

На основании вышеизложенного, хотелось бы отметить, что изучение потребительского поведения на рынке фармацевтических услуг требует комплексного анализа всех факторов. Особо хотелось бы отметить значимость «социального фактора», так как он влияет на всех субъектов рынка фармацевтических услуг, в особенности: на врачей, фармацевтов и самого потребителя.

И.А. Коннова

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Понятие контроля обычно сводится к целенаправленным действиям, позволяющим убедиться в правильности чего-либо; содержание контроля как функции менеджмента заключается в своевременном обнаружении возникающих в ходе производственно-хозяйственной деятельности объектов управления проблем; задачи контроля – это выполнение функции учета, оценки, анализа и прогнозирования.

Нужно точно определить критерии типологизации контроля: цель, задачи, объект, субъект, масштаб, временной промежуток контроля и т.д., для того, что бы правильно выбрать тип контроля для достижения эффективного и желаемого результата.

Важной составляющей в процессе контроля является – обратная связь. Обратная связь – это данные о полученных результатах. В целом системы обратной связи позволяют субъекту управления выявить множество непредвиденных проблем и скорректировать свои действия во избежание отклонения от намеченной цели.

Установление, измерение (того, что было достигнуто за период), сравнение достигнутого с ожидаемыми результатами, и подготовка необходимых корректирующих действий – вот три основополагающих аспекта контроля.

Если во втором аспекте, при сравнении достигнутого с ожидаемыми результатами, выявлены отклонения, то есть два варианта корректирующих действий, это – стремиться к возврату на плановую траекторию движения или заменить намеченные рубежи на более достижимые.

Также известно, что для воспроизведения успешного контроля существуют следующие принципы: непрерывность (периодичность), осуществление с четко поставленными целями, гибкость, индивидуализированность, экономич-

ность, согласованность с планированием, ориентированность на конкретные результаты, результативность.

Обратимся к понятию контроллинг. Сущностное различие данных терминов заключается в том, что контроль обращен в прошлое, а контроллинг в будущее. Это означает, что задача контроля заключается в том, чтобы зафиксировать существующие отклонения от плана, а задача контроллинга, не допустить этих отклонений.

Контроллинг – это инструмент управления предприятием, который позволяет оперативно получать и обрабатывать информацию, на основе которой принимаются оперативные и стратегические управленческие решения.

Необходимость появления на современных предприятиях такого феномена как контроллинг можно объяснить следующими причинами:

- повышение нестабильности внешней среды;
- смещение акцента с контроля прошлого на анализ будущего;
- реакции на изменения внешней среды;
- повышение гибкости предприятия;
- необходимость в непрерывном отслеживании изменений, происходящих во внешней и внутренней средах предприятия.

Цель контроллинга – организовать процесс управления таким образом, чтобы достигнуть всех целей, которые ставит руководство предприятия. Предметом же контроллинга являются такие элементы, как:

- формирование системы показателей стратегического планирования (определение программы развития предприятия, составление бюджетов);
- разработка системы информационного обеспечения стратегического менеджмента;
- сбор данных из центров отслеживания с помощью отчетов;
- выявление отклонений и факторов отрицательного влияния на развитие предприятия;
- составление отчетов для менеджмента;
- разработка предложений относительно ликвидации «узких» мест.

Факторы производства, показатели эффективности их использования и организации, показатели финансового состояния в соответствии с прогнозируемыми являются объектами контроллинга.

Итак, можно сделать следующие выводы.

1. Чтобы предприятие имело возможность добиться крупных успехов и признания на рынке, необходимо внедрять в практику наиболее передовые,

прогрессивные методы работы. К числу таких инноваций следует отнести практику внедрения контроллинга.

2. Контроллинг, менее популярен, чем контроль в связи со своей неэкономичностью и продолжительностью во времени.

3. Какой бы ни была организация, какая бы организационная культура в ней не присутствовала, какого бы уровня развития коллектив не был, важно знать, что "без контроля начинается хаос и объединить деятельность каких-либо групп становится невозможным"¹.

В подтверждение последнего вывода, приведем несколько доводов необходимости контроля в управлении:

- контроль как средство, побуждающее работников к самому процессу работы и выполнению определенных нормативов;
- контроль, как инструмент для учета сделанных ошибок с целью определения тех действий, которыми эти ошибки были вызваны.
- контроль, как источник, для руководителя, так как дает ему некоторый дополнительный объем информации и тем самым оказывает помощь в управлении.

Последние приведенные доводы обосновывают роль контроля в современном управлении.

Л.С. Лебедева

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГУ

Современный период развития общества обычно характеризуют как эпоха информационного общества. Одной из ее ключевых особенностей является стремительное расширение использования глобальной сети интернет во всех сферах жизни человека, особенно в коммуникациях.

Возрастание роли компьютеризации как средства коммуникации не может не отразиться на специфике речевых актов. Это касается в первую очередь учащейся молодежи, поскольку именно она чаще других групп использует интернет для межличностной неформальной коммуникации. В результате интенсивных коммуникативных процессов возникает новый тип речевой культуры, особый «диалект», понятный только пользователям сети.

Важным последствием интернет-коммуникаций стало возникновение особой устно-письменной формы речи в коммуникационном пространстве

¹ Мескон М., Альбер М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва: Дело, 1997. С. 390.