Подкуп. Руководитель предоставляет служащему какие-либо преимущества. Зачастую этот метод срабатывает, но в отношениях между начальником и подчиненным нарушается честность, так как закладывается путь получения большей выгоды при тех же условиях.

Требование. Подход не слишком оригинален, но наиболее эффективен, поскольку проявляется четкая градация между руководителем и служащим, и как следствие, происходит их полное взаимопонимание.

Четкие указания. Преимущества данного подхода заключаются в том, что руководитель требует в ответ на свое указание конкретной реакции и не более того. Часто на практике этот подход вызывает обиду у подчиненных.

Каждый из перечисленных подходов может сработать, и именно поэтому большинство руководителей пользуются ими всеми. Однако опыт показывает, что некоторые руководители преуспевают в работе более других. При анализе работы руководителей выявлено, что для эффективного управления персоналом немаловажны следующие черты:

- уважение к человеку;
- честность и справедливость по отношению к подчиненным;
- готовность сосредоточиться на проблемах и тщательно их проработать.

Навыки и методы воздействия на подчиненных могут быть сильнодействующими и убедительными, но руководителю не следует забывать, что их можно использовать как для достижения конструктивных целей, так и для собственных манипуляций. Во избежание недоразумений целесообразно исключение межличностных отношений из рамок рабочих.

Р. Б. Стрелков

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Одним из новых направлений развития сферы социальных услуг в последние годы стало предоставление платных образовательных услуг. В условиях государственного финансирования сферы образования по остаточному принципу данное нововведение открывает большие возможности повышения уровня образованности в обществе. Высокая социальная значимость – особенность данного вида услуг. В самом деле, в конечном итоге каждый член общества выигрывает оттого, что сограждане получают хорошее образование. Конечно, каждый из нас, принимая решение о повышении уровня обра-

зования, вряд ли задумается о тех выгодах, которые получает общество в целом. Принимая подобное решение, рациональный потребитель образовательных услуг соотносит затраты, связанные с получением хорошего образования, и те выгоды, которые могут быть в результате этого получены. Таким образом, цена образования – это полные затраты потребителя, которые включают и цену, по которой эта услуга приобретается, и совокупность разнородных затрат, связанных с нормальным потреблением приобретенных знаний в течение всего нормативного срока их использования, причем последний различается по фундаментальным и специальным знаниям. Отсутствие достаточного опыта у образовательных учреждений в позиционировании своих услуг на рынке, специфичное для каждого из них соотношение фундаментальных и специальных знаний в системах вузовской и послевузовской подготовки, сложность исчисления затрат обусловливают отсутствие единой общепринятой методики определения цен, что создает сложности и в практике ценообразования. Поэтому процесс формирования цен на образовательные услуги представляет значительный интерес как в теоретическом, так и в практическом плане.

Ориентация только на затраты учреждения, оказывающего образовательные услуги, упрощает процесс формирования цены. Однако при таком подходе в цене не учитывается воздействие факторов, формирующих спрос. Активная роль потребителя, рынка образовательных услуг и отсроченный характер проявления результатов обучения – все это следует учитывать при установлении цен на услуги образования. Поэтому большой интерес представляют предложения ряда авторов для более полного учета в цене различных факторов формировать верхний (с позиции потребителя) и нижний (с позиции производителя) уровни цены. При этом в силу высокой изменчивости спроса на специалистов той или иной профессии на рынке труда, обусловленной НТП, в числе важнейших переменных ценовой функции предлагается учитывать: при расчете верхнего предела цены – период старения знаний, длительность обучения, показатели выигрыша или потерь предприятий (организаций) – потребителей за единицу времени по результатам переподготовки и, соответственно, отвлечения кадров на учебу; при расчете нижнего предела – минимально допустимый уровень рентабельности, средние ставки заработной платы профессорско-преподавательского состава, численность преподавательского и вспомогательного состава, показатель условно-постоянных затрат.

В то же время принятие конкретного решения об уровне цены невозможно без анализа рынка, изучения перспективного спроса, учета доходов населения, что диктует необходимость поиска образовательными учреждени-

ями своей ниши на рынке образовательных услуг и формирования в их структуре соответствующих маркетинговых служб.

И. В. Ухлов

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ФОРМ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ

По нашему мнению, метод функциально-стоимостного анализа может быть использован не только непосредственно в сфере производства высококонкурентной продукции, но и для выбора наиболее рациональных форм взаимодействия предприятия с его поставщиками и потребителями.

Таким образом, в качестве объекта анализа (его выбор осуществляется на подготовительном этапе проведения функционально-стоимостного анализа) выступает организационная система «поставщик → предприятие → потребитель».

Цель анализа – минимизация транспортно-заготовительных затрат при максимальном сохранении высоких потребительских свойств продукции и точном выполнении всех обязательств контрагентами по хозяйственным связям. В процессе конкретизации задач проведения функциально-стоимостного анализа особое внимание должно быть обращено на выбор наиболее экономичных способов транспортировки грузов, обеспечивающих их высокую степень сохранности. Важной задачей является также обоснованное сокращение числа посредников, что позволяет экономить затраты предприятия.

На информационном этапе проведения функциально-стоимостного анализа следует собрать, обработать и тщательно проанализировать разнообразную информацию об исследуемом объекте: определить затраты на погрузочно-разгрузочные работы, доставку грузов на разных видах транспорта, его охрану, хранение на промежуточных пунктах, базах и т.д.

На аналитическом этапе производят уточнение функций элементов организационной системы, оценку значимости каждой их них, расчет затрат на функцию, построение функциально-стоимостной диаграммы. Именно на этом этапе аналитик должен полностью абстрагироваться от реально сложившихся связей в системе принятых ранее организационных решений. Итог этого этапа – выявление главных, основных, вспомогательных и ненужных функций. Очевидно, что приоритетными являются главные и основные функции.