

ствий, а для функционирования субъекта малого бизнеса могут оказаться критическими. Поэтому значение SWOT-анализа для деятельности малых предприятий не меньше. Второе заблуждение – практическая ценность результатов невысока из-за быстрых изменений среды. Возражая этому утверждению, отметим, что практическая ценность проведения SWOT-анализа заключается не в получении единственно верного, окончательного и «долгоиграющего» результата, автоматически и навсегда приводящего к успеху, а в ориентации предприятия на требования среды, в понимании необходимости постоянного мониторинга среды, постоянных изменений, проводимых на предприятии для его соответствия изменяющейся ситуации. Это как раз тот случай, когда более важен не результат, а процесс.

Выводы

В статье были рассмотрены история метода SWOT-анализа, его алгоритм, достоинства и ограничения, наиболее распространенные ошибки и заблуждения. В заключение сле-

УДК 65:338.242

Степанюк В.Л.

ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН КАК ОДНО ИЗ МАЛО ВОСТРЕБОВАННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

Введение

Слово МЕРЧЕНДАЙЗИНГ трудно перевести на русский язык компактно. В первых переводных изданиях встречается перевод «магазиностроение». Да, не очень громоздко, но и не близко к функциональной сути мерчендайзинга — очень уж силен архитектурный контекст этого слова.

Определений мерчендайзинга на сегодняшний день достаточно много. Приведем некоторые из них, сформулированные российскими специалистами.

Мерчендайзинг – составная часть маркетинга, деятельность, направленная на обеспечение максимально интенсивного продвижения товара на уровне розничной торговли.

Мерчендайзинг – деятельность производителя, поставщика, или розничного продавца по системному выполнению сбытовых и коммуникационных функций, ведущая к увеличению доходов в торговой точке.

Мерчендайзинг – деятельность производителя, поставщика, или розничного продавца по системному выполнению сбытовых и коммуникационных функций, ведущая к увеличению доходов в торговой точке.

С точки зрения автора статьи, **мерчендайзинг** – это комплекс маркетинговых мероприятий, проводимых в торговых точках, с целью привлечения внимания потенциального покупателя, превращение его в посетителя, затем в покупателя, клиента и, наконец, в приверженца.

Из этого определения следует, что мероприятия мерчендайзинга можно условно разделить на две группы:

- мероприятия, проводимые вне торгового зала;
- мероприятия, проводимые непосредственно в торговом зале.

К первой группе относятся:

- 1) осуществление *ландшафтного дизайна* близлежащей территории;
- 2) внесение изменений (реконструкция, косметический ремонт и др.) в *архитектурный дизайн здания или подъезда*, где размещается точка продажи;
- 3) эффективное использование *POS-средств наружного оформления*, таких как вывески, привлекательные витрины, формирующие имидж, стационарные и переносные POS-материалы (штендеры, тротуарная графика, панель-

дует отметить, что SWOT-анализ как инструмент стратегического анализа незаменим при определении перспектив развития предприятия, но способен эффективно «работать» лишь в умелых руках.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. swot-analisy.ru
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – М.: Гардарики, 1998 – 296 с.
3. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Теория и практика: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
4. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. – 288 с.
5. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 575 с.

Статья поступила в редакцию 19.04.2007

кронштейны, айстоперы и т.д.).

Вторая группа состоит из следующих мероприятий:

- 1) *подбор* такого *ассортимента товаров*, который больше всего отвечает потребностям покупателей, с учетом таких факторов, как доходы целевых групп, существование конкурентов, наличие находящихся поблизости объектов;
 - 2) *определение траектории движения покупателя*, большинству людей комфортнее двигаться по залу против часовой стрелки и им нужно предоставить такую возможность;
 - 3) *создание в торговой точке неповторимой, привлекательной для посетителей атмосферы, воздействующей на все органы чувств* (освещение, цвет, чистота – на зрение, музыка – на слух, запахи – на обоняние, прикосновение – на осязание, дегустации – на вкус);
 - 4) *эффективное размещение в торговом зале секций (отделов), эффективное расположение основных и дополнительных точек продажи, грамотное размещение оборудования, эффективное размещение в них товаров*;
 - 5) *эффективная выкладка товаров на торговом технологическом оборудовании* (горизонтальная, вертикальная, комбинированная, дисплейная);
 - 6) *эффективное использование POS-материалов* (стикеры, мобайлы, постеры, хард-постеры, воблеры и др.);
 - 7) *организация эффективного запаса товаров*;
 - 8) *осуществление акта купли-продажи* как непосредственного контакта продавца и покупателя;
 - 9) *проведение распродаж, предоставление дополнительных услуг, предоставление особых льгот и гарантий клиентам и приверженцам торговой точки*.
- Именно первая группа мероприятий должна, по мнению автора статьи, начинаться с *ландшафтного дизайна* торговой точки или офиса. Именно этот момент является новым и еще невостребованным большинством предприятий.

Природный символ – одно из мероприятий мерчендайзинга

В последние годы ситуация в обществе стремительно меняется. «Бизнес» сменил свой имидж, позволяя себе иномарки последних моделей, регулярные командировки в развитые

Степанюк Валентина Леонтьевна, старший преподаватель кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

страны, чуть-чуть заметнее стала разница в условиях работы. Так же как десяток лет назад был преодолен барьер в общении с иностранными деловыми партнерами, теперь встала проблема освоения основ современного ландшафтного дизайна, который не стоит на месте, но и оказывается гораздо разнообразнее и выразительнее той тривиальной интерпретации «якобы дизайна», которая нередко предлагается многим заказчикам.

Становится престижным иметь свой собственный природный символ (оригинальную композицию из растительности, водное устройство нестандартного дизайна и т.д.), привлекающей внимание людей и запоминаемой ими в качестве некой достопримечательности. Новые подходы к интерпретации ландшафтного дизайна позволяют перейти к формированию знаков природы в структуре архитектурных объектов, превратив их в часть корпоративного стиля и зачастую используя в этих целях фирменную символику, переложенную на природный язык.

Уже правилом хорошего тона является аккуратно подстриженная лужайка, цветник или партерный газон. Именно поэтому ландшафтный дизайн по прогнозам специалистов будет только укреплять свои позиции из года в год. В последнее время крупные фирмы, выполняющие индивидуальные заказы, привлекают психологов для работы с клиентами, считая, что человек, помещение, где он находится и близлежащая территория должны дополнять друг друга и быть единым целым.

Ландшафтные дизайнеры уверены, что именно их профессия, вопреки распространенному мнению, является древнейшей, а первый дизайнер – создающая неповторимые шедевры мать-природа. От сезона к сезону, из года в год она работает над сочетанием текстуры и формы, цвета и аромата, порядка и хаоса. Не зря в ландшафтном дизайне использование исходного окружающего материала: грунта, воды, растений, камней, валунов – считается одним из основополагающих принципов.

1. Преимущества уголка живой природы. Любое нововведение тем и хорошо, что имеет свои преимущества. Достоинства грамотно оформленного уголка живой природы следующие.

- *Красота.* Это можно оставить без комментариев, т.к. далее по тексту практически все касается этой красоты.
- *Отдых.* Как приятно в летний зной отдохнуть на скамейке в тени раскидистого дерева или даже кустарника, уединиться в уютной беседке, собраться с мыслями, или просто постоять рядом с фонтаном.
- *Удобство.* Действительно как удобно, когда для покупателей есть небольшая уголок, где можно на минутку отдохнуть не только в жаркий день, но и вечером, любуясь светом от подобранных со вкусом красивых светильников.
- *Польза* заключается не только в благоустройстве территории, но и в обучении людей, ведь, например, каждая скульптура может рассказать о той или иной истории или легенде, а гармонично созданный островок природы может рассказать о культуре народа, национальных традициях, формирует вкус у существующих и потенциальных покупателей, улучшает экологическую обстановку в районе.
- *Здоровье.* Зелень и благоухающие ароматы, пение птиц, жужжание пчел днем и стрекотание кузнечиков вечером, способны не только поднять настроение, но и, порой, творят чудеса исцеления от разных недугов и хвори.
- *Возврат к природе.* Соприкасаясь с миром естественной природы, созерцая ее, покупатель забывает о насущных проблемах и радуется жизни.
- *Продолжение и расширение интерьера.* Хорошо продуманный с точки зрения ландшафтного дизайна участок будет продолжением интерьера торговой точки, расширением ее уютного пространства.
- *Стиль.* Интерьер предприятия и экстерьер близлежащей территории должны дополнять друг друга, соблюдая единый стиль.

- *Престиж.* Наличие ухоженной территории это не только престиж, но и элемент фирменного стиля предприятия.

2. Основные понятия ландшафтного дизайна. Каждый работник должен заниматься своим делом, и порой у экономиста, маркетолога, мерчендайзера или другого специалиста, ответственного за осуществление ландшафтных работ, не всегда есть четкие знания в этой области. Поэтому такой работник должен иметь четкое представление об основных понятиях ландшафтного дизайна, таких как альпинарий, рокарий, цветник, солитеры, бордюры, рабатки, клумбы, партеры, миксбордеры, газон, патио, фонтаны, болото, водопад, каскады и др.

3. Приемы и законы ландшафтной архитектуры. Естественный ландшафт формирует пять основных компонентов, тесно взаимосвязанных друг с другом: земля, вода, воздушные массы, растительный и животный мир. Архитекторам, создающим новый облик прилегающих к торговым точкам территорий, важно использовать приемы и законы ландшафтной архитектуры (законы перспективы и колористики, законы композиции пространства) – ведь это законы гармонии и красоты, законы самой природы.

Под *композицией* понимается расположение различных форм в пространстве в сочетаниях, создающих гармоничное единство. При решении композиционных задач необходимо учитывать целый ряд свойств, которыми обладают пространственные формы: *геометрический вид формы, ее величина, масса, фактура, положение в пространстве, цвет и освещенность* (светотень).

Остановимся на этих свойствах поподробнее.

Соотношение форм по геометрическому строению. Может быть:

- *линейная форма*, в ней преобладает одно измерение над двумя другими, предельно малыми (это дорожки, бордюры, ограждения участка и др.);
- *плоскостная форма*, в ней относительно равны два измерения при подчиненно малой величине третьего (цветники);
- *объемная форма*, в ней все три измерения относительно близки по величине (кроны деревьев различных пород).

Соотношение форм по величине. Составляя группу из деревьев и кустарников, необходимо пользоваться контрастным соотношением их форм, например, высокий – низкий, большой – маленький, пирамидальный – шаровидный и т.д.

При оформлении небольшой территории лучше всего остановиться на какой-нибудь одной плоскостной форме, так как ощущение гармонии возникает благодаря простоте и повторяемости основного рисунка. Разнообразие достигается различной величиной формы.

Однако геометрические формы выполняют свою роль лишь в том случае, если они отчетливо просматриваются – в дорожках, бордюрах, поверхности газона, пруда и т.д.

Композиция должна иметь эффективный центр. Им могут стать дерево с фигурной стрижкой, цветы в кадках или вазах, скульптура или фонтанчик. Подстриженные деревья и кустарники хороши и по углам клумб и на концах дорожек, где они подчеркивают четкость геометрических форм.

Соотношение форм по фактуре. Под фактурой понимается характер поверхности предметов. В ландшафтном дизайне учитывается фактура растительности – деревьев, кустарников, поверхности газонов, цветников и поверхности мощения дорожек. Если речь идет о древесных растениях, то выделяют следующие типы строения кроны: грубая (дуб), средняя (вяз, липа), тонкая (ива, береза).

Соотношение форм по положению в пространстве. Здесь имеется в виду положение форм по отношению друг к другу и наблюдателю в трехмерном пространстве. Различают три вида пространственной композиции:

- *фронтальная*, развернутая по ширине, композиция, в ней, как правило, не выражены два других измерения. Это своего рода плоскостная декорация;
- *объемная* композиция имеет формы, ярко выраженные во всех трех измерениях;

- **глубинно-пространственная** композиция организует природные формы в глубокие перспективы, восприятие которых в значительной степени определяется законами линейной и воздушной перспективы.

Соотношение форм по цвету. Цвет является одним из важных средств художественной выразительности композиции. Следует учитывать сезонные и возрастные изменения растений. Следует учитывать сезонные и возрастные изменения растений. Следует учитывать сезонные и возрастные изменения растений.

В весеннее, летнее и осеннее время окраска древесных растений складывается из цвета листьев, ветвей, стволов, цветов и плодов. Зимой, ранней весной и поздней осенью цветовой тон определяется окраской ветвей и стволов. В течение круглого года значительное место в колорите пейзажа занимают вечнозеленые растения: пихта, ель, сосна, можжевельник.

Основным фоном для древесных и цветочных растений служат газоны, которые с апреля по сентябрь варьируют по оттенкам зеленого цвета: от теплых до холодных тонов.

Все начинается не с проекта и даже не с технического обследования территории, как могут сказать в большинстве ландшафтных фирм. К ландшафтному дизайну нужно относиться как к высокому искусству создания гармонии человека с природой. Поэтому сначала нужно понять людей, которые будут посещать данную торговую точку, их основные взгляды на жизнь, их вкусы и стиль. После этого, а лучше одновременно с первым надо прочувствовать и природу, окружающую здание (комплекс зданий), где находится предприятие, ее достоинства, которые потом следует подчеркнуть на участке и недостатки, которые необходимо скрыть умелым дизайном. Лучшие участки - это те, которые кажутся естественными на фоне окружающего пейзажа, когда глаз не останавливается на чем-то искусственном и вычурном.

4. Мероприятия ландшафтного дизайна. Специалист, в чьи функции входит организация мероприятий по ландшафтному дизайну, должен иметь четкое представление о том, что собой представляет эти мероприятия, прежде чем обратиться в соответствующие фирмы, предоставляющие данные услуги, определить, что можно сделать собственными силами в случае недостатка финансовых ресурсов. Рассмотрим **схему организации ландшафтных работ** (см. рис. 1) с подробным описанием ее основных этапов. Знакомство с ними дает возможность представить достаточно сложный и длительный процесс озеленения и благоустройства территории как единого целого и позволит более рационально распределить силы и средства.

1. Осуществление подготовительных работ
2. Составление типового проекта благоустройства и озеленения территории
3. Подготовка территории для выполнения работ
4. Благоустройство территории
5. Озеленение территории
6. Уход за участком

Рис. 1. Схема осуществления мероприятий по ландшафтному дизайну

Источник: собственная разработка

1. Подготовительные работы включают в себя:

- **планиметрическую или геодезическую съемку** территории. Первая применяется при простой планировке участка небольших размеров с относительно ровным рельефом. Вторая необходима при наличии сложного рельефа с большим перепадом по высоте, большой площади территории или сложной ее конфигурации, а также при планировании системы дренажей;
- **инвентаризацию существующих насаждений** с нанесением их на план и пометками об их основных свойствах и состоянии;
- **определение направления поверхностного стока, механического состава и качества грунтов, всех коммуникаций** (существующих и планируемых), **строений и сооружений**

на территории, в случае большой площади, и **других параметров, влияющих на дальнейшие работы;**

- **определение функционального назначения территории, предпочитаемого ассортимента растений, а также возможностей дальнейшего обслуживания участка** (работник со стороны, собственными силами или др.).

2. Проектирование - это очень важный этап, который позволяет избежать многих ошибок, лишних денежных и трудовых затрат на переделку непонравившихся элементов ландшафтного дизайна. При создании проекта необходимо:

- **Осуществить выбор стиля**, в котором будет выполнено целостное решение дизайна участка. Есть несколько основных стилей ландшафтного дизайна:

1) **регулярный стиль** - прямые дорожки, сходящиеся к зданию, чередующиеся посадки стриженных деревьев и кустарников, парадные цветники, большие участки газона;

2) **пейзажный стиль** - извилистые дорожки, теряющиеся в зарослях деревьев и кустарников; здание не является центром, а гармонично вписывается в окружающий ландшафт;

3) **восточный стиль**, т.е. использование отдельных элементов японских садов, где с помощью растений, камней, воды передается философское восприятие места человека в природе.

Помните о том, что выбор стиля определяет ассортимент используемых растений и дальнейшую работу над проектом.

- **Создать эскизы** (обычно делается 2 - 4 эскиза). На этом этапе дизайнер уже должен примерно представлять, что нужно клиенту, поэтому сначала, он должен прорисовать в масштабе контуры участка, существующие и планируемые строения, дорожки, обозначить на плане направление север-юг, продумать необходимость дренажной системы (дренажная система необходима в том случае, если вода весной или после дождей длительное время стоит на поверхности земли). Далее специалист должен определить расположение на нем деревьев, декоративных кустарников, клумб из многолетних и однолетних цветов, а также других декоративных элементов (например: альпийский, скамейки, вазоны, скульптуры и др.). Из нескольких эскизов, в которых учтены все рекомендации, заказчик выбирает, по его мнению, лучший или направляет их на доработку.

- На основе эскизов **разработать генеральный план** (этот пункт касается обустройства больших площадей).

- **Разработать рабочую документацию**, включающую в себя ряд элементов:

1) На **разбивочном чертеже** планировки должна быть показана привязка всех строительных элементов (покрытия, подпорные стенки и т. п.) к существующим строениям и сооружениям (здание, забор и т. п.).

2) **Посадочный чертеж и дендроплан** обычно совмещаются на одном листе. **Посадочный чертеж** - это привязка посадочных мест к элементам планировки. К **дендроплану** прилагается **ассортиментная ведомость**, в которой перечислен весь посадочный материал по видам и сортам, и указано общее количество растений. Расположение того или иного растения показано на **дендроплане**.

3) **Ведомость объемов работ** включает в себя общее количество основных работ на участке (газон, покрытия, посадки и т. п.). На основе этой ведомости составляется сметная документация.

4) В раздел **схемы и конструкции** входят эскизы малых архитектурных форм и схемы устройства основных строительных элементов (покрытия, скамейки, фонтаны и т.д.).

5) Большой объем **текстовой информации**. Это пояснительная записка к проекту, описание технологий и последовательность выполнения всех работ, продолжительность работ, рекомендации по дальнейшему уходу (минимальный, максимальный уход).

6) При необходимости выполняются такие чертежи, как **план рубок, схема дренажной системы, схема устройства систем полива и освещения, план вертикальной планировки**, т.е. более подробная прорисовка отдельных фрагментов генерального плана.

Солидные фирмы предлагают компьютерную визуализацию участка и подбор фотографий растений и элементов благоустройства

3. Подготовка территории. Сюда входят работы, выполняемые перед началом ландшафтного строительства. Подготовка территории может включать в себя следующие виды работ:

- Уборка строительного и другого мусора.
- При наличии на участке насаждений в большинстве случаев требуются определенные мероприятия для приведения их в порядок. Это рубка усохших или больных деревьев, чистка кроны от сухих веток и ее формирование у здоровых растений, прореживание, удаление ненужных кустарников.
- Выравнивание существующей поверхности или комплекс работ по созданию искусственного рельефа. При этом объем перемещаемого грунта довольно велик. Для насыпки (или срезки) в той или иной части участка требуется завоз (или вывоз) грунта и привлечение техники.
- Устройство дренажной системы (обязательным является даже для небольшой клумбы).

4. Работы по благоустройству – это создание всех элементов, составляющих каркас территории. Это – дорожки и рокарии, фонтаны и скамейки, системы полива и освещения и т.д.

5. Озеленение территории включает в себя все работы по посадке различных растений. Это деревья и кустарники, цветники, газон и т.д.

6. Уход. Следует помнить о том, что полный декоративный эффект в созданном саду достигается как минимум после 2-3 лет регулярного комплексного ухода за всеми элементами. Но и после этого необходимо продолжать мероприятия по уходу для поддержания благоприятного вида и сохранения здоровья растений.

Использование примеров из мировой практики применения ландшафтного дизайна требует не слепого подражания, а некой «акклиматизации» в широком смысле этого слова для белорусских условий. Рекомендуются высаживать те растения, которые уже давно прижились в нашей местности.

5. Нормы посадки зеленых насаждений. Часто возникает вопрос, а сколько зеленых насаждений требуется для создания уголка природы на той или иной площади. Ответ на этот вопрос (по некоторым цветам) можно найти в табл. 1, сэкономив при этом и время для подсчета, и финансы.

Таблица 1. Нормы посадки рассады в открытом грунте на 1 кв. м

Наименование	Количество, шт. на 1 м ²
Канны	16
Ромашка	16
Кохия	16
Фуксия (хоста)	16
Пеларгония	36
Виола	50-80
Турецкая гвоздика	50-80
Астра (карлик)	50-80
Эхеверия	60-80
Настурция	80
Цинния	80
Антирринум	80-100
Петуния	80-100
Георгина (карлик)	80-100
Цинерария морская	80-100
Маргаритка	80-100
Бегония семпенфлоренс	100-150
Сальвия	100-150
Таетес (карлик, средний, высокий)	100-150
Пиретрум	150-200
Алиссум	150-200
Лобелия	150-200
Седум	150-200

Источник информации: ГУПП «Брестзеленстрой»

6. Предложения белорусских производителей. Белорусские предприятия производят достаточно большой ассортимент посадочного материала. Рассмотрим информацию по ассортименту саженцев декоративно-растущих культур (деревьев, кустарников, саженцев в контейнерах) на примере ГУПП «Брестзеленстрой» (таблица 3).

Если учесть, что большинство этих деревьев можно разделить на группы (1 группа, 2 группа) и по сортам, то полный перечень их и не малый.

Среди кустарников можно найти айву японскую, барбарис, облепиху, иву шаровидную, томарикс ветвистый, сирень, зверобой и др.

Престижный участок начинается с покупки качественного посадочного материала, способного к успешному и быстрому укоренению. Это является залогом нормального роста и полноценного развития насаждений в последующие годы. Очень важно, чтобы каждое приобретаемое растение было здоровым, иначе оно станет источником инфекции и доставит немало хлопот по лечению участка от болезней и вредителей.

7. Продолжение природного уголка в интерьере предприятия. Так как для наших мест характерна ранняя дождливая осень, бесконечная зима, все никак не начинающаяся весна, то возникает вопрос: «Как же продлить удовольствие от уголка живой природы, созданного на участке?» Решением этой проблемы является параллельное проведение работы в торговой точке (как это важно для кафе, баров, ресторанов, библиотек, театров и т.д.), например, хотя бы озеленение интерьера, лучше, если есть возможность создать оранжерею, ну а зимний сад – это вообще роскошь.

8. Специалисты по уходу за природным уголком. «Кто будет сохранять всю эту красоту?» – вопрос, который задает себе каждый руководитель предприятия. Ведь надо полить цветник, срезать крону деревьев и кустарников, постричь газон (не менее 20-30 раз за сезон), прополоть клумбу и многое, многое другое. Здесь существует еще много тонкостей и требуется не только наличие определенных знаний, но и времени, чтобы все это изучить и выполнить.

И тут возможны следующие варианты:

- нанять на работу специалиста-садовника;
- обратиться в специализированную фирму, предлагающую услуги по комплексному уходу, специалисты которой предоставляют гарантии на все виды выполненных работ.

9. Целесообразность использования ландшафтного дизайна. Следует также уделить внимание и такому вопросу, как целесообразность использования ландшафтного дизайна. Существуют ситуации, в которых следует отказаться от него:

- наличие зон сплошной тени, где невозможно существование большинства зеленых насаждений;
- наличие стесненных условий уплотненной застройки, где площади под озеленение крайне невелики;
- наличие такого видового состава используемых растений и методов работы с ними, которые ограничены как указанными выше условиями, так и повышенными требованиями к их неприхотливости, устойчивости к пиковым рекреационным нагрузкам и, как следствие, высокой ремонтной пригодности;
- отсутствие средств или же нежелание нести затраты по уходу за созданным уголком природы.

Заключение

Опыт зарубежных стран подтверждает лидирующие позиции тех предприятий, где не только в помещении присутствует со вкусом оформленный фрагмент природы, но и не меньшие усилия предприняты в создании входного пространства с оригинальной интерпретацией ландшафтного дизайна. Находясь в центре Европы, белорусские предприятия понимают актуальность формирования фирменного стиля и в частности использования природного символа, повышая этим конкурентоспособность организации. Все больше и больше предприятий обращаются за квалифицированными услугами в специализированные предприятия, находящиеся на близлежащей территории.

Таблица 2. Ассортимент саженцев декоративно-растущих культур (деревья)

Деревья		
Лиственные		Хвойные
Быстрорастущие	Медленнорастущие	Медленнорастущие
1. Акация белая 2. Алыча растопыр. 3. Ясень обыкновенный 4. Береза бородавчатая 5. Клен ясенелистный 6. Уксусное дерево 7. Черемуха Виргинская 8. Черемуха Маака 9. Ива плакучая 10. Тополь черный	1. Дуб красный 2. Каштан конский 3. Липа мелколистная 4. Рябина обыкновенная 5. Рябина скандинавская 6. Рябина шведская	1. Ель канадская 2. Ель европейская 3. Туя западная 4. Туя гигантская

Источник: собственная разработка

Поэтому можно утверждать, что в самое ближайшее время у каждой организации будет свой уголок природы как в интерьере, так в экстерьере предприятия, и уделять ему будет столько же внимания как и подбору соответствующих шрифтов, цвета или сочетания цветов, музыкального символа и т.д.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Тавлинова Г.К. Приусадебное цветоводство. – СПб.: Агропромиздат, 1999.

2. Атанова А. Сад со знаком качества.// *Ландшафтный дизайн*. - 2005. - № 3 – С. 17-19.
 3. Майорова О. Чтобы лето не кончалось.// *Ландшафтный дизайн*. - 2005. - № 6 – С. 60-61.
 4. Служенье не терпит суеты.// *Ландшафтный дизайн*. - 2005. - № 2 – 17 с.
 5. 5 чувств в вашем саду // psydesign.net
 6. *Ландшафтный дизайн* // www.landscape-design.ru
 7. Павлова В. Организация ландшафтных работ // www.landscape-design.ru

Статья поступила в редакцию 19.04.2007

УДК 331.1

Стефанович Н.В.

УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕТОДИКА ЕГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Введение

Важным фактором эффективного использования трудовых ресурсов является мотивация работников к творческому, инициативному труду и профессиональному росту. В условиях развития социально-рыночной экономики в Республике Беларусь руководители организаций вынуждены принимать определенные решения, направленные на повышение экономической и моральной мотивации всех членов трудового коллектива. Кризисные явления в экономике привели к необходимости разработки мероприятий по диагностике влияния факторов внешней и внутренней среды организации, определению стратегических целей и способов их реализации. При этом большое внимание должно уделяться методам и способам управления социальным развитием организации. На данном этапе развития Республики Беларусь социальные стратегии приобретают особую важность, так как на передний план реформирования экономики выходит социальная составляющая, от эффективности управления которой прямо зависит экономическое положение предприятия.

По оценкам зарубежных экспертов, на долю социальных резервов приходится 30-40% повышения эффективности производства [1]. К сожалению, руководители отечественных предприятий не уделяют должного внимания социальному развитию организации, что сказывается на их экономическом положении. Этому аспекту в деятельности предприятия посвящено значительное внимание в Российской Федерации и других зарубежных странах [2]. Разработаны методы повышения экономической эффективности предприятий путем использования механизма социального управления в организации. На наш взгляд, этот опыт необходимо перенимать и Республике Беларусь.

Уровень социального развития организации и методика его определения

Ключевым понятием в рассматриваемой проблеме выступает социальное развитие, которое означает позитивные изменения в социальной среде организации и охватывает весь сложный механизм, приводящий в действие человеческую активность. В результате этого возникает развертываемая цепь потребностей, интересов, мотивов и целей, которые побуждают людей к труду. Социальное развитие – неперенный объект управления организацией и вместе с тем составная часть управления персоналом. Задачей управления персоналом является не только удовлетворение потребности предприятия в укомплектовании персоналом, но также наиболее полное удовлетворение потребностей работников.

В мировой практике существуют примеры, когда решение социальных проблем на предприятии оказало значительное влияние на его экономическое состояние. Так, в большой мере секрет «японского чуда» заключается в системе управления персоналом [1, с.94]. Японский опыт персоналом основывается на традициях трудовой этики: любая работа почетна, но ничто не должно мешать самовыражению и личному успеху. Большое значение в Японии придается не только размерам и порядку оплаты труда, но и продолжительности работы человека в этой фирме, семейному положению. Кроме основного оклада и стимулирующих надбавок производятся специальные выплаты на оплату жилья, медицинское обслуживание, транспортные расходы и так далее. В целом для японской системы характерно то, что основная масса потребностей персонала удовлетворяется за счет фирмы. Работник зависит от работодателя в плане получения не только заработной платы, но и жилья, отдыха, да и в целом вся его жизнь определяется фирмой. Таким образом, руководители

Стефанович Наталья Валентиновна, ассистент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.