

Секція: Сучасні проблеми бізнес-освіти

Ширяєва Н.Ю., к.т.н., доцент

Одеська державна академія будівництва та архітектури,

м. Одеса, Україна

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ БІЗНЕС-ОСВІТИ

Гносеологія досягнень сучасної науки вказує на її істотний внесок в розвиток господарського комплексу України і викликає глибоку пошану і подяку як ученим, так і фахівцям-практикам, які багаторічною плідною інтелектуальною працею удосконалюють практику управління цінністю продукту, людськими, матеріальними, інформаційними і іншими ресурсами впродовж життєвого циклу проекту/програми, як керованої соціальної або організаційно-технічної системи з ознаками унікальності і обмеженням в часі і орієнтованою на досягнення певного корисного результату для суспільства [1]. Проте має місце проблема управління розвитком такої складної системи взаємодій як «вища освіта - наука - бізнес». Принциповий симптом проблеми: зниження рівня міжгалузевої щільності зв'язків науки, бізнес - виробництва і вищої освіти, яка якісно знижує цінність їх сумісного результату продукту. Це підтверджують проміжні висновки наукових досліджень «Менеджмент-освіта і управління якістю в будівельному комплексі України» як програми «Проблеми розвитку менеджменту і маркетингу будівельного сектора Півдня України» (державний реєстраційний № 0106U000951). Результати досліджень, наприклад, показують, що в будівельних організаціях стабільні проблеми управління маркетингом, а саме: мають місце сигнали недосягнення маркетингових результатів, недостатньо задіяний комунікативний потенціал (від 9 до 32%), аналітичний потенціал (від 15 до

25%), виробничий потенціал (в межах 30%); поведінка будівельних організацій не завжди має клієнторієнтованість. Тому необхідно вибрати такий курс дій, який дозволить на 100% скористатися всіма сприятливими обставинами [2, 3].

У зв'язку з цим для дискусії пропонуються такі питання:

1. Вища освіта. У складних реаліях глобальної економіки керівництво будівельних підприємств проявляє не тільки професійну волю, стратегічне мислення, інтуїцію, логіку, але і ухвалює управлінські рішення, засновані на положеннях науково-прикладних методик, які пропонуються зарубіжними і вітчизняними ученими, а також молодими ученими - магістрами і бакалаврами. В Одеській державній академії будівництва і архітектури серед бакалаврських і магістерських тематик для будівельної галузі проводяться наукові дослідження, наприклад, по таких напрямках як: вдосконалення бізнес-менеджменту за рахунок якісного управління маркетинговою діяльністю, використання методик імпрувменту і кайдзен; активізація кадрової політики по професійному розвитку персоналу; впровадження методів самооцінювання, бенчмаркінгу і інших методів діагностики результативності бізнесу будівельних підприємств.

Як студенти визначають напрями наукових досліджень? По-перше, за наслідками комплексного діагностування внутрішньою і зовнішньою бізнес - середовища будівельних підприємств під час проходження студентом виробничої і переддипломної практик. По-друге, по напрямках науковій діяльності випускаючих кафедр, зокрема, кафедри «Менеджменту і управління проектами» в Одеській державній академії будівництва і архітектури. Результати наукових досліджень студенти публікують в наукових збірках і беруть участь в конференціях з маркетингу, менеджменту і управління проектами, в студентських

наукових конкурсах і чемпіонатах України з менеджменту і маркетингу; презентують їх під час захисту випускних кваліфікаційних робіт.

2. Наука. Глобалізація наукових знань нівелює грані між окремими науками, тому для сучасних науково-дослідних проектів і програм характерною є тісна міждисциплінарність наук. При цьому науковець повинен з високим ступенем відповідальності витримувати принципові правила етики науки, які передбачають істинність результатів наукового пізнання: достовірне обґрунтування наукових досліджень; збагачення свого наукового досвіду не тільки в межах однієї спеціалізації/науки; дистиляція об'ємних масивів наукової інформації так, щоб вона була зрозумілою для фахівців-практиків; логічна несуперечність і узгодженість наукових рекомендацій зі всіма процесами управління проектами/програмами в реальних умовах бізнес - виробництва.

Особливості глобальної економіки стимулюють розвиток науково-практичного інструментарію для якісного управління виробничо-господарської діяльності, орієнтованої на постійне удосконалення здібностей будівельних організацій. При цьому провідне місце займають маркетингові стратегії, які працюють для досягнення максимального результату виробничо-збутового процесу; формування дієздатної клієнт-орієнтованої моделі у виробничій, ціновій, сервісній і збутовій політики будівельної бізнес - організації; відсутність в управлінні компанією «клаптевих» рішень. Без сумніву, наука займає особливе місце в розвитку технологічної політики бізнесу/виробництва. Проте, на суб'єктивну думку автора даних тез, науковий персонал, що працює у вищій освіті, декілька «відірваний» від практики управління будівельним бізнесом/виробництвом, пропонуючи в основному теоретичну мову методичних рекомендацій і підручників. Саме на цьому перетині виникає розбалансування ділових відносин науки і будівельного бізнес -

виробництва, коли наука, м'яко кажучи, ігнорує досягнення практиків, наприклад, по методах когнітивного маркетингу, альтернативного менеджменту, статистичним методам контролю якості, бенчмаркінгових процесів розвитку.

3. **Бізнес/Виробництво.** Відомо, що ефективна система координат бізнес - менеджменту вимагає клієнт-орієнтованості, ресурсозбереження, системного мислення і соціальної відповідальності перед споживачем (замовником, суспільством, конкурентами і іншими зацікавленими учасниками); орієнтація на партнерство з науковим персоналом; розвиток управління знаннями і компетенціями. Авторіві тез приємно відзначити позитивну динаміку розвитку вітчизняних будівельних бізнес-компаній у сфері житлового будівництва, зокрема, будівельних компаній в місті Одеса «Будова», «Кадорр груп», «Мікромегас» і ін. Результат високих темпів виробництва і об'ємів продажів перерахованих компаній підтверджується як державно. статистикою України, так і позитивними відгуками від споживачів. Але, спостерігаються і негативні симптоми. Так, для частини організацій будівельного комплексу України характерною межею є формальний підхід до постійного вдосконалення/розвитку здібностей бізнесу і самої організації, іншими словами дотримання вимог національних і міжнародних стандартів якості обмежується лише розробкою Положення, що формально діє, про систему управління якістю продукції/послуг; а «проривні» проекти, орієнтовані на постійне вдосконалення якості виробничо-господарської діяльності реалізуються в недостатньому ступені.

Таким чином, менеджмент і маркетинг в будівельній бізнес-організації необхідно вживати як ключовий бізнес-процес в системі управління якістю, який не зводиться тільки до підтримки служби продажів. Саме маркетологи повинні узяти на себе функцію координатора

процесу розробки стратегії компанії, у разі відсутності в ній підрозділу стратегічного розвитку; розробки структури бази даних управління знаннями у взаємовідносинах зі споживачем; діловими партнерами та іншими учасниками ринку; планування політик асортиментної, ціноутворення та товароруку; аналізу ефективності усього комплексу здійснених маркетингових комунікацій. Безумовно маркетологу необхідно стати власником і таких бізнес-процесів, як аналіз кон'юнктури ринку будівельної продукції/послуг, здійснення рекламних, директ-маркетингових і PR - акцій, враховуючи створення та просування бренду.

2. З точки зору інтеграції різних сфер виробничо-господарської діяльності будівельної бізнес-організації маркетинг має особливе значення. Проте методичний інструментарій маркетингової діяльності для вітчизняних будівельних організацій не стандартизований, тому основним завданням науковців є подальше проведення наукових досліджень у цьому напрямку та відображення їх результатів у навчально-методичних матеріалах (методичних вказівках щодо виконання курсових досліджень, практичних завдань та інших) для студентів менеджерів та маркетологів.

Література:

1. Ширяєва Н.Ю., Триколіч А. М. Інноваційно-інвестиційний менеджмент будівельних підприємств в Україні / Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології. - матеріали XII міжвузівськ. студ. наук.-метод. конф. - Одеса: 19 травня, 2011 р. - С. 11.-12.
2. Ширяєва Н.Ю. Управління розвитком виробничо-господарської діяльності будівельної організації /Технологічний аудит та резерви виробництва.- 2012. - №4 (26). - С.11-12. «Наукова періодика слов'янських країн в умовах глобалізації». Част. 1, том. Економіка. Охорона праці та екологія.: Матер. міжн.наук.конф., Київ, 2012.- С.11-12.
3. Якість маркетингової діяльності в будівельних проектно-орієнтованих організаціях / Ширяєва Н.Ю. // Управління проектами: стан та перспективи / Матер. XX міжн.наук.-практ.конф. - Миколаїв: 16-19 вересня 2014 р., НУК. - С. 337-340.