

времени. Немецкая терминология более точно описывает таймшер: «Teilzeitwohnrecht», что означает «право проживания на долю времени».

Сущность таймшера заключается в приобретении по контракту права использования недвижимости в режиме разделенного времени. Другими словами, таймшер – это совместное владение недвижимостью в туристском бизнесе с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени пропорционально денежному взносу. Под недвижимой собственностью в контракте таймшера подразумевается любое здание (или часть здания), используемое в качестве жилья. Приобретение права владения связано с куплей-продажей членства в клубе, которое, в свою очередь, гарантирует предоставление определённого набора услуг.

Организационный механизм таймшера предполагает обмен отдыхом между совладельцами курортных отелей клубного типа. Время пользования совместной собственностью измеряется в неделях, которые группируют по сезонам. Права на отдых можно приобрести на несколько лет, предусмотрена возможность обмена и наследования. Система обмена осуществляется в глобальном масштабе. Права обмена предусматривают возможность накопления времени отдыха: если в текущем году собственник не использует «свой» интервал, он может воспользоваться им в следующем году.

Взаимодействие на основе франшизных отношений – это ещё один вид организационных связей, позволяющий клонировать готовые успешные модели ведения бизнеса. Помимо тщательно проработанных и апробированных связей, процессов и операционных стандартов, предоставляется эффективная система контроля и учёта, а также поддержки бизнеса, например, помощь в получении кредита, обучение персонала, совместное проведение маркетинговых программ. При этом сохраняется самостоятельность субъекта предпринимательства.

Франшизные взаимоотношения подразумевают несколько вариантов взаимодействия: владелец продает собственность (например, гостиницу) и тут же берет ее в аренду и управление; владелец покупает франшизу, и сам управляет своей собственностью; владелец покупает франшизу и сдаёт собственность в управление франшизной компании (в этом случае франшизное соглашение дополняется контрактом на управление). Франшизный договор, как правило, включает: квалификационные критерии (опыт собственника и управляющего в области коммерческой недвижимости, оценку портфолио недвижимости франшизополучателя, объём его капитала, статус земельного участка); размер паушного взноса (плата за вход), который в гостиничной индустрии, например, может составлять 25000-75000 € с отеля или 250-300 € за один номер; роялти – фиксированный процент от дохода

(например, 4% доходов номерного фонда гостиницы); расходы на централизованную рекламу цепи (1-3% валового дохода); плату за систему дистрибуции (например, централизованное бронирование в сети Marriott обходится франшизополучателям в 1% с доходов номерного фонда); плату за использование фирменного логотипа, торговой марки (например, на посуде, постельном белье, предметах индивидуального пользования, рекламных и раздаточных материалах).

Приобретение франшизных отношений не требует много времени, обычно процесс занимает два – три дня. Покупка франшизы гарантирует быстрый старт в бизнесе, узнаваемость и доверие, сокращение срока возврата инвестиционного капитала.

Франшиза – это продажа бизнес-модели, подразумевающая совместное владение нематериальными активами: торговым знаком, брендом (уникальным стилем и имиджем, ассоциативным рядом потребителя), ноу-хау, историчностью. Организационная сущность брендинга в данном контексте определяет координирующий признак репутации.

Таким образом, организационная модель сотрудничества приобретает всё новые элементы, однако, говорить о законченности модели не приходится. Интегративная сущность концепции сотрудничества включает: ресурсы, уровни и формы интеграции, цели, организационные связи и координирующие механизмы. Рекомбинационный потенциал логистического менеджмента позволяет создавать уникальные форматы в индустрии туризма на основе организационного проектирования. Дальнейшее развитие модели сотрудничества представляется чрезвычайно интересным делом.

Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Сологубова Г.С. Организационные механизмы хозяйственной деятельности в туризме: монография. – СПб.: СПбГИЭУ, 2010.
3. Jay Heizer, Barry Render Operation managements / Ninth edition, Pearson Education. – 2009.
4. James P. Clements, Jack Gido Effective project management / South – Western. – 2009.
5. Jonatan Sutherland, Diane Canwell Key concepts in operations management, Palgrave key concepts, macmillan. – 2004.
6. Linda Holbeche The high performance organization / Elsevier. – 2005.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТЕОРЕТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Шведова М.Ф., Новиков Д.П.

*Тюменская государственная академия мировой
экономики, управления и права, Тюмень,
e-mail: Shvedova63@yandex.ru,*

С точки зрения управления предприятием современный руководитель должен, прежде всего, обладать профессиональной компетен-

цией в целом перечне сфер деятельности, сфер (блоков) знаний, позволяющих руководителю создавать благоприятный социально-психологический климат в коллективе. Понятие «компетентность» по современному экономическому словарю определяется как знания, опыт в определенной области науки, деятельности, жизни. Профессиональная же компетенция – это способность отдельной личности или общественного органа правильно оценить сложившуюся ситуацию и принять в связи с этим соответствующее решение, направленное в свою очередь на реализацию основных управленческих функций [3, с. 244]. Данная деятельность осуществляется в виде взаимодействия двух основных элементов системы социального управления:

- во-первых, субъекта управления, принимающего управленческие решения;
- во-вторых, объекта управления, то есть индивиды, на которых направлено управленческое воздействие субъектов управления.

В качестве субъекта управленческой деятельности могут выступать как отдельные личности, так и социальные институты, организации (в том числе общественные), производственные коллективы. В данном случае, когда речь идет о малом бизнесе в качестве субъекта выступает руководитель предприятия. Управленческие функции руководителя предполагают реализацию целей, обеспечивающих стабильное функционирование предприятия. Данные цели реализуются в отношении следующих сфер организации: социальная сфера, производство, финансы и т.д. В свою очередь каждая сфера жизни организации, как и любая система, имеет свою подсистему деятельности, оказывающую влияние на эффективность функционирования всей системы. Представители различных школ менеджмента по-разному подходят к выделению данных подсистем. Так представители школы «человеческих отношений»: Е. Арноф, Р. Лайкерт, Д. Домма, Р. Черчмен, Ч. Бернард, Г. Саймон, Д. Мак-Грегор, А. Маслоу, Г. Мюнстерберг и др. [1, с.20] – выделяют формальную и неформальную подсистемы. Представители традиционной школы: Ф.У. Тейлор, Х. Эмерсон, Г. Гант, Г. Форд, С. Томпсон, Л. Гьюлик, Л. Урвик, Дж. Муни и др. [1, с. 21] – определяют данные подсистемы в соответствии с уровнями управления. В рамках изучения управленческой деятельности руководителя отдельного подразделения на предприятии наиболее близка позиция представителей социальных систем, выделяющих три подсистемы: технологическую, формальную и неформальную.

Первыми функции управления описали представители классической школы менеджмента, а именно ее основоположник А. Файоль. Заслуга Файоля состоит в том, что он разделил все функции управления на общие, относящиеся к любой сфере деятельности, и специфические,

относящиеся непосредственно к управлению промышленным предприятием.

Предложенный А. Файолем список функций управления дополнил профессор колумбийского университета Л. Гьюлик. В имеющийся список были добавлены такие функции, как «укомплектование штатов», «отчетность» и «составление бюджета». Планирование, организация, координация и руководство совпадают со схемой А. Файоля.

На современном этапе в качестве основных функций менеджмента зарубежные исследователи выделяют: планирование, организацию, контроль и руководство. К основным функциям также относят работу с кадрами. Координация же рассматривается как феномен иного порядка, считаемую одной из управленческих функций – деятельностью по координации [5, с. 19].

Управленческая мысль в России не только не отставала, а в ряде случаев и опережала развитие менеджмента на Западе. Так Л.С. Бляхман указывает на следующие основные функции руководителя: целеполагание (определение целей подразделений и средств их достижения), административно-организационная деятельность (формирование управляющих органов, распределение заданий между подчиненными, согласование их действий и контроль исполнения), экспертная (консультация рабочих и специалистов), дисциплинарно-стимулирующая (мотивация, определение поощрений и наказаний, создание условий труда, оптимизация социально-психологического климата коллектива), представительская (связь с внешними организациями и лицами), кадровая политика (развитие способностей и инициативы, подбор и расстановка кадров, формирование и обучение резерва) [2].

Таким образом, анализ различных подходов к определению функций управления позволяет выделить основные из них: планирование, организация, контроль и мотивация. Исследование особенностей применения основных функций управления менеджером (руководителем) малого бизнеса является актуальным, так как раскрывает следующие существенные характеристики.

1. Функция планирования в управлении малым предприятием. Планирование (прогнозирование) заключается в систематическом поиске возможностей действовать и в прогнозировании последствий этих действий в заданных условиях.

Подход менеджмента к планированию может быть осуществлен выбором критериев и задач планирования, определением средств планирования, согласованием планов, направлений и методов. Следует четко определить: объект планирования, субъект планирования, период планирования, средства планирования, методику планирования, согласование планов.

2. Функция организации в управлении малым предприятием. Сущность функции организации В. Лукашевич и Н. Астахова определили как функцию управления, направленную на

обеспечение совместной эффективной работы людей для достижения целей фирмы [4, с. 80]. Необходимость организационной деятельности обусловлена следующими аспектами: для достижения своих целей люди вынуждены объединяться; любая совместная деятельность будет более эффективной, если для каждого члена любого коллектива определено, что он должен делать и за что он несет ответственность; важным является и выбор субъекта контролирующего деятельность.

3. Функция контроля в управлении малым предприятием. Контроль – это процесс обеспечения достижения организации своих целей (критически важная и сложная функция управления). Функция контроля – это такая характеристика управления, которая позволяет выявить проблемы и скорректировать соответственно деятельность организации до того, как эти проблемы перерастут в кризис [5, с. 213].

Сущность процесса контроля состоит в установке стандартов, измерения фактически достигнутых результатов и проведения корректировок в том случае, если достигнутые результаты существенно отличаются от установленных стандартов.

4. Функции мотивации в управлении малым предприятием. В. Лукашевич и Н. Астахова определяют понятие «мотивация» в менеджменте в двух основных смысловых вариантах. Во-первых, интерпретируют как комплекс мотивов, определяющих состояние личности – ее расположенность или нерасположенность к тем или иным действиям, поступкам и оценкам. Во-вторых, под мотивацией понимают и создание системы стимулов, ориентирующих человека на выбор тех видов и форм деятельности, которые необходимы для достижения целей организации. В контексте малого бизнеса, для того, чтобы подключить человека к решению проблемы руководитель должен суметь найти ту мотивацию, которая побудила бы его к действию. И только при соответствующих мотивациях можно вдохновить людей на решение сложных и сверхсложных задач.

Итак, анализ основных функций управления позволяет сделать вывод о том, что управленческая деятельность руководителя малого бизнеса по их реализации опосредована рядом факторов, прежде всего методами, средствами и формами их реализации, а также индивидуальной управленческой концепцией руководителя, являющейся частью процесса управленческого взаимодействия. Эффективность реализации руководителем управленческих функций напрямую отражается на эффективности функционирования всего предприятия.

Список литературы

1. Большаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика / А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2002. – 416 с.

2. Бляхман Л.С. Организация управления социалистическим предприятием. – М.: Высшая школа, 1983. – 89 с.

3. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

4. Лукашевич В.В. Менеджмент / В.В. Лукашевич, Н.И. Астахова. – М.: Юнити, 2007. – 255 с.

5. Кабаченко Т.С. Психология управления: учебное пособие. – М.: Педагогическое общество России, 2005. – 384 с.

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ В ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Шведова М.Ф.

*Тюменская государственная академия мировой
экономики, управления и права, Тюмень,
e-mail: Shvedova63@yandex.ru*

Экономическое поведение как субъектов управления, так и индивидов, на которых направлено управленческое воздействие в организации, во многом опосредовано состоянием экономического сознания, определяемого В.В. Вороновым как «совокупность знаний, идей, чувств, настроений, которые непосредственно отражают экономические отношения и выражают отношение к различным процессам, явлениям экономической направленности в организации» [1, с. 16].

Состояние экономического сознания оказывает существенное влияние на поведение людей и мотивы принятия решений, так как содержит в себе установку к определенному восприятию экономической информации, к выработке определенного отношения к экономическим явлениям, идеям и принципам. При этом состояние экономического сознания – не просто совокупность определенных идей, знаний, переживаний, но такая их совокупность, когда одни из них занимают доминирующее положение в этой совокупности и «окрашивают в свой цвет» его содержание по степени активности, устойчивости, системности, по глубине и типу.

В понятии «экономическое сознание» выделяют следующие основные операциональные доминанты, характеризующиеся определенными показателями и индикаторами их проявления [2, с. 526]:

- отношение к труду – характеризуется развитием субъективных побудителей и практических усилий, направленных на развитие способностей к труду, на самореализацию в труде, удовлетворенность/неудовлетворенность трудом; индикаторами проявления данной доминанты являются мотивы, установки повышения деловой квалификации, инициативность/пассивность работника, факты реального экономического поведения;

- отношение к производству и потреблению – характеризуется субъективным восприятием источника благ, социальной справедливости, форм распределения и потребления благ; индикаторами являются знания, оценки, установки их реализации, стимулы и интересы, ценностные ориентации, типы, формы трудового поведения;