

- недопущение резкой социальной стратификации в трудовом коллективе;
- признание креативных стилей руководства, учитывающих уникальность каждой личности.

Ориентирование на социальный фактор в производстве позволяет повысить как конкурентоспособность товара, так и конкурентоспособность предприятия в целом.

Список литературы:

1. Мокроносов, А.Г. Экономика отрасли: учебное пособие / А.Г. Мокроносов. Екатеринбург: Урал.гос.техн.ун-та, 2002.
2. Овчинникова Т. И. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе социальной функции. Управление персоналом. М., 2008. № 1. 53с.
3. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 6-е изд. СПб: Питер, 2008.

Е.В. Тюменцева, В.И. Накарякова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

К ВОПРОСУ О ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Сама по себе совокупность задач управления позволяет формулировать общие законы управления, а анализ и обобщение практики управления дает возможность, опираясь на эти законы, конкретизировать содержание управления в рамках науки управления. Управление включает три аспекта: "Кто" управляет "кем"; "Как" осуществляется управление и "как" оно влияет на управляемых; "Чем" осуществляется управление.

В деятельности любого предприятия следует выделить цели и ограничения. Они выполняют следующие основные задачи в управлении: сопоставление существующего состояния с желаемым ("где мы?" и "куда идем?"); руководящие требования к действиям ("что надо сделать?"); критерии принятия решений ("какой путь лучший?"); инструменты контроля ("куда мы в действительности пришли и что из этого следует?").

Важной задачей управления фирмой является определение ее политики деятельности. Это совокупность всех нормативных требований и способов их осуществления (собственно политика фирмы). Нормативные требования к

управлению включают: принципы предпринимательской деятельности; основные цели, объекты, сферы деятельности; требования к ее организации.

Основные принципы предпринимательской деятельности: четкое представление смысла предпринимательской деятельности; отношение менеджеров к участникам предпринимательской деятельности (например, готовность нести ответственность за работников фирмы и перед вкладчиками капитала); отношение к окружающей среде (к партнерам по рынку, общественной и экономической среде); восприимчивость к НТП; готовность к риску.

Реализация всех нормативных требований к отдельным сферам управления определяет структурную политику фирмы и конкретные политики в отдельных сферах деятельности. К структурной политике относят: политику создания фирмы (цели, решения, средства); политику места положения фирмы; политику ее правовой формы; политику отношения собственника к предприятию; кооперационную политику с другими фирмами; политику концентрации и разукрупнения; политику ликвидации фирмы.

Четкая формулировка основных аспектов политики предприятия позволит предприятию более рационально и эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

Список литературы:

1. Мишарин А.С., Клепач А.Н., Белоусов Д.Р. Посткризисное развитие России: модернизация, инновации и социальное государство. Перспективы до 2025 года. Екатеринбург: ОАО «ИПП «Уральский рабочий», 2011. 160 с.

Н. А. Фололева, М. Г. Орлова

Сибирский государственный университет путей сообщения

ИНТЕРАКТИВНЫЙ VTL – МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Инновационный маркетинг - концепция современного маркетинга, из которой следует, что компания должна непрерывно совершенствовать свои продукты, а также формы и методы их продвижения и сбыта. Одним из таких методов является VTL – маркетинг.

VTL обычно фокусируется на прямой коммуникации — часто с использованием списка целевых потребителей (например, посредством прямой почтовой рассылки и e-mail), чтобы максимизировать процент отклика. Потому термин