, этику, религию, мораль, мифологию, особенности невербального общения, игры, спорт и т.д.
Ценностный подход Дж. Рокича
Представлено, что ценностные концепции культур значимы для международного менеджмента в связи с тем, что национальная культура прививает определенную систему ценностей в соответствии с которой формируется поведение человека.
Теория внутреннего содержания личности Г. Оллпорт, П. Вернон, К. Линзи
Различаются между собой по ценностям не культуры как таковые, а индивидуумы-носители культуры. Выделяются следующие типы личности: теоретический, экономический, эстетический, социальный, политический, религиозный).
Системный подход П. Харрис, Р. Моран, Т. Глэдвин, В. Терпстр
Представлено, что культура – это модель взаимодействующих и взаимозависимых блоков.
Кластерная теория Д. Дэниэлс, Л. Радеб, С. Ронен, О. Шенкар
Содержит деление стран по культурным кластерам.
Теория Клухона-Стродберга
Разработано шесть основных показателей, по которым оцениваются различные культуры: отношение к окружению, отношение ко времени, природа человека, ориентация деятельности, направленность ответственности, концепция пространства.
Классификация деловых культур Р. Льюис
Обосновано функционирование трех типов культур: моноактивные культуры, полиактивные культуры, реактивные культуры.
Теоретические исследования Г. Хофстеде
Определены параметры национальной деловой культуры: 1. Соотношение индивидуализма и коллективизма. 2. Дистанция власти. 3. Избегание неопределенности. 4. Соотношение мужественности и женственности. 5. Долгосрочность / краткосрочность ориентации.
Теоретические исследования Ф. Тромпенаарса
Выделены и охарактеризованы основные категории (параметры) культуры: универсальность или партикулярность; индивидуализм или коллективизм; нейтральность или эмоциональность; ограниченность отношений или широкая вовлеченность; достижение или приписывание; восприятие времени; отношение к окружению.

Теории культур, анализирующие влияние культурных особенностей на процессы менеджмента и хозяйствования	
«Универсальная»	заключается в том, что значение национально-культурных особенностей в управлении бизнесом крайне преувеличенно и люди вне зависимости от национальной, региональной и страновой принадлежности довольно одинаковы и соответственно к ним могут быть применены схожие инструменты управления.
«Экономико-кластерная»	исходит из признания существенных различий в поведении отдельных людей и коллективов, принадлежащих к разным этническим общностям (экономическое различие и различие уровней благосостояния разных народов и стран).
«Культурно-кластерная»	на позициях которой стоит кросскультурный менеджмент, и которая по существу признает первичную роль национально-культурных особенностей в понимании поведения личности и коллектива.

Список литературы:

1. Yjfstede G. Cultures and Organizations/ London M: Graw-Hill2000. P.92.
2. Василенко Н.Г. Развитие кросс-культурного менеджмента // Альманах современной науки и образования, №2 (69) 2013. – С.49
3. Дергачев В.А. Геополитика. – Киев: ВИРА-Р, 2000. С.42.
4. Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента: Как вести бизнес с представителями других стран и культур – М.: Дело, 2003. С. 5
5. Хабибулин А.Г., Селиванов А.И. Стратегическая безопасность Российского государства: политико-правовое исследование. – М.: Формула права, 2011. С.16-17.
6. Хангтингтон С. Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2006. С. 30; Northrop F.S.C. The Meeting of East and West: An Inquiry Concerning Wold Understanding (New York: Macmillan, 1946).

V. Kharchenko

PhD of Economics, Associate Professor of Information Systems

S. Kostenko

Bachelor of economic cybernetics

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

FEATURES OF BI SYSTEM IN UKRAINE AND WORLD

Keywords: system of business intelligence, market of business intelligence, data analysis.

In the current difficult economic situation in Ukraine, which is characterized uncertainty and risk for many domestic agricultural formations is a problem to predict their future production and economic activity, it becomes increasingly difficult to make the right science-based solutions. Under these conditions it is advisable to use a combination of business strategies and business intelligence agricultural enterprises that will identify new opportunities to increase the efficiency of this formation. As the development of analytical systems for integration into their business processes they serve enterprise competitive advantage.

Rationale for the use of business intelligence, and the main advantages of these solutions consider such Ukrainian scientists as L. Gonchar, N. Evdokimova, Y. Kirpichnikov, V. Osmyatchenko, T. Reshetnyak, A. Savitskaya, V. Shevchenko, Z. Yaremko and others. Among the foreign researchers studying this perspective: H. Luhn, A. Fernandes, L. Amaro, V. Martins, A. Mohamadina. Although studies of this area, the question of the use of BI processes effectively manage agricultural enterprises require further science research.

The purpose of this article is to analyze the market of software systems business analysts and identifying the main obstacles to the effective implementation of these systems.

BI-system (Business Intelligence) – are analysis systems which combine data from different sources, process them and provide a convenient interface for comprehensive study and evaluation of information received [2].

Note that the system for business analysis specifically designed for a wide range of tasks, such as supporting the development of business processes and structural changes in the company; modeling of various business situations in a single information environment; operational analysis of requests for non-standard; reducing the burden on staff and increase the time for deeper analytical work.

With a view to the strategic development of the company BI-systems provide performance assessment of various business lines; evaluation reach goals; estimation of resource efficiency, including subsidiaries; evaluate the effectiveness of operating, investing and financing activities; business modeling and evaluation of investment projects; cost management [1].

It should be noted that the first term «Business Intelligence» has offered American scientist Hans Peter Luhn in 1958, the article «A Business Intelligence System» in IBM System Journal. In general evolution of BI-systems, according to experts IDC, can be divided into three stages. The first phase, which lasted until 1989, are systems that have the goal of collecting information and preparing reports regulated. The second phase, 1990 – 2004 years,

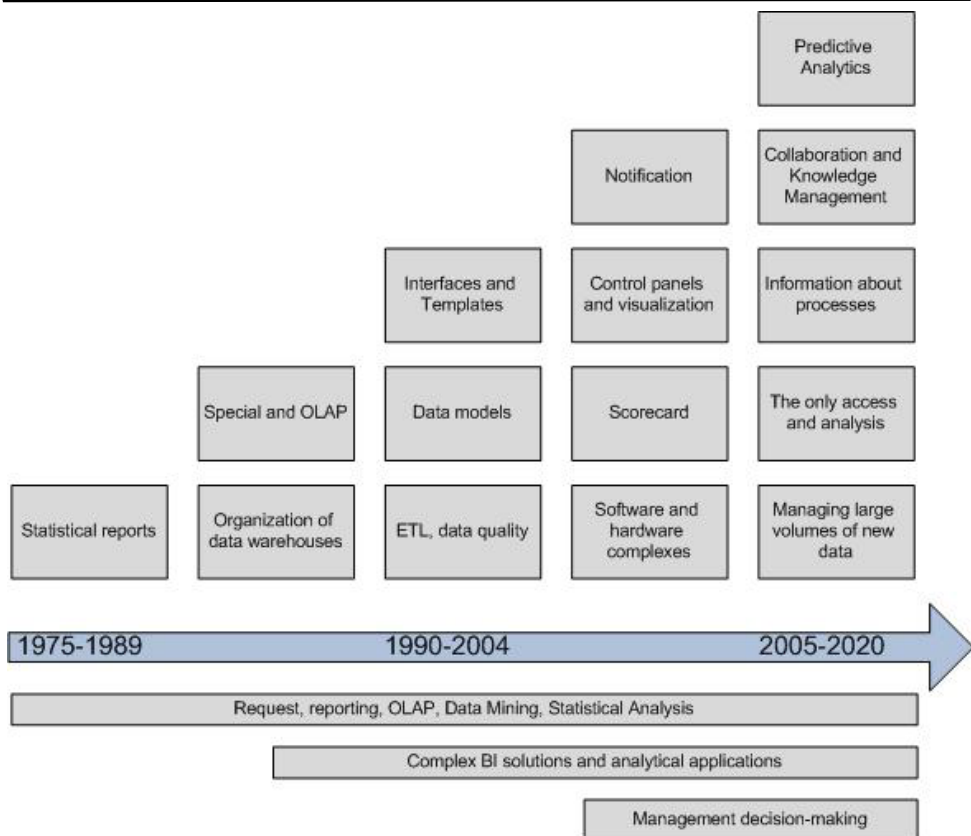


Fig. 1. Scheme of the technological evolution of business intelligence

Source: [10].

are systems that provide its users with fast multidimensional analysis tools technology-based OLAP (Online Analytical Processing), and the ability to create unregulated self-reporting. The main objective of the third phase, which began in 2005, is to expand the target audience of users BI-systems, as well as underlining the emphasis on applied methods of application, including predictive analytics and search for hidden information Data Mining and offered as vertical solutions designed for specific market segments, and horizontal-oriented unified business problem [7].

Note that the market for BI today is represented by five leading manufacturers of this type, such as: Oracle, IBM, Microsoft, SAS, SAP; and several others. In the BI market is a trend toward consolidation and consolidation, which began in 2007. As a result, the market brands were disappeared such as: Hyperion, Business Objects and Cognos, entered into the company Oracle, SAP and IBM respectively. On the fig. 2 there are five leaders that take 69,3 percent of the market.

The volume of the world market of business intelligence reached \$ 14,37 billion in 2013, which is 7,9% more than in 2012, according to Gartner. By 2016 the market volume could reach \$ 17,1 billion (table 1).

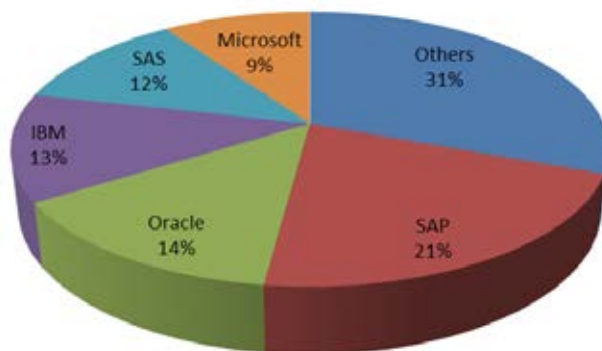


Fig. 2. Market BI-applications in 2013

Source: [3].

Among the top five SAP company once again received the most revenue than any other vendor. Revenue increased by 5 % and reached \$ 3,1 billion, and market share – 21,3 %. Performance Oracle virtually unchanged. The turnover of software giant Microsoft in this industry was only 1,379 million dollars, which allowed him to stay on the 5th position. But the company showed the highest growth among the leaders – 15,9 %.

At the beginning of 2015 the market leader in Business Analyst is the company SAS. SAS' purpose-built analytics applications combine deep knowledge of business-specific issues with powerful SAS Analytics. SAS' large and growing portfolio addresses the needs of financial institutions, retailers, government agencies, manufacturers, energy companies, hospitals, pharmaceuticals, telcos, hotels and more [6].

The group leaders in 2015 also included companies such as Oracle, Qlik, Microsoft, MicroStrategy and Tableau.

Considering square on enhanced intelligence (fig. 3), we can see that the leader is the company SAS. Experts Gartner noted that SAS has a significant portfolio of solutions in the industry, offering a wide range of available analytical methods. In breadth of functionality,

Table 1.

Top 5 Business Intelligence and Analytics Software Vendors, Worldwide, 2012-2013 (Millions of Dollars)

Company	2012 Revenue	2013 Revenue	2013 Market Share(%)	2012-2013 Growth (%)
SAP	2,902	3,057	21,3	5,3
Oracle	1,952	1,994	13,9	2,1
IBM	1,735	1,820	12,7	4,9
SAS	1,600	1,696	11,8	6,0
Microsoft	1,190	1,379	9,6	15,9
Others	3,932	4,422	30,8	12,5
Total	13,311	14,368	100	7,9

Source: [3].

Figure 1. Magic Quadrant for Advanced Analytics Platforms



Fig. 3. Magic Quadrant for Advanced Analytics Platforms
Source: [4].

the report noted the quality and efficiency of analytical solutions SAS, and customers talk about high performance, scalability and reliability offered by platforms [9].

After investigation it was found that at the moment for the development of business intelligence key advantages of implementing such systems are: increasing the speed and accuracy of reporting, analytics and planning; improving data quality; improve the efficiency of decision-making; increasing customer satisfaction; increase employee satisfaction [1].

On the business intelligence market in Ukraine there is a surge of interest in high-tech solutions from organizations in various fields. Market BI remains one of the fastest growing and promising among all IT areas.

Established that the domestic IT market in the BI-systems, we can say that it is mainly the representation of developers of software of foreign origin, as in Ukraine are virtually no development underway. In addition, automated business intelligence have high demand in the Ukrainian consumer, as it is believed that the BI-solution irrelevant to the current level of automation in the country.

The main applications of business intelligence SAS in Ukraine – the financial sector, it still remains dominant for the Ukrainian office – as the number of projects and amount of sales. Clients SAS is today Raiffeisen Bank Aval, FUIB, Privatbank, Ukrsibbank, Alfa-Bank, Ukrsotsbank, Delta Bank, Renaissance Credit, etc. Among the priorities of SAS for banks – risk management, customer analytics and targeted marketing, fraud detection and prevention, as well as optimization of overdue debts [8].

So, as a conclusion we note that the BI industry is one of the most promising market IT. Such popularity of business analysis due to the presence of large amounts of data and analysis of the inability of simple systems such as OLTP, quickly and efficiently handle the data, and provide information to make effective management decisions.

The specifics of the Ukrainian market of business intelligence caused the most misunderstanding leaders of the need for the use of such systems and the technological backwardness of production, compared with Europe and the United States.

Nevertheless BI market in Ukraine is growing. The main sectors that use business analytics system on Ukrainian market are: energy, logistics, transport and banking.

List of references

1. Analysis of business processes: [Electron resource] – Access: http://ntk-consulting.com.ua/anal_z_b_znes-proces_v.html
2. Business Intelligence Systems: [Electron resource] – Access: http://fogsoft.ru/solutions/business_intelligence/business_intelligence.aspx
3. Gartner Says Worldwide Business Intelligence and Analytics Software Market Grew 8 Percent in 2013: [Electron resource] – Access: <http://www.gartner.com/newsroom/id/2723717>
4. Henschen D. Gartner Advanced Analytics Quadrant 2015: Gainers, Losers: [Electron resource] – Access: <http://www.informationweek.com/big-data/big-data-analytics/gartner-advanced-analytics-quadrant-2015-gainers-losers/d/d-id/1319192>
5. Pronenko B. business analytics: Increase of the effectiveness and uspeshnosty company / V. Pronenko // ITM. Information Technology for Management. – 2011. – № 1-2. – P. 35.
6. SAS a Leader in Gartner's 2015 Business Intelligence and Analytics Platforms Magic Quadrant: [Electron resource] – Access: http://www.sas.com/en_hk/news/press-releases/2015/march/gartner-mq-bi-analytics.html
7. Severov M. Key players of the BI: Circle decreased: [Electron resource] – Access: http://iteam.ru/publications/it/section_92/article_3625.
8. Shapoval V. Results 2013: SAS Ukraine is actively increasing its share in the growing market for business intelligence: [Electron resource] – Access: <http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/34605-itogi-2013-goda-sas-ukraina-aktivno-uvlichivaet-svoyu-dolyuna-rastushchem-rynke-biznes-analitiki.html>
9. Svyrshchenskyy A. BI or business analytics? Point of view SAS: [Electron resource] – Access: http://ko.com.ua/bi_ili_biznes-analitika_tochka_zreniya_sas_
10. Vesset D., McDonough B. Worldwid Business Intelligence Tools 2007 Vendor-Shares: Query,Reporting,Analysis and Advanced Analytics Markets Stable in the Face of Economic Turmoil: [Electron resource] – Access: http://www.slideshare.net/Cezar_Cursaru/IDC-Worldwide-Business-Intelligence-Tools-2007-Vendor-Shares-Query-Reporting-Analysis-and-Advanced-Analytics-Markets-Stable-in-the-Face-of-Economic-Turmoil-Excerpt-from-IDC-212921

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

Ключевые слова: управленческие решения, экспертные системы, нечеткая логика, кластеризация, проблемное поле, база знаний

Данное исследование направлено на решение *проблемы создания инструментария* поддержки процесса принятия решений в менеджменте на основе методов нечеткой логики, обеспечивающих эффективность принимаемых решений и повышение устойчивости функционирования малых предприятий в условиях неопределенности.

В теории управления экономическими системами одной из важнейших проблем является процесс принятия управленческих решений. Принятие управленческих решений в экономике, которая непрерывно порождает изменяющиеся условия хозяйствования, новые факторы влияния, их оценка и интерпретация представляет в высшей степени сложную задачу. При этом неопределенность большого числа факторов внешней среды, неполнота информации, неточность суждений при принятии управленческих решений обуславливают необходимость создания экспертных систем (ЭС), соответствующих сложившейся ситуации. Поэтому в таких условиях органичным решением является разработка инструментального обеспечения, основанного на нечетко-множественном описании ситуаций методами нечеткой логики [1].

В связи с развитием информационных технологий важным аспектом рассматриваемой проблемы оказывается обеспечение новых подходов к развитию информационных систем в целом и, в частности, для нужд малого бизнеса, обеспечивающих необходимый и достаточный функционал системы, как со стороны информатизации, так и со стороны содержательного экономического наполнения системы. В настоящее время программные продукты предлагают все больший спектр ИТ-окружения (новый уровень пользовательского опыта и интерфейсов, новые механизмы взаимодействия клиента с ИТ-инфраструктурой и др.), а предметной области уделяется значительно меньшее внимание. Тем не менее, полезность программного продукта определяется все же сущностью предлагаемого инструментария, эффективностью решения тех задач, ради которых и создана система. Поэтому, при всей важности технических решений, главной составляющей является обеспечение содержательного контента системы. Так, в системах для бизнеса – это функционально-экономическое содержание информационной системы. Предлагаемые на сегодняшний день на ИТ-рынке программные продукты, позиционирующиеся как продукты для управления бизнесом, имеют функционал, подразумевающий высокую квалификационную подготовку пользователя (в данном случае, менеджмента предприятий). Такие требования пользовательской грамотности не могут обеспечить представители малого бизнеса. Таким образом, предоставление одного только функционала, обеспечивающего

непосредственное решение (например, математического аппарата), оказывается недостаточным.

В настоящее время на ИТ-рынке имеется небольшое количество программ, представляющие экспертные системы, реализующие механизм нечеткой логики (ASK, IThink, FuziCalc, Matlab). Также некоторые крупные компании разработали собственные программы, основанные на нечеткой логике, предназначенные для поддержки принятия решений в отдельных конкретных бизнес-ситуациях. Но они (программы) не предназначены для массового использования и не продаются на открытом рынке. При этом вышеуказанные продукты предъявляют очень высокие требования к уровню знаний пользователя.

Такое положение дел предполагает изменение концепции формирования содержательного контента программного продукта, предполагающее расширение функциональной структуры системы с целью её адаптации к уровню знаний пользователя. Тогда одной из задач в рамках решаемой проблемы становится разработка функционала, направленного на обеспечение пользователя информацией о порядке и способах решения задачи, детальное разъяснение шагов программы, формирование блока конкретных примеров, применяемых алгоритмов решений - «экономического окружения» принятия управленческих решений.

Решение данной задачи в экономической структуре информационной системы может быть предложено в виде функционала поддерживающих сервисов-модулей: инженерии знаний; банка данных (накопленных знаний); обучающего и советующего.

Новизна предложенного подхода заключается в изменении концепции формирования и предоставления данных, необходимых для принятия управленческих решений, на основе изменения логической структуры и представления решаемых задач [2]. Эффективность применения ЭС для решения управленческих задач менеджмента предполагает структурирование предметной области на основе кластеризации проблемного поля менеджмента с целью поиска, выявления и стандартизации управленческих проблем.

Источники:

1. Kosko, B., *Neural Networks and Fuzzy Systems: a Dynamical Systems Approach To Machine Intelligenc*, University of Southern California, Prentice-Hall, 1992, Inc. A Simon&Schuster Company, Englewood Cliffs, NJ 07632.
2. Целых, А.Н., Целых, Л.А., Мобильные приложения для информационных систем поддержки принятия решений в малом бизнесе. // Известия ЮФУ. Технические науки, 2013, 11 (148), С. 232-237.

МАРКЕТИНГ УСЛУГ

Аннотация

Представлено описание целей, задач, принципов, функций маркетинга услуг.

Ключевые слова: Маркетинг услуг, сфера услуг, цели, задачи, принципы, функции маркетинга услуг.

Сущностную характеристику маркетинга услуг необходимо, по нашему мнению, рассматривать через цели, принципы, задачи и функции. Основными целями маркетинга услуг являются:

1) постоянное расширение ассортимента услуг, что позволяет повышать рыночную власть производителя услуг;

2) непрерывное повышение качества обслуживания, что способствует росту конкурентоспособности фирмы;

3) обеспечение устойчивой тенденции роста рентабельности производства услуг, что делает экономически выгодным данный вид предпринимательской деятельности.

Все это можно уложить в формулу: «... строй хорошие взаимоотношения – доходные сделки приложатся» [1, с. 25]. Сам термин «хорошие взаимоотношения» предполагает наиболее полное сопряжение спроса и предложения на услуги. Ссылаясь на Сэссера, Ф. Котлер перечисляет несколько стратегических подходов к достижению наилучшей взаимоувязки спроса и предложения на предприятиях сферы услуг [2, с. 640 – 641]. Со стороны спроса:

установление дифференцированных цен, что позволяет сместить часть спроса с пикового времени на периоды затишья;

осознанное культивирование спроса на услуги в периоды его спада;

предложение дополнительных услуг в периоды максимального спроса, что может служить альтернативой для клиентов;

введение системы предварительных заказов на услуги.

Со стороны предложения:

привлечение временных работников в периоды максимального спроса на услуги;

установление особого порядка работы предприятия сферы услуг в период пиковой загрузки;

разработка программ предоставления услуг совместными силами нескольких предприятий сферы обслуживания;

увеличение производственных мощностей за счет дополнительных инвестиций в сферу услуг.

Важнейшими принципами маркетинга услуг являются:

1) комплексный подход к решению маркетинговых проблем. При этом категория «комплексный» включает разработку комплекса маркетинга услуг, комплексное обслуживание потребителей, комплексное решение маркетинговых проблем, стоящих перед производителем услуг;

2) концентрация усилий на решение узловых маркетинговых проблем, включая концентрацию ресурсов на реализацию стратегии и тактики маркетинга услуг;

3) специализация и кооперация в обслуживании клиентом, что позволяет завоевывать и удерживать рынки на основе активного использования конкурентных преимуществ в сфере услуг.

Задачи маркетинга услуг обычно производны от маркетинговых целей предприятия сферы услуг и являются их конкретизацией. Если отвлечься, от частных маркетинговых проблем, возникающих в сфере услуг, то можно выделить три группы задач маркетинга услуг:

1) повышение надежности услуг, оказываемых потребителям, по времени, месту, качеству, цене и другими наиболее существенными для потребителей свойствам услуг;

2) рост конкурентоспособности предприятия-производителя услуг на основе последовательного воплощения в жизнь планов маркетинга услуг;

3) безопасность обслуживания клиентов, что предполагает обеспечение не только физической безопасности в процессе удовлетворения спроса на услуги, но и безопасность экономическую, социальную, экологическую, морально-этическую и пр.

Функции маркетинга услуг включают маркетинговые исследования рынка, маркетинговое планирование и организацию маркетинга, в том числе маркетинговый контроль и аудит.

Дальнейшее развитие методологии маркетинга услуг должно осуществляться по направлению спецификации и унификации услуг с учетом их практической адаптации в конкретных условиях хозяйствования.

Источники

1. Костоглодов Д.Д., Парамонов М.Ю., Стаханов В.Н., Шахкулов Э.А., Экономика коммерческого предприятия: Учебное пособие Ростов н/Д: РГЭА, 2004. – 136 с.
2. Котлер Ф., Основы маркетинга / Пер. с англ. -М.: Прогресс, 2010. – 736 с.

Стаханов Д.В.

профессор, доктор экономических наук
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

Гордиенко М.С.

Студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

НЕКОММЕРЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Аннотация

Представлено описание сущности некоммерческого маркетинга, его теоретических и практических аспектов.

Ключевые слова: Некоммерческий маркетинг, некоммерческий сектор экономики, типы некоммерческих организаций

По мнению авторов учебника «Маркетинг», некоммерческий или институциональный маркетинг – «... это деятельность, предпринимаемая для создания, поддержания или изменения позиций по отношению целевых аудиторий к определенным организациям и их профессиональной активности» [1, с. 47].

Это полностью совпадает с определением маркетинга организаций, которое дает Ф. Котлер: «Маркетинг организаций – это деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения позиций и/или поведения целевых аудиторий по отношению к конкретным организациям [1, с. 643].

Некоммерческий маркетинг появляется под влиянием глубоких социально-экономических преобразований в обществе, когда происходит сдвиг в общественном сознании в пользу обеспечения не только личных, но и общественных благ. В результате не только государство берет на себя обязанности по производству чистых общественных благ (выступающих преимущественно в форме услуг, но и развиваются общественные институты, ставящие своей целью удовлетворение общественных потребностей. «С ростом объема и разнообразия общественных благ, пишет Е.М. Жильцов, – с повышением требований к качеству жизни и усилением тенденции к местному самоуправлению и корпоративности, а также к общественной самостоятельности и инициативе личности, с развитием ее ориентации не на материальные блага, и должностное положение, а на духовные и экологические ценности, институциональная организация общественной экономики стала более сложной, границы между общественным и рыночным секторами экономики стали более гибкими и подвижными появились различные организационные формы их взаимодействия» [2, с.160].

Формируется некоммерческий сектор экономики который включает как государственное предпринимательство и государственное управление, так и различные формы самоорганизации общества. Государственное предпринимательство и государственное управление в условиях рынка имеют много общего с хозяйственной деятельностью негосударственных предприятий и коммерческих организаций, что позволяет результативно использовать инструментарий маркетинга и в данной сфере.

Различают три основные типа некоммерческих организаций. К первому типу относится учреждение, которое создается собственником для осуществления социально-культурных и иных функций некоммерческого характера. Наиболее распространенным типом такой некоммерческой организации является государственное учреждение, главным источником финансирования которого являются бюджетные средства, и оно, как и названное предприятие, осуществляет право оперативного управления, т.е. право владения, пользования и распоряжения закрепленным за ним имуществом.

Маркетинг проникает в некоммерческую среду еще и в силу интеграции с коммерческими видами деятельности. В развитой рыночной экономике некоммерческие структуры становятся весьма привлекательными для включения частного капитала. Это объясняется, во-первых, повышением их социальной ответственности по удовлетворению культурных, образовательных и общественно полезных потребностей людей. Во-вторых, существует заинтересованность в некоммерческих организациях тех владельцев частного капитала, которые не склонны к рисковому бизнесу, особенно в период возрастающей неопределенности экономической конъюнктуры.

К некоммерческой деятельности следует относить любую деятельность, не направленную на извлечение прибыли. Рамки некоммерческого маркетинга шире, чем маркетинг организаций, точно также, как некоммерческая сфера шире, чем сфера деятельности некоммерческих организаций.

Источники

1. Котлер Ф., Основы маркетинга / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2010. – 736 с.
2. Баумгертнер В.Ф. Маркетинг инвестиций. -СПб: Геликон Плюс, 2009. – 252 с.

Улицкая Н.Ю.

кандидат экономических наук, доцент
Пензенского государственного университета
архитектуры и строительства,

Куликовская А.К.

магистр
Пензенского государственного университета
архитектуры и строительства

АНАЛИЗ РЫНКА ГОРОДСКОЙ ЗЕМЛИ ДЛЯ ЖИЛИЩНЫХ ЦЕЛЕЙ С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ

Ключевые слова: ценность, оценка, город, маркетинг земель, потребность в местах проживания, работы, отдыха

Keywords: value, score, city, marketing land, the need for places of residence, work, leisure.

Сегодня необходимо определять стратегические направления развития города Пензы таким образом, чтобы развивающиеся рынки земли формировали планирование, строительство и перестройку всего городского округа для создания необходимого уровня условий проживания населения. Городским менеджерам следует одновременно напрямую планировать направления развития городского рынка земли и создавать при этом условия развёртывания рыночных механизмов для его функционирования в сторону повышения доходности потребителей жилья и снижению себестоимости строительства. Ведь именно рынок жилой и нежилой недвижимости формирует и перестраивает город, т.к. рыночные сигналы определяют политику местных застройщиков и привлекаемых инвесторов.

Рассмотрим среду развития рынков жилья в структуре города. В табл. 1 приведены количественные показатели для анализа [2].

По новым строящимся микрорайонам города выявлены неравенства в обеспеченности детскими садами: лучше всего ими обеспечен Октябрьский район города, так как здесь изначально велось строительство по микрорайонам, предусматривающее для каждого из них наличие детских садов; хуже всего детскими дошкольными учреждениями обеспечен Ленинский район; в Железнодорожном районе также ощущается проблема территориальной доступности к детским садам, что, прежде всего, связано с его большой площадью и преобладанием малоэтажной жилой застройки.

Большая часть новых многоэтажных жилых комплексов во всех районах города обеспечена школами с соблюдением радиусов доступности, в зонах малоэтажной застройки имеет место нарушение норматива доступности объектов социальной инфраструктуры.

Наиболее высокий уровень обеспеченности населения учреждениями здравоохранения наблюдается в центральной части и спальных районах города, на периферии уровень обеспеченности значительно ниже, особенно в стороне Железнодорожного района.

Таблица 1

Количественные показатели административных районов г. Пензы

Показатели	Октябрьский район	Ленинский район	Первомайский район	Железнодорожный район
площадь	81,73 км ²	27,5 км ²	50 км ²	145 км ²
население	181 611 чел.	92 541 чел.	134 158 чел.	113 019 чел.
структура	2 проспекта, 153 улицы, 143 проезда, 7 переулков, 1 шоссе, 55 садоводческих товариществ, 3 квартала, 3 дороги, 1 железнодорожная станция, 6 населенных пунктов	часть проспекта, 139 улиц, 80 проездов, 18 переулков, 1 бульвар, 8 площадей, 2 садоводческих товарищества, 3 квартала, 3 населенных пункта	196 улиц, 143 проезда, 26 переулков, 4 тупика, 1 площадь, 6 садоводческих товариществ, 5 кордонов, 1 Военный городок, 6 кварталов, 5 населенных пунктов	265 улиц, 194 проезда, 1 переезд, 27 переулков, 2 тупика, 3 площади, 132 садоводческих товарищества, 6 кордонов, 1 Военный городок, 7 блокпостов, 7 населенных пунктов, 3 лагеря, 3 станции, 1 дорога, 4 лесничества, 5 кварталов
производство	более 5 тыс. хозяйствующих субъектов, 17 крупных промышленных предприятий	более 4 тыс. хозяйствующих субъектов, 7 крупных промышленных предприятий, 4 научных института	более 3 тыс. хозяйствующих субъектов, 30 крупных и средних промышленных предприятий	более 2 тыс. хозяйствующих субъектов, 20 крупных и средних предприятий
здравоохранение	1 роддом, 6 больниц	1 роддом, 7 больниц	4 больницы	6 больниц
образование	2 ВУЗа, 5 отделений многопрофильного колледжа, 5 гимназий, 18 школ, 2 лицея, 1 лицей-интернат, 1 школа-интернат, 14 детских садов	1 ВУЗ, 4 колледжа, 3 отделения многопрофильного колледжа, 2 гимназии, 2 лицея, 3 школы-интерната, 10 детских садов	4 ВУЗа, 1 училище, 1 многопрофильный колледж, 15 школ, 25 детских сада	1 ВУЗ, 1 колледж, 3 техникума, 1 отделение многопрофильного колледжа, 1 гимназия, 13 школ, 1 лицей, 1 кадетская школа, 11 детских садов

спорт	65 спортивных площадок, 1 Дворец спорта, 1 каток, 4 спортивных комплекса, 7 ФОКов	1 стадион, 2 Дворца спорта, 1 ФОК, 5 ДЮСШ, 1 автодром, 50 спортивных залов, 10 бассейнов, 136 спортивных площадок	98 спортивных сооружений, 3 Дворца спорта, 4 ФОКа, 1 стадион, 10 подростковых клубов	4 стадиона, 1 ФОК, 1 спортивный комплекс, 2 Дворца спорта, 1 каток, 1 ДЮСШ, 1 мотодром, 1 трасса ВМХ спорта, 6 бассейнов, 156 плоскостных сооружений, 45 спортзалов
культура, досуг	3 парка, 7 центров досуга, 7 библиотек, 3 музыкальных школы; 9 памятников	1 парк, 1 пешеходная улица с площадью, 7 скверов, 2 театра, 1 филармония, 8 музеев, 4 центра досуга, 4 киноцентра, 2 галереи, 5 библиотек, около 30 памятников	1 театр, 1 музей, 4 центра досуга, 8 библиотек, 5 памятников	1 сквер, 1 музей, 1 театр, 10 центров досуга, 9 библиотек, 7 памятников
особенности	27 крупных торгово-развлекательных комплексов	более 10 административных учреждения, более 60 финансовых и страховых учреждений, более 1,5 тыс. предприятий торговли и общественного питания	1 аэропорт, 1 зоопарк	1 ж/д вокзал, 1 автовокзал

Анализ выявил территориальные неравенства и в обеспеченности населения административных районов и микрорайонов внутри них массовыми объектами спорта: особенно насыщена центральная часть, в Железнодорожном и Первомайском районах их недостает, отмечается значительная удаленность.

Ленинский район выделяется культурными функциями, здесь размещено большее количество новых значимых учреждений культуры. Первомайский и Железнодорожный районы имеют худшую обеспеченность объектами культуры.

Во многих микрорайонах не соблюдается радиус нормативной доступности до ближайших учреждений обслуживания, наблюдается дифференциация микрорайонов по уровню обеспеченности массовыми услугами. При этом, выявлено, что в центральных микрорайонах население наименее удовлетворено услугами, чем жители периферийных микрорайонов, что может быть связано с более высокими потребностями населения, некомфортными условиями проживания.

Анализ пространственной дифференциации торгово-развлекательных центров общегородского значения выявил их сосредоточение в центральных микрорайонах города с ориентацией на платежеспособное население, высокую транспортную



■ зона
коммерческой
застройки

○ зона
жилой
застройки

1 ЖК «Солнечный город»	8 ЖК по ул. 8 Марта – М. Бугровка	15 ЖК «Прилесный»	22 ЖК «Ривьера»	29 ЖК «Сурская Ривьера»
2 ЖК «Арбековская застава»	9 ЖД по ул. Карпинского	16 ЖК «Дубрава»	23 ЖК «Научный»	30 ЖК «Маяковский» на ГПЗ-24
3 ЖК «Запрудный»	10 ЖД по ул. Можайского	17 ЖК по ул. Зеленодольской	24 ЖД по ул. Покровской / Чкалова	21 ЖК «Среда – 2»
4 ЖК «Новый город»	11 ЖК по ул. Леонова – Крупской	18 ЖК в Ближней Веселовке	25 ЖК «Триумф»	32 ЖК «Измайловский»
5 ЖД по ул. Мусоргского/ Стасова	12 ЖК «Три тополя»	19 ЖД по ул. Львовской	26 ЖД по ул. К. Маркса / М. Горького	33 ЖД по ул. Сухумской
6 ЖК «Новые сады»	13 ЖК «Райки»	20 ЖД по ул. Кижеватова	27 ЖК «Сити- М»	34 ЖД Ивановский
7 ЖК «Сатурн»	14 ЖК «Фаворит»	21 ЖК по ул. Тамбовской	28 ЖК «Маяковский» на ул. Тархова	35 Город «Спутник»

Рис. 1. Расположение рынков земли под жилую и коммерческую недвижимость в структуре в г. Пензы

доступность, конкуренцию за покупателей, имеющих генетическую привычку все покупать в центре города.

Таким образом, рынки земли под жилищное строительство в разных микрорайонах административных районов г. Пензы изначально имеют различия по инфраструктурному потенциалу, по микроклимату, социокультурной среде, транспортной доступности. Это, в свою очередь, помимо качества и цены жилья, определяет потребительскую ценность предложений застройщиков для горожан.

На рис. 1 приведена локализация рынков земли под жилищное и коммерческое строительство. Из рис. видно, что преобладает строительство жилья, при чем эконом класса. В центре города – это в основном уплотнительная застройка за счет сноса ветхого и аварийного жилья, вырубки зеленых насаждений, на периферии – комплексная застройка.

Рассмотрим подробнее на примере показанных рынков жилья потребности и возможности жителей города Пензы.

Основными категориями потребителей жилья в настоящее время являются: молодые холостяки, которым на перспективу жилье приобретают родители; молодые семейные пары, ожидающие пополнение; семьи с двумя и более детьми, нуждающиеся в расширении жилплощади; переселенцы из ветхого и аварийного жилья; дети-сироты, ветераны, военнослужащие, которым государство обязано предоставить жилье; зажиточные граждане, вкладывающие капитал в жилье, повышающие свой статус; горожане, которые по различным обстоятельствам вынуждены размещать жилье и переезжать; жители сельской местности, стремящиеся жить в городе.

Расчеты доступности жилья показали, что более 90 % таких потребителей вынуждены воспользоваться кредитом, чтобы приобрести минимально устраивающую их жилплощадь.

Наиболее платежеспособное население выбирает индивидуальную частную застройку в зеленых зонах города (Ахуны, Октябрьский сад, Автодром-Бугровка, Богословка, Веселовка), либо большие по площади квартиры в домах премиум класса с охраняемой территорией (полупериферийная часть города).

Менее платежеспособные потребители вынуждены покупать квартиры невысокого качества, преимущественно на этапе строительства, без чистовой отделки, на периферии города, где позволяет цена [1].

Категориям граждан, которым жилье предоставляют по федеральным и региональным программам, предлагаются в основном самые некачественные и дешевые квартиры в Железнодорожном районе города.

Следовательно, более удовлетворенными можно считать только тех покупателей, которые в результате высокой платежеспособности могут выбирать любое местожительство. Остальные потребители жилья, так или иначе, удовлетворены только частично [3].

Таким образом, анализ показал, что для дальнейшего развития города Пензы необходимы коррективы по территориальной организации рынков жилой и нежилой недвижимости с целью формирования более однородного пространства по достойному обеспечению и равной доступности для каждого пензенца услуг города: коммунальных, транспортных, социальных, культурных и прочих. Отметим, что цель этих коррективов заключается в построении модели формирования потребнос-

тей населения и максимальном их удовлетворении при оптимальном использовании ресурсов городских менеджеров и застройщиков.

Литература

1. Дмитриева Т.Н., Семеркова Л.Н., Егорова К.Н., Левина И.З. Портрет потребителя жилья экономического класса (на примере г. Пензы) // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 413.
2. Официальный сайт Администрации города Пензы. URL: <http://www.penza-gorod.ru/doc4-3.html> (дата обращения: 01.04.2015).
3. Семеркова Л.Н., Сафьянов А.Н. Формирование справедливой рыночной цены на жилье в современных рыночных условиях // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. № 4 (32). С. 115-122.

Жирный Н.В.

доцент, кандидат экономических наук

Бабанский А.С.студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)**Гайдаренко М.М.**студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт им. А.П. Чехова
(филиал) РГЭУ (РИНХ)

МОНИТОРИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Ключевые слова: функциональные напитки, мониторинг, Индекс Херфиндаля

В настоящее время одним из приоритетных направлений в области питания населения является разработка функциональных напитков, употребление которых способствует оздоровлению нации.

С целью определения потенциальных возможностей рынка новых видов функциональных напитков было проведено маркетинговое исследование рынка функциональных напитков в регионе. Программа маркетингового исследования рынка [1; 2] для функциональных напитков включает пять этапов (табл. 1).

К концу 2015 г. прогнозируется суммарный объем производства функциональных напитков в РФ на уровне 1,16 млн. дал. Этот факт говорит о том, что рынок энергетических напитков далек от насыщения и у товаропроизводителей есть много возможностей для завоевания своей позиции и лояльности потребителей.

Таблица 1

Этапы маркетингового исследования

Этапы проекта	Содержание этапа	Сроки выполнения	Стоимость этапа, руб.
1. Подготовительный	Выбор метода исследования, разработка анкеты, печать бланков	14 дней	9800
2. Полевые исследования	Работа с респондентами: раздача анкет, сбор «сырых» данных	42 дня	15410
3. Обработка результатов	Обработка анкет, ввод данных в таблицы Excel	19 дней	13300
4. Анализ и интерпретация данных	Построение аналитических таблиц и графиков, разработка аналитического отчета	44 дня	13306
5. Сегментация потребителей	Выявление критериев сегментации, построение дерева сегментации потребителей, расчет емкости рынка	44 дня	12206
Итого		5 месяцев	106072

Таблица 2.

Расчет долей рынка конкурентов-производителей функциональных напитков

Конкуренты	Товарные марки	Доля рынка,%	Темп роста, %
Red Bull	Red Bull и Bullit	23	-5
Coca-Cola	Burn	16	33
PepsiCo	Adrenaline Rush, Pepsi X	38	-12
Хэппилэнд, Россия / лицензия английской компании IBB /	Ягуар, Red Devil	8	35
Бородино, С.-Петербург	Battery	5	11
НЛ	Global Functional Drinks	3	6

Проанализировав рынок функциональных напитков в России, была составлена карта конкурентов, которая представлена в табл. 2.

Индекс Херфиндала составил 0,9 (<0,45), следовательно, рынок является низкоконцентрированным, т.е. он представлен небольшим количеством независимых продавцов, занимающих разные доли на рынке.

Внутриотраслевая конкуренция на рынке ужесточается по причине высокой привлекательности отрасли. На рынке наблюдается рост уровня дифференциации продуктов и развитие ассортиментных групп.

Составление карты конкурентов-производителей функциональных напитков показало, что рынок функциональных напитков в России находится в стадии роста и, вследствие этого, весьма динамичен. Отмеченные показатели данного рынка в целом соответствуют мировым тенденциям – данный рынок почти на 90 % (по состоянию на февраль 2014 г.) состоит из напитков, произведенных глобальными товаропроизводителями.

Источники

1. Литвиненко С. В. Моделирование гибкой маркетинговой политики в системе управления маркетингом. – М.: Дело, 2010. – С.451.
2. Шмидт Ю.Д., Романов И.М., Веселов А.И. Комплексный подход к оценке маркетинговой политики предприятий // «Экономический анализ: теория и практика», № 22, август 2009 г.- 16 с.

Харченко Г.А.

кандидат економічних наук, старший викладач
кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Кінчак Ю.С.

студентка,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Ключові слова: тваринництво, галузь, ефективність, управління, розвиток.

Ключевые слова: животноводство, отрасль, эффективность, управление, развитие.

Keywords: animal husbandry, industry, efficiency, management, development.

Галузь тваринництва є однією із важливих галузей сільського господарства України. У структурі вартості валової продукції сільського господарства питома вага тваринництва складає близько 50-55 відсотків.

Оскільки тваринництво це складна виробнича біолого-економічна система то вона охоплює безліч компонентів біологічного, технічного, технологічного, економічного та соціального характеру, які знаходяться в єдності та взаємозв'язку. У тваринництві велику роль відіграють природний цикл відтворення, фактори часу та навколишнього середовища. Організаційно-економічні процеси пристосовуються до біологічного стану. Поступово стає вираженим ймовірнісний характер виробничої діяльності.

Нині система тваринництва поступово ускладнюється. Збільшились масштаби, посилилися зв'язки із суміжними сферами, змінилася роль окремих факторів, більш динамічним стало функціонування системи. Розширилася багатоваріантність розвитку, зростає необхідність оцінки різних варіантів і вибору найбільш оптимального з них [2].

Науково обґрунтована система ведення тваринництва відображає раціональну побудову виробництва на основі застосування комплексу взаємопов'язаних, вироблених наукою і здійснених передовою практикою заходів, що дозволяють отримувати більше продукції з меншою питомою витратою ресурсів.

Зауважимо, що система ведення тваринництва повинна відображати зональні особливості та бути націлені на адаптацію до конкретних природних умов. Особливе практичне значення має доведення розробок з таким системам безпосередньо до кожного аграрного формування. Тут слід враховувати відмінності в спеціалізації, рівень розвитку господарства та інші фактори.

В системі тваринництва передбачаються органічний зв'язок і взаємодія всіх елементів. Недооцінка тих чи інших елементів системи негативно позначається на розвитку галузі тваринництва.



Рис. 1 Основні елементи системи тваринництва

Джерело: розроблено авторами за матеріалами досліджень

У різних зонах країни системи тваринництва суттєво відрізняються між собою за такими основними ознаками: за способом і умов утримання тварин взимку і влітку; за характером використання тварин і за методами якісного поліпшення та відтворення стада; за рівнем і типом годівлі та способам кормовиробництва; за загальним рівнем інтенсивності тваринництва, який визначається насамперед витратами праці і засобів і виходом продукції в розрахунку на голову худоби і на 1 га кормової площі [4].

Також важливо зазначити, що успішне виконання планів функціонування та розвитку тваринництва залежить від застосування у господарстві системи зоотехнічних, ветеринарних, інженерно-технічних та організаційно-економічних заходів, які дуже тісно між собою взаємопов'язані. У сукупності вони утворюють систему тваринництва рисунок 1.

Основний шлях розвитку тваринництва на сучасному етапі це інтенсифікація. Головною умовою цього є подальша спеціалізація і концентрація виробництва на базі міжгосподарської кооперації, повна механізація і автоматизація трудомістких процесів в тваринництві в поєднанні з новою технологією виробництва, подальша електрифікація ферм, поліпшення породних і продуктивних якостей худоби, а також реконструкція існуючих приміщень та обладнання. Важлива умова подальшого підвищення ефективності тваринництва це забезпечення даної галузі необхідними кваліфікованими кадрами. Сучасне тваринництво висуває особливі вимоги до кадрів фахівців. Воно вимагає максимального використання досягнень як зоотехнічної та ветеринарної наук, так і застосування різних передових форм, методів, техніки і технології управління [1; 3].

На сучасному етапі розвитку організаційних форм галузі тваринництва особливо важливу роль відіграє організація управління в комплексах. Тут потрібне чітке розділення управлінської праці між організаторами та технологами виробництва, між фахівцями, що займаються виробництвом та матеріально – технічним постачанням. Виконання тих і інших функцій одним і тим же особою, як це має місце в колгоспах, різко знижує результативність роботи. Відволікання фахівців, покликаних займатися організацією і технологією виробництва, на виконання інших функцій в комплексах не повинно бути. Така практика заважає впровадженню наукових і технічних нововведень, знижує відповідальність керівників за стан і результати виробництва. Структура управління – це сукупність стійких зв'язків керованого об'єкта, що забезпечують його цілісність і збереження основних властивостей при різних впливах [3].

У підвищенні ефективності виробництва і якості роботи в умовах тваринництва найважливішу роль відіграє організація управління. Основа системи управління колективами в тваринництві це організаційна та управлінська структура, які будуються за територіальним, галузевим чи комбінованому принципу. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва в умовах його послідовної інтенсифікації неможливо без об'єктивної економічної оцінки різних явищ, що мають місце в сільському господарстві. На основі одного критерію економічної ефективності сільськогосподарського виробництва таку оцінку дати не можна. Необхідно конкретні показники, що відображають вплив різних чинників на процес виробництва. За допомогою системи показників можна концентрувати основний чи допоміжний критерій (приватні, специфічні), дати узагальнюючу кількісну та якісну характеристику економічних процесів, пов'язаних з ефективністю виробництва. Як показує практика, для різних галузей, рівнів і цілей слід застосовувати різні показники специфічні тільки для них, проте повинні бути органічно пов'язані з основним критерієм, не суперечити йому і забезпечити можливість зіставлення досягнутого ефекту з витратами.

Важливим напрямком підвищення економічної ефективності виробництва тваринницької продукції є покращення його якості. Досвід щодо забезпечення якості продукції тваринництва, який накопичувався десятиріччями, у нинішніх умовах сільськогосподарські товаровиробники мають опанувати за короткий проміжок часу. Цього вимагають умови сьогодення, адже Україна послідовно інтегрується в європейське та міжнародне співтовариство. У зв'язку з цим перед виробниками тваринницької продукції і переробниками постають проблеми забезпечення конкурентоспроможної, безпечної та якісної продукції, розв'язання яких значною мірою залежить від ефективного застосування комплексної системи управління якості на підприємствах.

Не менш важливою проблемою для тваринництва є забезпечення галузі кадрами. Там, де господарствами керують фахівці, досягають високої результативності, виробляють конкурентоздатну продукцію. Нині, як ніколи, потрібні професіонали, які досконало володіють і законами ринкової економіки, і сучасними технологіями виробництва молока і яловичини.

Ефективною є система управління, при якій створюються сприятливі умови, що забезпечують досягнення виробничим колективом поставлених цілей в оптимальні терміни при оптимальних кількісних і якісних показниках і необхідних витрат ресурсів.

Встановлено, що велика кількість аграрних формувань не досягають оптимального поєднання взаємодії та співвідпорядкованості в організаційних структурах управління. Це в свою чергу впливає на ефективність їх функціонування. Відсутній прямий зв'язок між організаційною стратегією та стратегією управління. Доцільно обгрунтоване формування організаційних структур, що особливо важливо в умовах адаптації сільськогосподарських підприємств до ринкових умов господарювання [4].

Отже, як висновок зазначимо, що сучасне виробництво продукції галузі тваринництва гостро потребує стратегічного управління. Так, стратегічне управління сільськогосподарськими підприємствами в галузі тваринництва полягає в послідовності дій аграрними формуваннями в розробці та реалізації стратегії, яка включають постановку цілей, оцінку найбільш важливих ризиків, вироблення стратегії, визначення необхідних ресурсів та підтримання взаємовідносин із зовнішнім середовищем, за допомогою реалізації адаптаційних стратегій, що забезпечить ефективний розвиток у довгостроковій перспективі.

Список використаної літератури

1. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК: Підруч. – К.: Вища шк., 1992. – 367 с.
2. Масель-Веселяк В.Я. Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України/ В.Я. Масель-Веселяк, О.В. Мазуренко/ [Під наук. ред. акад. УААН П.Т. Саблука] – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 198 с.
3. Организация и управление сельскохозяйственным производством /В.И. Нечаев, В.Ф. Бирман, Ю.И. Бершицкий, А.В. Боговиз. – М.: Колосс, 2011. – 428 с.
4. Розвиток галузі тваринництва, державна підтримка виробників тваринницької продукції – МінАПП [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://agroua.net/news/news_38608.html.
5. Топіха І.Н. Ринок продукції тваринництва: проблеми залишаються/ І.Н. Топіха// Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Миколаїв, 2006. – Вип. 2. – С. 16-19.

КЛЮЧОВІ УСПІХУ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Ключевые слова: управлінське консультування, консалтингові послуги.

Keywords: management, consulting.

В умовах інтеграції України у світове економічне суспільство питання консалтингового обслуговування набуває великого значення. Недостатній досвід управлінського персоналу вітчизняних компаній у сфері раціоналізації управління на основі використання науки і передового досвіду обумовлює необхідність у консалтингових послугах.

Під управлінським консультуванням розуміється професійна допомога з боку фахівців з управління господарським керівникам і управлінському персоналу різних організацій, що полягає в спільно вироблених рішеннях на основі аналізу існуючих проблем функціонування та/або потенціалу подальшого розвитку організацій.

Перш за все, необхідно зазначити, що в спеціальній літературі практично не досліджено передумови виникнення потреб в консультуванні та оцінка його результатів. Автор пропонує звернути увагу на перелік чинників успіху консультування, який запропонував М. Райнінг. Ним визначено такі детермінанти успіху консультування, як чіткість у визначенні завдань, наявність та якість нових ідей, знань, способів мислення, використання проектного планування, спеціальне планування, ефективність виконання [6].

Що стосується вагомості ділової репутації при виборі консалтингової компанії, то її підтверджують аналітики економічного видання «Галицькі контракти». За їх дослідженнями, у трійку основних критеріїв вибору консультантів українськими підприємцями входять: репутація компанії (61,4% від кількості опитаних), рівень цін на консалтингові послуги (54,8%,) наявність досвіду вирішення аналогічних проблем(52,4%) [4]. Іншою базовою складовою успіху консалтингової діяльності є успішність взаємодії консультантів з клієнтською організацією, яка організаційно реалізується у формі консалтингових проектів [1].

Найважливішим чинником успішного консультування є виявлення реальних потреб клієнтської організації та її керівництва, які вони прагнуть задовольнити у процесі консультування. У практиці консультування цей чинник вважають домінуючим, оскільки діагностування існуючих суперечностей у розвитку підприємств досить часто не співпадає з оцінкою акціонерами проблемної ситуації та вибору напрямів їх розв'язання [1].

Проблеми українських компаній, потенційних споживачів консалтингових послуг, не менш складні, ніж у закордонних колег, але наявність розвинутого ринку консалтингових послуг забезпечує їм швидкість та ефективність вирішення основних

питань управлінської діяльності. Дослідження ж українського ринку управлінського консультування показали, що він знаходиться на стадії розвитку.

Вперше дослідження були проведені у 1995 році Асоціацією «Укрконсалтинг» [2]. В результаті дослідження було охарактеризовано діючі на українському ринку консалтаційні фірми, серед яких не було жодної української консалтингової фірми.

На сьогоднішній день на ринку управлінського консалтингу відбулися кардинальні зміни. Корифеями іноземного ринку консалтингових послуг є McKinsey, Boston Consulting Group, Bain, Deloitte Consulting, Accenture, AT Kearney, Booz Allen Hamilton, LEK Consulting, Monitor Group, на лідируючі позиції вийшли та швидко завоювали свою нішу і українські компанії, такі як HR-practice, T&D Company. Консалтингова група «Живое Дело», Інформаційний консалтинговий центр «ІСІС», КМК Бізнес Тренінг, Profit, Advanter Group, Solomon-Development. Український Інноваційний ЦентД Бізнесу [5].

Для успішного функціонування на ринку консалтингових послуг вітчизняним консалтинговим компаніям, враховуючи багатий досвід світових консалтингових компаній, слід вести активну маркетингову політику; розширювати мережу офісів та філіалів по Україні; виходити на світові ринки; знаходити нових клієнтів та розширювати і розвивати стосунки з існуючими клієнтами; орієнтуватися на високу якість надання консалтингових послуг; розширювати асортимент послуг з управлінського консалтингу, які б орієнтувались на вирішення складних стратегічних і оперативних завдань діяльності фірм-клієнтів [3]; вести жорсткий відбір консультантів, ліцензувати і сертифікувати їх діяльність; залучати до роботи випускників МВА з кращих шкіл бізнесу.

Отже, перспективи управлінського консалтингу в Україні залежать від її готовності до нововведень, адаптованості набору послуг до потреб клієнтів, пошуку нових продуктів і ринків, застосування нових методів навчання для внесення змін під час реалізації консультаційних пропозицій.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Чинники успіху управлінського консультування – [Електронний ресурс]: Режим доступу// <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=969>
2. Консалтинг в Україні. – К.: Асоціація Укрконсалтинг. 1996.
3. Кропивко М.Ф. Управлінський консалтинг: навчальний посібник / М.Ф. Кропивко, Т.П. Кальна-Дубінюк, М.Ф. Безкровний. – М.: Агроконсалт. 2004. – 344 с.
4. Огляд ринку Менеджмент-консалтингових послуг // Галицькі контракти. ¾2002, № 4, - [Електронний ресурс]: Режим доступу// <http://www.kontrakty.com.ua/ukr/gc/nomer/2002/04/18.html>
5. Самсонова В.В. Розвиток консалтингових послуг в Україні – [Електронний ресурс]: Режим доступу// <http://elibrary.nubip.edu.ua/7930/1/10svv.pdf>
6. Юксьварав Р.К. Управленческое консультирование: теория и практика / Р.К. Юксьварав, М.Я. Хабабук, А.Я. Лейманн. – М.: Экономика. 1988.- 210 с.

УСЛОВИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ключевые слова: финансовая деятельность, финансовая работа

Финансовая деятельность – специфическая деятельность, направленная на своевременное и полное обеспечение предприятия финансовыми ресурсами для удовлетворения его воспроизводственных нужд, активной инвестиционной деятельности и выполнения всех его финансовых обязательств перед контрагентами [1].

Эффективное функционирование предприятия в долгосрочной перспективе, обеспечение высоких темпов развития и повышения конкурентоспособности в условиях рыночной среды в значительной степени определяются качеством управления его финансовой деятельностью. Поэтому, для организации финансовой деятельности предприятие создаёт финансовую службу. Деятельность финансовой службы подчинена главной цели – обеспечению финансовой стабильности предприятия, созданию устойчивых предпосылок для экономического роста и получения прибыли.

Предметом финансовой деятельности на предприятии являются:

финансовые отношения, а именно – построение рациональных схем отношений предприятия с партнерами по бизнесу и со всеми финансовыми институтами государства, как обязательной предпосылки формирования его первичных доходов;

финансовые потоки, а именно – обеспечение их достаточности, своевременности и синхронизации, как обязательных предпосылок финансового равновесия предприятия, его финансового благополучия.

Основное содержание финансовой работы заключается в:

– обеспечение финансовыми ресурсами выполнения плановых заданий по основной хозяйственной деятельности, капитальным вложениям, подготовке кадров и удовлетворению социальных потребностей;

– организация взаимоотношений с финансово-кредитной системой и другими хозяйствующими субъектами, то есть своевременное и полное выполнение обязательств по платежам (в бюджет и т.д.);

– сохранении и рациональном использовании основного и оборотного капитала;

– наиболее эффективное использование финансовых, трудовых и материальных ресурсов;

– выявление резервов роста накоплений и повышения рентабельности.

До недавнего времени финансовая работа на предприятии сводилась к чисто оперативным задачам – оформлению расчетных и платежных документов, организации расчетов с другими предприятиями, банком, бюджетом, рабочими и служащими. Типовым положением об организации финансовой работы, которое определяло задачи и функции финансовых служб на государственном предприятии, на финансо-

вые отделы возлагались: разработка финансовых показателей в 5-летнем финансовом плане предприятия; оценка проектов перспективного плана в целях принятия более напряженных финансовых заданий и увеличение внутренних финансовых ресурсов предприятия; составление годовых финансовых планов предприятия [2].

Финансовая работа на предприятиях сложна и многообразна. Однако по экономическому содержанию в ней можно выделить три основных направления:

- финансовое планирование;
- оперативная работа;
- контрольно-аналитическая работа.

В ходе финансового планирования каждое предприятие всесторонне оценивает свое финансовое состояние, определяет возможности увеличения финансовых ресурсов и выявляет направление наиболее эффективного их использования. Финансовое планирование осуществляется посредством составления финансовых планов разного содержания и назначения в зависимости от задач и объектов планирования.

Оперативная работа в сфере финансов предприятия предполагает постоянный мониторинг количественных и качественных характеристик его финансовых отношений и финансовых потоков. Основной целью оперативно-управленческой работы является постоянное позитивное воздействие на результативность любой финансовой сделки и хозяйственной операции, совершаемых предприятием и поддержание его деловой репутации на должном уровне [3].

Контрольно-аналитическая работа имеет своей целью объективную оценку экономической эффективности, рентабельности и целесообразности каждой сделки хозяйственной операции предприятия.

В осуществлении контрольно-аналитической работы большую помощь оказывает бухгалтерия, совместно с которой проверяется правильность составления смет, расчетов окупаемости капитальных вложений, анализируются все виды отчетности, контролируется соблюдение финансовой и плановой дисциплины.

Рассмотрены условия и особенности организации финансовой деятельности на предприятии.

Источники

1. http://edu.dvgups.ru/METDOC/EKMEN/FK/SOC_ETICH_PR_SPEC/METOD/UP/frame/15.htm
2. http://www.aup.ru/books/m235/8_1.htm
3. http://ebooks.grsu.by/finans_i_org/1-soderzhanie-finansov-khozyajstvuyushchikh-sub-ektov-ikh-funktsii.htm

**МОНИТОРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
НА ПРЕДПРИЯТИИ ХРАНЕНИЯ И ПЕРЕРАБОТКИ ЗЕРНА****Ключевые слова:** мониторинг, бизнес-процесс, зерновая компания

Бизнес-процесс для зерновой компании – это определённая совокупность взаимосвязанных операций с привлечением различных ресурсов, направленных на формирование товарных партий, выработку требуемой продукции из зерна и оказание необходимых услуг по его приёму, обработке, хранению, переработке и реализации потребителям [1].

Бизнес-процесс может быть описан математической моделью – функционалом и множеством ограничений, что является основой для постановки задач управления предприятием. Производственные бизнес-процессы в зерновой компании связаны с основной цепочкой: закупка сырья – производство – реализация и отгрузка продукции.

Мониторинг бизнес-процессов в зерновой компании выявил комплекс слабых и сильных критериев, описывающих какой-либо процесс с соответствующей

Таблица 1

Банк моделей зерновой компании – сильные критерии
(целевые функции)

№ пп	Содержание	Бизнес - процессы (задачи предметной области)
1.	Стоимость сырья	Закупки зерна Расчет рецептов ПС Расчет рецептов КК Планирование рецептов ПС и КК на период
2.	Объем продаж	Торговля зерном
3.	Стоимость услуг Прибыль	Планирование работ элеватора, МЗ Торговля зерном Закупка зерна
4.	Рентабельность	Торговля зерном Закупка зерна
5.	Распродажа остатков	Торговля зерном
6.	Стабилизация качества смесей	Расчет рецептов ПС Планирование рецептов ПС на период
7.	Улучшение качества смесей	Расчет рецептов ПС Расчет рецептов КК

Таблица 2

Банк моделей зерновой компании – ограничения

№ пп	Содержание	Бизнес – процессы (задачи)
1.	Требования к качеству зерна	Закупка зерна Торговля зерном Планирование рецептов ПС и комбикормов (КК) Расчет рецептов ПС Расчет рецептов КК Планирование работы элеватора
2.	Обеспечение расчетных выходов не ниже базисных (эталона)	Закупка зерна для мельзавода (МЗ) Расчет рецептов ПС
3.	Обеспечение плана по выпуску продукции, продажам, услугам в объеме и ассортименте	Закупка зерна Расчет рецептов ПС Расчет рецептов КК Планирование рецептов ПС и КК Планирование работы элеватора и МЗ Торговля зерном
4.	Сумма частей не больше целого (по массе)	Планирование рецептов ПС и КК Торговля зерном Закупка зерна
5.	Нормы ввода ценного сырья	Планирование рецептов ПС и КК Закупка сырья
6.	Нижний предел маржинальной прибыли	Торговля зерном
7.	Число компонентов (отпускных силосов, дозаторов)	Расчет рецептов ПС
8.	Использование сырья планируемого поступления	Планирование рецептов ПС и КК
9.	Объем сделки кратен вместимости вагона для различных культур	Торговля зерном Закупка сырья (завоз вагонами)

нормативной информацией (классификаторами) для идентификации параметров (реже структуры модели) управления. В общем виде бизнес-процессы для задач планирования производства зерновой компании представлены в виде сильных и слабых критериев (табл.1 и табл.2).

Таким образом, мониторинг бизнес-процессов в зерновой компании поможет определить взаимосвязь последовательность операций по управлению системой функционирования зерновой компании в соответствии со спецификой ее производственных бизнес-процессов, целями и бизнес-стратегией компании.

Источники

1. Репин В.В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация – М.: РИА «Стандарты и качество», 2012. – 240 с.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В БИЗНЕСЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Ключевые слова: управление, доход, ИП, прибыль, учет, расходы, бизнес, качество, цена

Финансы индивидуальных предпринимателей (ИП) – это особое звено финансовой системы, связанное с формированием и использованием финансовых ресурсов граждан с целью обеспечения их предпринимательской деятельности [2].

Цель любой предпринимательской деятельности – извлечение прибыли. Совокупность прибыли и процентов, получаемых при ее использовании, образует финансы ИП [1]. Прибыль – разница между полученным доходом и затратами ИП, полученными в процессе получения данного дохода.

Доходы ИП

В законодательстве сказано, что доход ИП включает в себя все денежные средства, получаемые предпринимателем в процессе деятельности:

Прибыль, получаемая при реализации услуг, товаров, работ.

Доход при реализации имущества, ценных бумаг, собственных активов.

Внереализационные доходы.

Доходы должны быть отражены в бухгалтерской документации и в налоговой отчетности. Правильный учет доходов также необходим при оценке возможности использовать упрощенную систему налогообложения УСН [2].

Прибыль ИП

При организации предпринимательской деятельности важно правильно рассчитать прибыль, т.к. это главный критерий, отражающий ее эффективность, делать это следует ещё до направления инвестиций в проект, на этапе составления бизнес-плана [2].

Другой важный вопрос – распределение прибыли ИП. Важно точно знать, какую часть прибыли необходимо направить в развитие бизнеса, какую – желательно, а какую можно вывести из оборота и потратить на собственные нужды. Недофинансирование, как, впрочем, и неэффективные вложения – нередкая проблема, поэтому подходить к распределению прибыли стоит очень взвешенно [1].

Оптимально большую часть прибыли вкладывать в свой бизнес, образовывая новые активы, которые обернутся при умелом управлении большей прибылью в будущем.

Учет доходов и расходов ИП

По законодательству каждый предприниматель должен вести учет своих доходов и расходов, своевременно отображая эту информацию в отчетах. Это необходимо для правильного начисления налогов, для возможности применения УСН при условии сохранения максимального оборота ИП. Но для предпринимателя

данные показатели тоже чрезвычайно важны. Проанализировав отчет, можно представить реальную картину положения дел в бизнесе. Профессионалы так же рекомендуют каждый год проводить анализ финансового состояния ИП [1]. В результате выявляются те сферы бизнеса, которые нуждаются в оперативном вмешательстве

Деятельность ИП основана на частной собственности и чаще всего носит характер малого бизнеса. В этом качестве индивидуальное предпринимательство способствует демонаполизации экономики, усиливает конкурентные начала. Оно делает экономику более гибкой, способной к быстрой саморегуляции без госбюджетных инъекций [1].

Однако к индивидуальному предпринимательству трудно привлечь большие капиталы вследствие более низкой кредитоспособности по сравнению с коллективными формами предпринимательской деятельности. Поскольку индивидуальный бизнес держится на предпринимательстве одного человека, он прибылен, пока бизнесмен активен, и время жизнедеятельности такого предприятия неопределенно, поэтому кредиторы не всегда охотно идут на долгосрочные финансовые сделки с индивидуальным предпринимателем [2].

Индивидуальное предпринимательство отличается высоким уровнем риска и недостатком специализированного менеджмента. Обычно предприниматель является собственником и выполняет все функции по управлению предприятием (производство, снабжение, сбыт, финансы), что требует универсальных знаний по многим областям производства.

Особенности финансирования ИП

Отсутствие финансовых средств и невозможность привлечь к управлению специалистов-менеджеров приводит к принятию неоптимальных решений.

Индивидуальное предпринимательство требует более существенной и реальной финансовой поддержки со стороны государства [2].

Для функционирования индивидуального предпринимательства государство принимает определенные усилия для их поддержки. Но это достоинство не бесспорно, т.к. для конечного потребителя (покупателя) это принципиально не влияет на качество и цену.

Если предприниматели создают свой коллективный собственный капитал для поддержки предпринимательства, то это было бы эффективнее.

Источники:

1. <http://my-fin.ru/help/stati/finansy-individualnogo-predprinimatelya>
2. <http://www.bibliotekar.ru/biznes-41/4.htm>

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: управление финансами, малый бизнес

Малый бизнес (далее – МБ) призван стать важнейшим фактором ускорения социально-экономического развития страны, поскольку именно в малом предпринимательстве сокрыт неисчерпаемый запас идей, накоплен человеческий потенциал [1], которые позволят внести определенный вклад в рост благосостояния населения страны. Как правило, небольшие предприятия более смело идут на риск, применяя неиспытанные инновации. Таким образом, именно такие предприятия вносят свежую струю в экономику, обновляя всю ситуацию на рынке [2].

Главным преимуществом МБ в условиях современного рынка является намного более гибкая, чем у крупных предприятий, реакция на быстро меняющийся спрос: умение «уловить» возникающую потребность и отреагировать немедленной мобилизацией своих ресурсов и возможностей. Они обладают сравнительно небольшим потенциалом финансовых ресурсов, но зачастую вполне достаточным для осуществления своих целей. МБ сталкиваются с актуальными для них вопросами управления финансами: привлечение капитала, распределение финансовых ресурсов, контроль их использования, учет и планирование финансов и т. д. Все эти проблемы руководителям малого бизнеса приходится решать с учетом размеров бизнеса и его ограниченных возможностей.

Система финансов предприятий малого бизнеса имеет ряд особенностей и нюансов организации деятельности. Прежде всего, это гибкость и быстрота реагирования – предприятие может своевременно отреагировать на последние тенденции и перепрофилироваться при необходимости. Экономичность МБ – обычно свое дело не требует огромных вложений, требуется сравнительно небольшой стартовый капитал, а оборачиваемость денежных средств происходит значительно быстрее, чем на крупных предприятиях. Узкая специализация – наиболее выгодна с экономической точки зрения для малого бизнеса, поскольку именно работа в собственной нише оказывается наиболее стабильной и прибыльной, в которой также заинтересован и большой бизнес. Заинтересованность руководителя и его личное участие в делах фирмы, простота организационной структуры – то, что является важной особенностью организации малого бизнеса. Ещё одна особенность именно управления финансами – небольшой начальный капитал, которым нужно грамотно распорядиться, и личные финансы руководителя. Также имеются особенности налогообложения – возможно использование упрощенной системы налогообложения и ведения бухгалтерского учета [3].

Процесс управления финансами на предприятиях малого бизнеса включает: анализ финансового состояния, планирование, учет, подготовку управленческой и финансовой отчетности, а также контроль. На каждом этапе имеются свои особен-

ности, обусловленные спецификой самого малого бизнеса. Финансовому менеджеру необходимо быть осмотрительным, так как финансовая устойчивость малого предприятия не стабильна, малое предприятие может быть подвергнуто агрессивному нападению со стороны конкурентов и компаний-поглотителей, а руководители малого бизнеса не всегда осознают опасность, окружающую финансы малого предприятия. Особенности формирования и реализации финансовой стратегии малых предприятий связаны с организационно-правовыми и экономическими отличиями данной формы бизнеса, а также с положительными и негативными аспектами их функционирования. Законодательное ограничение численности работников малых субъектов хозяйствования оказывает существенное влияние на их производственную, ассортиментную, маркетинговую, ценовую, инвестиционную, налоговую и дивидендную политики. В отличие от малого, крупному предприятию систему управления финансами нужно иметь обязательно. Как правило, в систему входит два значимых подразделения. Первое – планово-аналитическое. Второе – контрольно-учётное. В обязанности первого входит прогнозирование и планирование финансовых каналов для предприятия. Второе ведёт учёт, контроль финансов и координацию всех заинтересованных лиц, обеспечивающих работу предприятиях [4].

Постановка и организация финансового менеджмента на предприятиях малого бизнеса, так же как и на крупных предприятиях, сложна и трудоёмка.

Основной задачей финансового менеджера (финансового директора) малого предприятия является формирование, распределение и использование денежных фондов с целью эффективного производства и сбыта, а также осуществления простого и расширенного воспроизводства.

Источники:

1. Окулич-Казарин В.П. О развитии дополнительного образования. – Дополнительное образование. 2004., №8. – С. 16.
2. Бухгалтерский и налоговый учет на малом предприятии: учебное пособие / Д.А. Ендовицкий, Р.Р. Рахматулина; под ред. Д.А. Ендовицкого. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 256 с.
3. Бизнес журнал BePrime: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://beprime.ru/upravlenie-finansami-predpriyatiya/>
4. Особенности организации финансов малого бизнеса: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finsovet.org/osobennosti-organizacii-finansov-malogo-biznesa.html>

Холодковская Н.С.старший преподаватель кафедры менеджмента
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал) «РГЭУ (РИНХ)»**Дробот А.Р.**студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал) «РГЭУ (РИНХ)»**Рагимов С.Б.**студент 4 курса кафедры менеджмента
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал) «РГЭУ (РИНХ)»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ «ПОРТФОЛИО» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ – МЕНЕДЖЕРОВ

Ключевые слова: портфолио, технология, менеджер, компетенция

В настоящее время в системе высшего образования наиболее приоритетными формами организации учебного процесса являются инновационные образовательные технологии, которые направлены на овладение студентами-менеджерами управленческими компетенциями. Образовательная технология развития одной из компетенций менеджера «способность к восприятию информации» (ОК-5) описана в работе [1].

В нашей работе описана образовательная технология «Портфолио», внедрение которой в учебный процесс помогает создать условия для формирования других общекультурных и профессиональных компетенций.

Работа с портфолио проводится в несколько этапов. На 1-м студенты знакомятся с целью, содержанием, продолжительностью работы с портфолио и планируют свою работу над ним. Начинать работу над этим трудным и ответственным этапом надо непосредственно с первых дней обучения студента в вузе, так как именно первый этап определяет в дальнейшем всю учебную деятельность студентов. Оформление портфолио включает в себя обязательные элементы: титульный лист, содержание, сопроводительное письмо автора с кратким описанием портфолио, определением цели и предназначения, разделы портфолио (портрет, успехи, активность, планируемые результаты, достижения). Для получения суммарной оценки учебных достижений в раздел «Планируемые результаты» включим весь перечень профессиональных компетенций, которыми должен обладать студент при выпуске. Например, у студента, обучающегося по направлению подготовки «Менеджмент», в разделе «Планируемые результаты», прежде всего, должны быть обозначены 50 профессиональных компетенций.

Второй этап заключается в непосредственной работе над портфолио. Это период индивидуального поиска, сбора и систематизации материала, который будет включен в соответствующие рубрики. Эта работа осуществляется на протяжении всех

лет обучения как в специально отведенное на учебных занятиях время, так и самостоятельно во внеурочное время. Результатом этой работы должно стать информативное наполнение каждого из указанного на первом этапе раздела. Например, в наполнение профессиональной компетенции – владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций, указанной в разделе «Планируемые результаты», войдут творческие работы и ответы на вопросы из курсов «Стратегический менеджмент», «Логистика», «Управленческие решения», «Производственный менеджмент», примеры решения производственных задач методом линейного программирования, симплекс-методом, об определении оптимального объема производства.

На третьем, заключительном этапе студенты осуществляют рефлексию собственной деятельности, работая над самооценкой портфолио. Здесь особого внимания требует механизм оценки полноты портфолио. В силу того, что работа по наполнению портфолио велась в течение всего периода обучения, портфолио оценивается по владению информацией, накопленной по каждой из указанной ранее профессиональной компетенции. Итоги работы с портфолио должны подводиться на специальных занятиях «портфолио-конференциях», число которых должно быть не менее трех. В ходе таких занятий студенты будут делиться опытом, попутно наполняя недостающей информацией разделы своих портфолио, овладевая при этом профессиональными компетенциями.

Заключение:

В процессе работы над созданием портфолио студенты самостоятельно конструируют его структуру и содержание, создавая условия для постепенного формирования профессиональных компетенций. Кроме того, технология «Портфолио» поддерживает высокую учебную мотивацию; формирует умение учиться – ставить цели, планировать и организовывать собственную учебную деятельность; поощряет активность и самостоятельность, расширяет возможности обучения и самообучения; развивает навыки рефлексивной и оценочной деятельности, определяет количественные и качественные индивидуальные достижения.

Портфолио позволяет обеспечить преемственность разных этапов процесса профессиональной подготовки и профессионального развития, помогает планировать, отслеживать и корректировать образовательную и карьерную траекторию учащегося и молодого профессионала, а затем становится доказательством роста его профессиональной квалификации.

Таким образом, в процессе учебной работы, организованной с использованием портфолио, создаются условия, позволяющие наиболее полно сформировать компетенции студента-менеджера.

Источники

1. Устройство для формирования навыков вертикального движения глаз при чтении текстов. Слостенин В.А, Окулич-Казарин В.П., Савельев Б.А. Патент на изобретение RUS 2182728 06.07.2001.

Воронина М.С.

студент 3 курса факультета экономики
Южно-Российский институт управления
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
(г.Ростов-на-Дону)

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Ключевые слова: управление персоналом, мотивация, потребности, лояльность.

В любой организации квалифицированные кадры играют важнейшую роль в работе современного предприятия, являясь одним из его главных производственных активов, а для отдельных сфер бизнеса – практически единственным. В связи с постоянным укрупнением, расширением современного рынка, производства и торговли, регулярным появлением все новых и новых фирм спрос на персонал ежегодно увеличивается. Появляются новые требования к управлению персоналом.

Ключевым и самым сложным процессом в управлении любой организацией является именно управление персоналом, HR-менеджмент. Эффективное руководство кадрами – это, в первую очередь, правильная, четко выстроенная система использования кадровых ресурсов компании.

Основная проблема, с которой сталкиваются HR-менеджеры, специалисты по работе с персоналом – это большая трудоемкость управления, огромное количество задач, функций, процессов, которыми необходимо оперативно и качественно управлять.

В рамках статьи предлагается рассмотреть такой фактор как мотивация.

Мотивация – это побуждение к действию; динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.¹

На современном этапе развития экономики становится очевидным, что ни одна система управления не сможет успешно функционировать, если не будет включать в себя эффективную систему мотивации и стимулирования труда, побуждающую каждого конкретного сотрудника работать производительно и качественно для достижения конкретно поставленной цели.

Качество обслуживания в организациях зависит от умения персонала:

- распознать и оценить требования каждого клиента к заказываемому обслуживанию;
- оценить восприятие каждым клиентом предоставляемого ему обслуживания;
- оперативно корректировать, по необходимости, процесс обслуживания, добиваясь удовлетворенности каждого клиента предоставляемым обслуживанием.

¹ <http://dic.academic.ru/>

В связи с нестабильной финансовой ситуацией в стране, многие организации стали уделять внимание материальному неденежному и нематериальному стимулированию. Самые распространенные социальные пакеты: оплата питания сотрудников; обучение сотрудников (бесплатные семинары, которые организует руководство компании для свои сотрудников; курсы повышения квалификации; обучение за границей); улучшенные условия труда (гибкий график, стабильная система отпусков, улучшение рабочей зоны для персонала).

Помимо социальных выплат, в современных организациях очень актуальным становится нематериальное стимулирование. Это всевозможные поощрительные сертификаты, и присуждение званий отличившимся менеджерам и вручение памятных ценных подарков. Важным принципом стимулирования является уважение, доверие, искреннее отношение к ним руководства. Признание со стороны руководства и коллег повышает удовлетворение каждого сотрудника в отдельности от хорошо выполненной работы, от пребывания на фирме, от контактов с ними тех, кто их окружает в повседневной деловой обстановке. Это позволяет влиять на положительный имидж фирмы, на повышение её конкурентоспособности на рынке, на привлечение дополнительных клиентов, на достижение целей фирмы, повышение её прибыльности. Также немаловажную роль играет публичная похвала, комплимент, позитивный отклик на работу подчиненного.

Подводя итоги, можно выдвинуть несколько рекомендаций по совершенствованию системы мотивации в современной организации. Необходимо проведение мероприятий по улучшению мотивационной политики персонала в фирме, повышения комфортности на рабочих местах, укрепления корпоративности. Для улучшения психологического климата, повышения сплоченности коллектива необходимо разработать и внедрить корпоративную политику фирмы, которая поможет сплотить коллектив, погасить накаленную психологическую атмосферу, повысить лояльность сотрудников к фирме и послужит дополнительным стимулом к качественной работе. Необходимо проводить мероприятия, направленные на улучшение социально-психологического климата в коллективе.

Таким образом, в настоящее время для квалифицированной работы в организациях, помимо технологической подготовки, знаний в области выполняемых функций работником, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения. Все большее значение приобретают личностные качества работника, его интуиция, опыт, способность и умение оценивать ситуацию с разных сторон, в том числе и с точки зрения своих клиентов, возможность творчески и новаторски подойти к решению возникающих проблем.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОФИЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ УЧАЩИХСЯ НА СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «МЕНЕДЖМЕНТ»

Ключевые слова: профильная ориентация, менеджмент

Настоящее исследование опирается на теоретические и методические разработки А.А. Пинского и С.Н. Чистяковой.

В содержание профильной ориентации входят:

- предварительная диагностика образовательных запросов школьников, их интересов, склонностей, основных мотивов предстоящего выбора [1];

- обучение способам принятия решений о выборе индивидуального маршрута образовательной деятельности;

- психолого-педагогическая диагностика и самодиагностика предрасположенности учащихся к определенным видам деятельности в условиях профильного обучения (модель менеджера описана в [2]);

- эвристические «пробы выбора профиля обучения», прогнозирующие соответствие личностных интересов требованиям управленческого профиля;

- построение «схем альтернативного выбора», ранжирование и соотнесение аргументов «за и против» решения о выборе профиля;

- самодиагностика своих достижений при создании «портфолио».

Остановимся более подробно на каждом компоненте профильной ориентации на специальность «менеджмент».

Предварительная диагностика образовательных запросов школьников и презентация «образовательной карты» территории относятся к пропедевтическому этапу профильной ориентации. Реализовать пропедевтический этап можно с помощью методики «Психологическое сочинение», которое проводится в несколько этапов: 1) проективное задание «Историческая личность» – выбор учащимся реальной и мифической личности, с которой испытуемый хотел бы встретиться, обоснование этого выбора и цели встречи; 2) проективное задание «Ранжирование» – учащимся предлагается проранжировать ряд из десяти исторических личностей по двум основаниям: значимости для человеческой цивилизации и успешности в карьере, кроме того, учащимся предлагается добавить в список одного исторического деятеля самостоятельно; 3) написание сочинения, объединяющего ответы на вопросы экспериментаторов, характеризующих способы мышления, мотивы, направленность и качества личности, необходимые для успешного выбора профиля, обучения на нем и последующего социально-профессионального самоопределения.

На основном этапе профильной ориентации предусматривается: 1) обучение способам принятия решений о выборе индивидуального маршрута образовательной деятельности; 2) психолого-педагогическая диагностика и самодиагностика предрас-

положенности учащихся к управленческим видам деятельности в условиях профильного обучения.

Для решения первой задачи необходимо моделирование видов образовательной деятельности и выбор индивидуального маршрута. Вторую задачу можно решить, используя различные анкеты и методики выявления готовности старшеклассников к выбору профиля обучения, например, такие как «Профессиональные пробы». На завершающем этапе профильной ориентации: 1) реализуются «пробы выбора профиля обучения», прогнозирующие соответствие личностных интересов требованиям управленческого профиля; 2) используются «матрицы» и «схемы альтернативного выбора», позволяющие ранжировать и соотносить аргументы «за и против» совершаемого выбора профиля; 3) проводится самодиагностика своих достижений при создании «портфолио». На заключительном этапе может быть использована методика «Можете ли Вы добиться успеха?», которая предназначена для того, чтобы учащийся мог оценить, насколько успешен типичный для него тип поведения, помогает ли он ему добиться успеха в системе управления. Обработка результатов методики проста и осуществляется самим учащимся.

Результатом прохождения профильной ориентации являются резюмирующий дневник (или карта профиля) и дифференцированность массива учащихся, который, согласно С.Н. Чистяковой, может быть проведен по следующим признакам: 1) готовность к формулированию запроса к образовательному учреждению; 2) наличие намерений связать профильное обучение с дальнейшей образовательной и профессиональной деятельностью; 3) обладающие необходимым уровнем сформированности общеобразовательных способностей универсального характера, востребованных в профильном обучении и послешкольном образовании. В соответствии с данными признаками в каждой группе учащихся профильная ориентация осуществляется дифференцировано и индивидуально.

При завершении профильной ориентации выпускников основной школы на специальность «менеджмент» желательно учитывать академические достижения и портфолио учащихся.

Источники

1. Даутова О.Б. Самоопределение личности школьника в профильном обучении: «Учебно-методическое пособие»/ Под ред. А.П. Тряпицыной. – СПб.: КАРО, 2006.
2. Психолого-педагогические условия управленческой подготовки специалистов. Окулич-Казарин В.П. Диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Москва, 2003.

