

Таблица - Использование корпоративных средств связи для решения различных задач

| Задачи<br>Инструменты                         | Поиск информации | Объединение сообщества | Личные задачи | Принятие решения | Командная работа | Создание данных | Открытое общение |
|---|------------------|------------------------|---------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Корпоративная социальная сеть                 | 50%              | 40%                    | 20%           | 50%              | 40%              | 10%             | 60%              |
| Чат   | 20%              | 20%                    | 20%           | 15%              | 30%              | 20%             | 20%              |
| Сайт группы                                   | 20%              | 10%                    | 10%           | 15%              | 10%              | —               | 10%              |
| Офисные утилиты                               | —                | 10%                    | 10%           | —                | 10%              | 35%             | —                |
| Управление документами/<br>файловые хранилища | —                | —                      | 10%           | 20%              | 10%              | 35%             | —                |
| Электронная почта                             | —                | —                      | 30%           | —                | —                | —               | —                |
| Аудио-,<br>видео-конференции                  | 10%              | —                      | —             | —                | —                | —               | 10%              |

### Список использованной литературы

1. *Викинаука*. Коммуникации в организации: понятие, виды, барьеры, проблемы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wikinauka.ru/economika/>
2. *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. Киев: Ваклер, 2012.
3. *Фролов С.С.* Социология организаций. М: Гардарики, 2011.

*И.В. Митясова*, научный руководитель *И.П. Чупина*  
 Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия  
 Mityasovai@inbox.ru

### БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

**Аннотация.** Проблема влияния бизнес-образования на организацию труда является предметом изучения науки и ежедневной практической деятельности специалистов предприятий. В своей основе она несет в себе большие потенциальные возможности повышения эффективности производительности труда с точки зрения экономических и социальных результатов функционирования рабочей силы и технико-технологических средств производства. В настоящее время руководители предприятий признают, что организованный на научной основе труд является

ся ведущим фактором роста его производительности и снижения издержек производства, что является основой обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов рыночной экономики.

**Ключевые слова:** бизнес-образование, управленческая культура, руководитель, экономика, персонал, работодатель, специалист, эффективность труда, обучение, рынок, конкурентоспособность, предприятие, профессия, знания.

Информационные блага являются самым ценным продуктом в текущий период. На современном перенасыщенном рынке товаров и услуг конкурентоспособными являются те предприниматели, организации, и корпорации, которые выделяют необходимость финансирования в повышение квалификации персонала.

Активно изменяющаяся экономика способствует росту требований к возможностям участников рынка. Это создает необходимость поиска различных вспомогательных инструментов для максимизации эффективности труда и адаптации к гибким условиям [1]. Рождение спроса на предложение в сфере бизнес-образования обуславливается мотивацией персонала к росту профессионального уровня путем ужесточения требований работодателя в области квалификации, также это рождает обратную связь: ценный квалифицированный специалист, который эффективно будет выполнять работы имеет свои высокие требования к работодателю. Этот процесс является важным и демонстрирует повышение качество труда и соответственно качество результата.

Так как продажи являются основным бизнес-процессом, спрос на программы, направленные на сбыт, всегда высок, будет актуальным и обучение в сфере управления персоналом. Результат предприятия - это достижения в работе его сотрудников. Цель руководителя выстроить работу подчиненных таким образом, чтобы она была максимально эффективной [2].

Центры бизнес обучения очень гибко формируют содержание под варьирующиеся запросы и создают новые продукты. Достаточно частым является явление появления потребности при не сформированном спросе (явление спящего рынка). Повышается конкуренция в сфере дополнительного образования, ежегодно появляются новые небольшие компании, что оказывает влияние на формирование ценовой политики. В состоянии конкуренции игроки рынка совершенствуют эффективность образования, развивают сервис, формируют инновации. Появление выбора у клиентов о месте прохождения обучения сопровождается увеличением преподавательского состава. Также выходят на новый уровень эксперименты в области дистанционного обучения. Вебинары, компьютерные программы, видеоконференции и индивидуальное обучение направлены на развитие данной системы образовательного процесса [3].

Необходимость кардинального развития компетенций специалистов или создание новых вызывает спрос на создание различных обучающих уникальных проектов, нацеленных на передачу экспертных технологий сотрудникам компании. Данное обучение методически и концептуально совершенно отличается от традиционного долгосрочного обучения. Таким образом прогнозируя будущую тенденцию развития бизнеса, можно сделать вывод, что для устойчивости компании в условиях повышенной конкуренции необходимо сформировать программы карьерного планирования и обучения сотрудников при условиях непрерывного вовлечения в поток обучающих проектов. Работая, люди учатся, учась – работают [4].

В условиях наметившегося в последние годы некоторого подъема экономики вопросы совершенствования управления на разных уровнях (федеральном, региональном, отраслевом, предприятий и организаций) выдвигаются на первый план. Поэтому успех реформ, решение важнейших задач управления разными секторами народного хозяйства, успех предпринимательства связаны с выполнением

поставленных руководством страны ориентиров (повышение производства ВВП в два раза, облегчение условий функционирования крупного бизнеса, развитие среднего и малого бизнеса, борьба с бедностью, интеграция России в мировое сообщество при сохранении государственных интересов и др.). Это обусловлено повышением общей культуры управления и факторов, влияющих на нее [5].

Одним из важнейших факторов повышения управленческой культуры в условиях рыночной экономики является необходимость восприятия новых знаний, определяемых формированием бизнеса, совершенствование бизнес-образования. Следовательно, анализ состояния и роли бизнес-образования,

Под бизнесом понимается финансово-экономическая и любая другая деятельность, направленная на достижение определенных положительных результатов (прибыль). Бизнесом называют коммерческие сделки и другие хозяйственные операции, а также деловую жизнь в целом, коммерческие круги, экономическую работу вообще в отличие от занятий человека в области политики, культуры и т.д. Поэтому для осуществления успешной деятельности в современных условиях получение бизнес-образования необходимо множеству менеджеров, управленцев, специалистов, занятых в различных областях народного хозяйства (промышленность, строительство, транспорт, образование, наука, торговля, различные виды сервиса) [2].

Анализ сложившейся практики обучения, выявление ее сильных и слабых сторон, определение наиболее эффективных форм и методов обучения, взаимосвязи бизнес-образования с хозяйственной практикой выпускников (на различных уровнях управления) и общей культурой управления, информационное обеспечение процесса обучения и другие вопросы являются важными задачами современной науки [5].

Бизнес-образование, т.е. обучение людей знаниям и навыкам, необходимым для работы в коммерческих компаниях, других организациях в условиях конкуренции как на внутреннем, так и внешнем рынке возникло в нашей стране в конце 80-х годов прошлого века. Востребованность бизнес-образования была обусловлена в первую очередь быстро расширяющимся негосударственным сектором экономики. Это породило потребность в специалистах, обладающих иными, чем в прежние времена (в условиях государственного регулирования экономики), «рыночными» знаниями.

В последние годы развитие бизнес-образования проходило в основном в рамках менеджмента, который дифференцировался на ряд специализированных направлений. Стали использоваться некоторые обобщения опыта российского бизнеса [4].

Однако острота проблемной ситуации, выражающаяся в дисгармонии связи бизнес-образования и потребностей практики сохраняется (хотя можно отметить некоторое ее уменьшение). Это проявляется в следующих моментах.

Качественное высшее бизнес-образование доступно далеко не всем (к сожалению, многие вузы остаются на прежнем невысоком в практическом плане уровне). А далеко не каждая компания или частное лицо готово потратить на обучение будущего сотрудника от двух до шести лет, а часто и сумму в несколько тысяч долларов. Обучение за границей также нельзя считать общедоступным, кроме того, оно недостаточно адаптировано к российским условиям. Обладатель диплома MBA в России может успешно работать в представительствах инофирм; в большинстве отечественных компаний его знания начинают сопрягаться с каждодневной реальностью.

Кроме того, существует ряд остро необходимых на рынке профессий, которые требуют не фундаментальных знаний, а добротной практически ориентированной подготовки. Отмеченные выше проблемы подтверждают необходимость анализа сложившейся системы бизнес-образования, то есть актуальность темы. Необходимо отметить, что далеко не весь руководящий состав министерств, корпораций,

предприятий и фирм владеет в той или иной степени рыночными методами принятия решений и управления, хотя от уровня знаний руководителей и предпринимателей в решающей степени зависит успех антикризисных программ.

Поэтому актуальность темы исследования определяется и тем, что она затрагивает ключевые проблемы бизнес-администрирования в России, характеризует особенности и условия бизнес-образования в нашей стране, связана с реальными потребностями тех, кто хочет повысить свою рыночную квалификацию, добиться новых успехов в предпринимательской деятельности. Особую важность это имеет для предпринимателей и руководителей - лиц, принимающих решения (ЛПТР). Это подтверждается и принятием в конце 90-х годов нормативных актов, направленных на подготовку управленческих кадров и также обуславливает

Теоретический аспект актуальности выбранной темы подтверждается тем, что еще мало уделяется внимания разработке вопроса о связи бизнес-образования с общей управленческой культурой.

#### **Список используемой литературы**

1. *Белый Е.М.* Основы социального предпринимательства: учебное пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2019. 178 с.
2. Бизнес-образование [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://edunews.ru/biznes-obrazovanie/> (дата обращения: 15.02.2020).
3. Бизнес-образование за границей [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://vc.ru/learn/17707-mba-abroad> (дата обращения: 15.02.2020).
4. *Боброва О.С.* Настольная книга предпринимателя: практическое пособие. М.: Издательство Юрайт, 2019. 330 с.
5. *Ботанина Р.Н.* Этика деловых отношений: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по эконом. Специальностям. М: Финансы и статистика, 2001. С. 156.

*М.М. Максимова*, научный руководитель *С.Д. Усубалиева*  
Казахский университет международных отношений  
и мировых языков им. Абылай Хана, Алматы, Казахстан  
[musica13@mail.ru](mailto:musica13@mail.ru)

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ**

**Аннотация.** *В данной статье рассмотрены основные тенденции развития индустрии гостеприимства на современном этапе. Представлена индустрия рынка гостиничных услуг и их специфика. Проводится анализ современной ситуации малых гостиничных предприятий Республики Казахстан. Также, в статье рассматриваются проблемы развития рынка наряду с сегодняшним состоянием малой гостиничной индустрии в Республике Казахстан и возможные пути их преодоления.*

**Ключевые слова:** *малые гостиницы, сегмент малых гостиниц, гостиничный бизнес, гостиничный рынок.*

В соответствии с утвержденным Стратегическим планом развития Республики Казахстан до 2020 г. к 2020 г. Казахстан уже будет в числе пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира с благоприятным деловым климатом, позволяющим привлекать значительные иностранные инвестиции в несырьевые секторы экономики страны [1]. Это создаст благоприятные условия для дальнейшего формирования и развития туристской отрасли в Казахстане, в частности, приведет к активизации го-