

- участники рынка: конкуренты, поставщики, клиенты, прочие;
- общая и частная (по определенному проекту) информация.

Следующий этап процесса конкурентной разведки — планирование конкурентной разведки.

Цель отдела конкурентной разведки на данном этапе — планирование своей деятельности с учетом генеральной цели, а также специальных указаний менеджеров высшего звена и подчиненных подразделений. В соответствии с планами и оперативными запросами выбираются конкретные источники информации, из которых можно будет получать интересующие пользователя сведения, формулируется Программа конкурентной разведки, определяется бюджет. Очень важно на этом этапе генерировать новые методы и приемы сбора информации.

Конечно, можно, основываясь на прошлом удачном опыте, создать базу методов и приемов, которые более или менее удовлетворяют запросам специалистов отдела конкурентной разведки, и использовать только их. Но рынок развивается, а вместе с ним и развивается понятие руководителей о необходимости контрразведки. Поэтому, только изобретая новые методы получения необходимой информации, отдел может предоставить своим потребителям ценную и своевременную информацию по их запросу.

Заключительный этап процесса конкурентной разведки - анализ и обработка информации.

Добытые данные должны быть проанализированы и интерпретированы для удовлетворения информационных потребностей пользователей. Этим должны заниматься специалисты-аналитики. Качество анализа зависит от профессионального уровня аналитика и его функциональной области (маркетинг, производство, финансы и др.).

Таким образом, грамотно построенный процесс конкурентной разведки способен организовать «поставку» необходимой информации ее пользователям. Даже при малом бюджете, но грамотной и творческой работе, возможно использование ресурсов компании для достижения поставленных целей.

Мы не отрицаем, что те или иные методы разрозненно применяются при анализе конкурентной среды, но отмечаем, что для большего эффекта необходимо выделения отдельного подразделения или сотрудника для ведения конкурентной разведки.

УДК 316.61:316.344.273.4

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ БЕЗРАБОТНЫХ

И.Е. Мальчёнков

УО «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Беларусь

Безработица представляет собой не только экономическую, но и социальную проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека. Потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и наносит серьезную психологическую травму. Безработица, в особенности вынужденная, - это нечто большее, чем экономическое бедствие, это также и социальная катастрофа.

С целью изучения социально-психологического самочувствия безработных нами было проведено социологическое исследование с использованием анкетного опроса. Опрос проводился среди безработных, состоящих на учёте в Витебском городском центре занятости и в контрольной группе работающих граждан в январе 2006 года. Объём выборки составил 100 человек, в том числе безработные — 50 чел.,

работающие – 50 чел. Социальные характеристики основной группы (безработные) и контрольной (работающие) коррелировались по следующим признакам: пол, возраст, семейное положение, социальный статус.

В ходе исследования были получены следующие результаты.

Общая оценка жизни безработными и работающими. Установлено, что почти по всем индикаторам безработные оценили свою жизнь негативно, в то время как работающие дают позитивную характеристику. Удовлетворены своей жизнью 64% работающих и только 48% безработных, материальным положением соответственно – 40% и 12%, социальным положением – 84% и 42%. Чувствуют себя отвергнутыми, ненужными, забытыми всего 2% работающих, а среди безработных таких 16% (см. табл. 1.3).

Изменения в жизни работающих и безработных. Различия почти всех перемен, которые произошли в жизни у этих двух групп за последние пять лет статистически значимы. Судя по ответам безработных, эти за годы в их жизни происходили в основном негативные изменения. Так, около двух третей безработных потеряли прежний социальный статус, более половины из них ухудшили экономический статус. У значительной части безработных испорчены взаимоотношения с окружающими их людьми. В итоге, ровно две трети безработных считают, что их существование стало хуже. Неудивительно, что почти каждый третий безработный не нашел своего места в сегодняшней жизни. В результате разнообразных неудач у 31% безработных была заниженная самооценка, все больше утрачивается чувство собственного достоинства. В жизни работающих также происходили отрицательные перемены, но они все-таки не так велики как у безработных. Пожалуй, наиболее серьезные негативные изменения наступили у работающих в здоровье (40%). И все же, позитивное отношение к жизни дает свои плоды. За эти годы 40% работающих сумели улучшить свой социальный статус и материальное положение. В результате позитивного мышления и достигнутых за пять лет успехов у 48% работающих повысилось чувство собственного достоинства.

Временная перспектива и временная ориентация на прошлое, настоящее и будущее. У значительной части безработных (38%) временная перспектива сильно укорочена (планируют свою жизнь на срок до одного месяца 38% и до полугода 16%). Относительно продолжителен временной горизонт лишь у 46% безработных. Работающих, способных планировать свое будущее на год и более, почти в 2 раза больше (78%), чем безработных. И напротив, работающих с укороченной или неопределенной временной перспективой меньше, чем безработных с подобной временной перспективой. Отношение ко времени более явно выражено у работающих и безработных в их предпочтениях прошлого, настоящего или будущего. Большинство работающих ориентировано на настоящее и будущее (66% и 26%), тогда как большинство безработных либо ориентировано на прошлое, либо имеют неопределенную ориентацию (20% и 46%). Направленность безработных на прошлое вновь подтверждает наши выводы, сделанные по временной перспективе, т.е. отсутствие у них созидательных планов на будущее в отличие от работающих, мечтающих достичь свои цели.

Аттитюды к прошлому и настоящему. Прежде всего, отметим, что как работающие, так и безработные в целом дают позитивные оценки прошлому. Но существуют и различия. Для работающих прошлое кажется прекрасным, более легким, успешным и значительным, чем это представляется безработным. По остальным признакам их оценки прошлого совпадают. Вместе с тем, по всем суждениям работающие оценивают настоящее выше, чем безработные, для них и настоящее время приятно и безопасно, насыщено событиями и исполнено надеждой, оно интересное, успешное и значительное. Словом, это время людей с позитивным мышлением. Безработные же воспринимают настоящее исключительно как негативный процесс. Оно им кажется неприятным, безнадежным, трудным, скучным, неудачным, бессмысленным и чужим.

Атрибуция личностных качеств окружающим. Тональность взаимоотношений индивида с окружающими его людьми во многом зависит от того, какие качества он приписывает социальной среде. Именно позитивность или негативность межличностных отношений определяет степень корпоративности, созидательности, продуктивности социальных групп и общностей в целом. Опрашиваемым был задан вопрос: «Какие качества, на ваш взгляд, наиболее характерны большинству людей, с которыми вы встречаетесь в повседневной жизни?» Оказалось, что в ответах безработных доминируют негативные оценки. Так 30 % респондентов отмечают «грубость» окружающих их людей; 50% безработных указывают на «равнодушие» в своем окружении; 66% безработных жалуются на «зависть» окружающих. Ещё 40% считают, что люди, с которыми они встречаются – продажные, 34% - чёрствые, 28% - не порядочные, 26% считают окружающих их людей злыми и бессовестными. Лишь половина безработных положительно характеризуют людей из своей социальной среды: «отзывчивость, желание понять, помочь» у окружающих отметили 50% опрошенных; «добросовестность» - указали 52% респондентов. По данным исследования, работающие описывают окружающих их людей в положительных терминах, как удачливых и состоятельных, нравственных и отзывчивых, патриотичных и оптимистичных. Безработные же приписывают своему окружению в большей мере пессимистичность, меньшую удачливость, большую бедность, а также в значительной степени деструктивность (грубость, завистливость, мстительность, злость).

Стратегия совладания с экономическими трудностями. Треть безработных считают, что не могут самостоятельно изменить своё материальное положение, ещё треть считают, что обстоятельства всегда сильнее их, каждый пятый считает, что не надо пытаться изменить жизнь, что всё образуется само собой. Каждый четвёртый безработный (26%) считает, что ему тяжело найти рациональное решение в трудной ситуации. И хотя критически настроенных людей среди безработных достаточно много (28% безработных считают, что во всех обстоятельствах виноваты они сами), каждый пятый безработный склонен винить в своих неприятностях других людей.

Проведенное исследование показало, что безработных отличает внутренний дискомфорт, выражающийся в подавленном настроении, в неудовлетворенности качеством своей жизни, в ощущении себя несчастливым, тогда как для работающих в большой степени характерна внутренняя гармония, бодрость, ощущение счастья, удовлетворенность разными сторонами жизни.

В целом, результаты исследования показывают, что позитивный взгляд на жизнь свидетельствует о жизнеутверждающем, созидательном, располагающим к совместной деятельности диспозициях личности, тогда как негативный взгляд на жизнь характеризует низкий интерес к жизни, слабую волю и мотивацию, иррациональную, непродуктивную и малопривлекательную жизненную стратегию.

УДК 658.14/17

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

В.А. Курч

УО «Витебский государственный технологический университет», г. Витебск, Беларусь

Рост реального сектора экономики, расширение границ финансовой самостоятельности хозяйствующих субъектов и одновременно установление полной ответственности за результаты хозяйствования придали особую значимость рыночным методам регулирования финансовых отношений. Основной целью предпринимательской деятельности организаций стало получение прибыли как