

1. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001.
2. Маслов В.И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: Учебник. М.: Изд-во «Финпресс», 2004.
3. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003
4. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2001.

Е.А. Бахтиярова, Г.И. Журухин

*Российский государственный профессионально-педагогический
университет*

ПЛАНИРОВАНИЕ-ОСНОВНАЯ ФУНКЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Планирование занимает центральное место в механизме хозяйственного управления как способ достижения цели на основе сбалансированности и последовательности выполнения всех производственных операций и решения социальных задач.

Причем планирование, административное управление и контроль за деятельностью фирмы, предприятия неразрывно связаны. В зарубежной практике они нередко объединяются одним понятием – «менеджмент».

Не поддерживая обанкротившуюся в СССР идею централизации планирования экономического развития во всех сферах экономики и на всех ее уровнях, подавляющее большинство предпринимателей относятся к внутрифирменному планированию, как необходимому условию регулирования успешной деятельности.

Так, по мнению канадского бизнесмена Д.Дойла, «план предпринимательского бизнеса» является основой контракта между предпринимателем и финансистом – вкладчиком. Это общепринятый прием

менеджмента, который используется корпорациями и учреждениями всех размеров для того, чтобы установить цель и пути ее достижения. Он, как правило, составляется на несколько лет – обычно на 5 лет. Совет директоров развивающейся компании полагается на долгосрочный план, как на «дорожную карту».¹ Хороший план, по мнению Дойла, - одно из главных условий успеха любой фирмы. Выходить на рынок со своей продукцией, не имея продуманного и точно рассчитанного плана действий, - гарантия провала фирмы. Поэтому планированием охватываются все стороны хозяйственной деятельности предприятия.

Предположение, что рынок исключает планирование ничем не обосновано. Наоборот, в условиях конкурентной борьбы за потребителей поставщики товарной массы вынуждены тщательно планировать свою деятельность. Несвоевременность поставок продукции или оказания услуг отталкивает потребителей, что грозит разорением нерадивых поставщиков. Рыночный механизм действует более жестко, чем централизованное распределение ресурсов, где большую роль играет субъективный фактор. Об этом убедительно свидетельствует практика пост приватизационной деятельности многих отечественных предприятий.

М. В. Булатова

*Российский государственный профессионально-педагогический
университет*

ВЛИЯНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Правильный (оптимальный) выбор налоговой системы служит залогом успешного решения проблем, стоящих перед страной. Только в стране с

¹ Дойл Д. Как создать предприятие. Таллин, 1991. С.10-11