

Список литературы

1. Савиных В.П., Цветков В.Я. Маркетинг образовательных услуг // Геодезия и аэрофотосъемка. – 2007. – № 4. – С. 169–176.
2. Тихонов А.Н., Иванников А.Д., Цветков В.Я. Образовательные услуги как инструмент качества образования // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2009. – № 3. – С. 94–96.
3. Кулагин В.П., Цветков В.Я. Формирование рынка образовательных услуг // Геодезия и аэрофотосъемка. – 2008. – № 3. – С. 194–200.
4. Вознесенская М.Е., Цветков В.Я., Технология обучения с использованием динамических визуальных моделей // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2010. – № 2 (32). – С. 23–33.
5. Тихонов А.Н., Иванников А.Д., Соловьёв И.В. и др. Концепция сетцентрического управления сложной организационно-технической системой. – М.: МаклПресс, 2010. – 136 с.
6. Цветков В.Я., Васютинская С.И., Соломатов В.И., Информационная асимметрия в картографо-геодезическом производстве // Геодезия и аэрофотосъемка. – 2008. – № 1. – С. 134–141.
7. Цветков В.Я. Транзакционные издержки при внедрении информационных технологий и систем // Современные проблемы науки и образования. – 2008. – № 4. – С. 114–116.
8. Цветков В.Я., Оболяева Н.М. Два подхода к оценке качества образования // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2013. – № 1. – С. 5–11.
9. Цветков В.Я. Использование оппозиционных переменных для анализа качества образовательных услуг // Современные наукоёмкие технологии. – 2008. – № 1 – С. 62–64.
10. Вагин В.Н., Головина Е.Ю., Загорянская А.А. и др. Достоверный и правдоподобный вывод в интеллектуальных системах. – М.: Физматлит, 2004. – 703 с.
11. Viktor Ya. Tsvetkov. Framework of Correlative Analysis // European Researcher. – 2012. – Vol.(23). – № 6–1. – P. 839–844.
12. Цветков В.Я., Оболяева Н.М. Использование коррелятивного подхода для управления персоналом учебного заведения // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2011. – № 8 (50). – С. 4–9.
13. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход: пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
14. Элвин С. Бернс, Рональд Ф. Буш. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Office Excel = Basic Marketing Research: Using Excel Data Analysis. – М.: Вильямс, 2005. – 704 с.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Семёнова И.В.

*Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики,
Санкт-Петербург, e-mail: semionova.ir@yandex.ru*

Чтобы быть конкурентоспособной в условиях современного рынка система управления фирмой должна быть простой и гибкой. По мнению специалистов, она должна иметь следующие характеристики:

- небольшое число уровней управления;
- небольшие подразделения, укомплектованные меньшим числом, но более квалифицированными специалистами;
- трудовой коллектив, основанный на малых группах (командах) специалистов;
- производство товара и организация работы, ориентированные на потребителя;

Рационалистический менеджмент всегда исходил из того, что фирма является «закрытой

системой» и ее успех на рынке зависит прежде всего от внутренних резервов (рационализации производства, эффективности труда). Решающее значение отдавалось контролю со стороны высших руководителей за всеми видами деятельности персонала и четкое выполнение указаний сверху.

Маркетинговый или ситуационный менеджмент строится на новых подходах. В частности, фирма считается «открытой системой». Ее успех связывается не столько с внутренними ресурсами (материальными, людскими, финансовыми), а сколько со способностью вписаться во внешнюю среду и приспособиться к ней. Ситуационный подход для фирмы означает, что все построение системы управления основывается на ответной реакции на различные воздействия внешней среды. Фирма приспосабливается к выявлению новых проблем и выработке новых решений.

Ситуационный (маркетинговый) менеджмент в качестве исходных предпосылок берет следующие:

- фирма рассматривается как живой организм, состоящий из индивидуальностей, объединенных совместными ценностными установками, как, например, «семья»;
- фирма должна быть нацелена на постоянное обновление, чтобы приспособиться к внешним факторам, главным из которых является покупатель;
- ставка делается не на «человека-исполнителя», а на «человека самореализующегося».

Таким образом, менеджмент сегодня – это постоянные изменения и непрерывное совершенствование. Большинство исследователей полагают, что не существует идеальной и единой модели менеджмента. Для каждой фирмы менеджмент является уникальным. Есть лишь общие закономерности и элементы, которые используются, как правило, всеми.

Следует подчеркнуть, что в условиях рынка менеджеры фирмы должны постоянно исследовать влияние различных факторов (прибыли, рентабельности, производительности труда и т.д.) на конечные показатели деятельности фирмы.

О ПРОСТРАНСТВЕННЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Цветков В.Я.

*ГОУ «Московский государственный университет геодезии и картографии», Москва,
e-mail: cvj2@list.ru*

Проведен анализ связи между пространственными и экономическими отношениями применительно к проблемам пространственной и региональной экономике. Показано, что пространственные отношения практически не изучаются в пространственной экономике. Показано влияние пространственных отношений на решение ряда экономических задач. Выде-

лены группы топологических и полевых отношений. Показано, что топологические модели являются основой для связи экономических и пространственных характеристик. Показаны коррелятивные методы связи пространственных и экономических характеристик. Показано построение пространственного информационного поля с экономическими показателями. Подчеркнута необходимость применения пространственных отношений для решения экономических задач.

В современном развитии общества проявляются два взаимосвязанных и противоречивых процесса – глобализация и регионализация, которые приводят не только к изменениям социально-экономических слагаемых, но и оказывают существенное влияние на трансформацию пространства. Эти процессы составляют одну из проблем которую изучает пространственная экономика.

Несмотря на интенсивное развитие пространственной экономики [1], выпуск книг и журналов в ней остается достаточно много вопросов. Одни специалисты связывают ее образование с 2007 годом и работами Дейл Стокса и Питер Маршалл. Другие ссылаются на работы Иогана фон Тюннена (1826). Считается, что пространственная экономика обеспечивает поддержку качество и инновационные продукты в городской и региональной экономики и обеспечивает связь между дисциплинами экономики, планирования и ГИС.

Существенным пробелом данной науки, называемой «пространственной» является исключение из рассмотрения такого важного фактора как «пространственные отношения» [2]. Отчасти это обусловлено тем, что направление развития этой науки тесно связано с экономической географией и весьма мало с геоинформатикой [3].

Рассмотрим техническую сторону связи пространственных и экономических отношений.

Пространственные отношения определяются на основе получения геоинформации и формирования геоданных [4]. Геоинформация и геоданные являются основой анализа пространственных отношений. Поэтому есть все основания использовать эти факторы для решения логистических задач. Геоданные, цифровые модели и карты [5] являются универсальным средством моделирования разных процессов, позволяют решать многие прикладные задачи в экономике и экономической географии.

Принципы организации геоданных включают использование: семантических информационных единиц [6], информационных моделей объектов, информационных моделей ситуаций [7].

Один из важных принципов организации геоданных – организация связей между данными. Основной теоретический принцип, применяемый для организации таких связей – геоференция [8, 9]. Основной технический

принцип, применяемый для организации таких связей – геокодирование. Еще один из принципов организации геоданных заключается в создании топологических пространственных связей или топологии.

Однако простейшим примером связи пространственных и экономических отношений является решение транспортной задачи, в которой затраты определяются на практике на основе пространственных характеристик. В явном виде топология в этой задаче не применяется.

Более сложным примером, использующим топологию, является анализ транспортной сети. Транспортная сеть представляет собой граф с одной точкой входа и одной точкой выхода. С ней связана так называемая задача коммивояжера, для которой требуется отыскать путь, проходящий через все вершины, причем не более одного раза через каждую. Такая задача называется также задачей нахождения гамильтонова пути. Чаще всего ставится задача доставки груза из входа сети в точку выхода при условии минимизации заданного критерия. Часто этот критерий определяется минимизацией затрат, но в отдельных случаях (доставка грузов в условиях чрезвычайных ситуаций) критерием может быть минимальное время доставки.

В теории графов важное значение имеет вес дуги, соединяющей вершины графа. Вес дуги – число, приписанное дуге графа и играющее разную роль. Например, физическая длина между вершинами; стоимость перевозки между пунктами, обозначаемыми вершинами; времени перевозки между пунктами, обозначаемыми вершинами. Принципиальным является то, что на дуге можно сопоставлять разные по качеству величины, стоимость время, расстояние, физический вес или грузопоток и т.д. Это прямой путь связывания в единую систему пространственных и экономических характеристик.

Дальнейшее применение топологических отношений как связи между пространственными и экономическими показателями развивается в интеллектуальной логистике [10].

Еще одним механизмом связи является коррелятивный анализ [11], который позволяет выявлять скрытые связи и определять дополнительные параметры описания объектов.

Рассмотрим область недвижимости. Дополняющие корреляты «ширина» и «длина» земельного участка для разных участков не являются элементом сравнения и не позволяют проводить какие-либо оценки. Но их математическое произведение дает коррелятивный показатель «площадь». Значение площади, умноженное на нормативную и приведенную рыночную стоимость единицы площади, дает экономическую оценку стоимости участка. Этот показатель дает возможность сравнивать участки, имеющие произвольные длину и ширину в единой экономической системе сравнений.

Еще одним методов связывания экономических и пространственных отношений является создание информационных экономических полей. Информационное поле [12] – поле, в каждой точке которого определен информационно определяемый показатель. Такой показатель может быть экономическим [13]. Одним из основных методов создания поля в настоящее время является кригинг [14].

Кроме того пространственные отношения влияют на издержки, например на транзакционные затраты, связанные с диффузией инноваций [15].

Таким образом, пространственные отношения являются важным фактором формирования экономических характеристик и экономических отношений. Их необходимо учитывать и применять в пространственной и региональной экономике

Список литературы

1. Spatial Economics Edited by Masahisa Fujita, President, Research Institute of Economy, Trade and Industry, Professor, Konan University and Professor, Kyoto University, Japan, 2005 – 904 pp ISBN 978 1 84376 648 3
2. Цветков В.Я. Пространственные отношения в геоинформатике // Международный научно-технический и производственный журнал «Науки о Земле». – 2012. – Вып. 01. – С. 59–61.
3. Майоров А.А. Современное состояние геоинформатики // Инженерные изыскания. – 2012. – № 7. – С. 12–15.
4. Vladimir Markelov Application Geodata in Logistics // European Researcher. – 2012. – Vol.(33), № 11-1. – P. 1835–1837.
5. Цветков В.Я. Цифровые карты и цифровые модели // Геодезия и аэрофотосъемка. – 2000. – № 2. – С. 147–155.
6. Viktor Ya. Tsvetkov. Semantic Information Units as L. Florodi's Ideas Development // European Researcher. – 2012. – Vol.(25), № 7. – P. 1036–1041.
7. Viktor Ya. Tsvetkov. Information Situation and Information Position as a Management Tool // European Researcher. – 2012. – Vol.(36), № 12-1. – P. 2166–2170.
8. Hill Linda L. Georeferencing: The Geographic Associations of Information (Digital Libraries and Electronic Publishing) – 2006. – 272 p.
9. Майоров А.А., Цветков В.Я. Геореференция как применение пространственных отношений в геоинформатике // Геодезия и аэрофотосъемка. – 2012. – № 3. – С. 87–89.
10. Маркелов В.М. Особенности применения геоинформатики в логистике // Международный научно-технический и производственный журнал «Науки о Земле». – 2012. – Вып. 01. – С. 62–65.
11. Viktor Ya. Tsvetkov. Framework of Correlative Analysis // European Researcher. – 2012. – Vol. (23), № 6-1. – P. 839–844.
12. Иванников А.Д., Кулагин В.П., Миронов А.А. и др. Синергетическая теория информационных процессов и систем – М.: МГДД(Ю)Т, МИРЭА, ФГУ ГНИИ ИТТ «Информика» – 2010. – 455 с.
13. Майоров А.А., Матерухин А.В. Геоинформационный подход к задаче разработки инструментальных средств массовой оценки недвижимости // Геодезия и аэрофотосъемка – 2011. – № 5. – С. 92–98.
14. Кужелев П.Д. О применении геостатистики в науках о Земле // Международный научно-технический и производственный журнал «НАУКИ О ЗЕМЛЕ». – 2012. – № 4. – С. 77–81.
15. Ilya A. Romanov. Transaction Costs For Innovations Diffusion. European Researcher. – 2012. – Vol.(31), № 10-1. – P. 1682–1685.

Юридические науки

УВАЖЕНИЕ И ЗАЩИТА ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

Алменов Б.А.

Университет им. Д.А. Кунаев,
e-mail: sdisadin@mail.ru

В Уставе ЮНЕСКО говорится, что «ЮНЕСКО должна содействовать укреплению мира и безопасности путем расширения сотрудничества народов в области образования, науки и культуры в интересах обеспечения всеобщего уважения справедливости, законности и прав человека, а также основных свобод» [1].

Права человека, как понятие, возникли 18–19 веке. И только в последние десятилетия они стали всеобщее признанной ценностью. Значит, мы должны думать на долгие годы вперед. С другой стороны, мы должны понимать, что именно в этом аспекте признания реальности конфликтов интересов – это не что-то плохое, а нечто естественное, и к этому надо именно так подходить, – заключается сущность этой концепции.

Очень важно понимать, что все, находящееся перед нами, не стоит на месте. Процесс развития концептуальных основ и адаптации к реальной ситуации постоянен.

ЮНЕСКО – это организация образования, культуры науки и коммуникаций, она рассматривает права человека с точки зрения обучения или воспитания в духе прав человека, а также

с позиции распространения документации по правам человека. В ЮНЕСКО в конце XX века существовали различные линии, более или менее связанные с вопросами прав человека – ее интересует развитие новых прав человека, концептуализация, – это собственно защита прав человека, – создание сети по правам человека. В 1972 году была принята международная рекомендация, которая в сокращенном виде называется «Рекомендация по международному образованию и воспитанию». Но на самом деле у этого документа очень длинное название – «Рекомендация по воспитанию духа мира, прав человека, основных свобод...» и так далее.

В этой рекомендации ЮНЕСКО старалась определить основополагающие принципы школьного образования в области взаимопонимания и прав человека и воспитания в духе мира. В 1978 году возникла автономная программа, которая не имела никакого отношения к этой рекомендации. Она развивалась на базе Конгресса по обучению правам человека. Эта вторая линия была направлена на то, чтобы развивать программы обучения в области прав человека в вузах, чтобы этот аспект стал неотъемлемой составной частью обучения не только будущих юристов, а всех студентов, обучающихся по любым программам. Эта линия была продолжена на другом конгрессе, который состоялся на Мальте и назывался – «Обучение правам