

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
ЗО «Білоруська державна сільськогосподарська академія», Республіка Білорусь
ЗО «Поліський державний університет», Республіка Білорусь
Варшавський університет наук про життя, Польща
Словацький аграрний університет, Словацька Республіка
Мендель університет, Чеська Республіка
Індустріально-економічний коледж імені академіка Г.Г. Сейткасімова, Республіка Казахстан

**Економічна модель сучасності:
завдання, виклики, перспективи**
Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

**The modern economic model:
objectives, challenges and prospects**
The Materials of International Scientific Conference

**Экономическая модель современности:
задачи, проблемы, перспективы**
*Материалы Международной научно-практической
конференции*

**6-7 квітня 2017 року
м. Ніжин**

УДК 330.101"312"
ББК 65.01
М 34

Рекомендовано до друку вченою радою
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
від 27.04.2017 р. № 9

Редакц. колегія:

В.С. Лукач (науковий редактор); В.П. Кулик (заступник відповідального редактора); Н.Г. Царук;
В.П. Прадун; О.М. Столяренко; А.В. Іванько;
О.С. Сидорович; А.І. Бережняк; Н.В. Лоханько; Г.М. Македон

Учасники конференції – науково-педагогічні працівники, наукові співробітники, аспіранти на студенти: Індустріально-економічного коледжа імені академіка Г.С. Сейткасімова; УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»; УО «Полесский государственный университет»; Вроцлавського університету економіки; Академії управління при Президенті Республіки Беларусь; Банківсько-фінансової академії; Белгородського державного технологічного університету ім. В.Г. Шухова; Белорусського державного аграрного технічного університету; Белорусського державного економічного університету; Бухарського інженерно-технологічного інститута; Волгоградського державного технічного університету; ГНУ «Інститут економіки НАН Білорусі»; ГУВПО «Белорусско-Російський університет»; ГУВПО «Белорусско-Російський університет»; Інституту прогнозування і макроекономічних досліджень при Кабінеті Міністрів Республіки Узбекистан; Калужського державного університету імені К.Е. Циолковського; Маріямпольського коледжа; Університету «Нархоз»; УО «Могилевський державний університет ім. А. А. Кулешова»; ФГБНУ «Пермський науко-дослідницький інститут сільськогосподарського господарства»; ФГБОУ «Дагестанський державний університет»; ФГБОУ ВО «Уральський державний економічний університет»; Юго-Западного державного університету; Інституту овочівництва і баштанництва НААН; Білоцерківського національного аграрного університету; Дрогобицької міської ради; Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ; ВП НУБіП України «Ірпінський економічний коледж»; ВП НУБіП України «Мукачівський аграрний коледж»; Донецького національного університету імені Василя Стуса; Донецької державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України; ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»; Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу; Інституту стратегічних досліджень; Інституту сільськогосподарської мікробіології та агропромислового виробництва НААН; Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; Львівського національного університету імені Івана Франка; Львівського національного університету імені Івана Франка; Київського національного університету ім. Вадима Гетьмана; Національного аерокосмічного університету ім. М. С. Жуковського «Харківський авіаційний університет»; Національного університету «Львівська політехніка»; Національного університету біоресурсів і природокористування України; Національного університету водного господарства та природокористування; Національного університету харчових технологій; Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя; Одеського національного політехнічного університету; Полтавського національного технічного університету ім. Ю.Кондратюка; Сумського державного університету; Сумського національного аграрного університету; Східноєвропейського університету економіки та менеджменту; Таврійського державного агротехнологічного університету; Тернопільського національного економічного університету; Тернопільського національного економічного університету; Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; Університету фіскальної служби України; Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова; Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету; Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕ; Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ; Центральноукраїнського національного технічного університету; Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького; Черкаської філії ПВНЗ «Європейський університет»; Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ; Чернігівського національного технологічного університету

Економічна модель сучасності: завдання, виклики, перспективи: у 2-х ч., Ч. 2/

М 34 Зб. наук. праць / наук.ред. В.С. Лукач – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2017. – 424с.

ISBN

У збірнику надруковані доповіді учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Економічна модель сучасності: завдання, виклики, перспективи», висвітлено результати наукових досліджень, проведених науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, аспірантами та студентами.

Тексти тез друкуються в авторській редакції. Відповідальність за інформацію, подану в науковому дослідженні, несуть автори статей.

© ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

© автори статей

ISBN

© Видавець ПП Лисенко М.М., 2017

Гречишкина Елена

к.э.н., доцент

Попко Алёна

студентка

Полесский государственный университет

г. Пинск

Беларусь

ПРЕДПОСЫЛКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОМЕНЕДЖМЕНТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРПРЕДПРИЯТИЙ

В государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 гг. подчеркивается неспособность турпредприятий реагировать на изменения конъюнктуры рынка [1]. Причин сложившейся ситуации можно назвать несколько, но наиболее значимой является низкая заинтересованность и

мотивация персонала турпредприятий в улучшении состояния отрасли, что делает актуальным вопрос использования инструментов нейромаркетинга на турпредприятиях страны.

Нейромаркетинг – управление на основе знаний о структуре и функции человеческого мозга, которые позволяют определить стратегии успешного поведения и глубинные свойства личности [2, с. 91-92]. Еще более емкое определение данного понятия дано в работе Б. П. Громова и Л. М. Унгурия, которые определили его как междисциплинарное направление в науке на пересечении нейробиологии, психологии и маркетинга, которое исследует сенсомоторные, когнитивные и эмоциональные механизмы личности, связанные с руководством организацией, с целью повышения эффективности и результативности труда руководителей и каждого члена этой организации вследствие развития потенциала мозга [3, с. 168].

Основная задача нейромаркетинга состоит в наделении высшего руководства компании эффективным инструментарием развития, который проясняет конкретные условия и возможности активного использования интеллектуальной деятельности. Еще С.Ю. Мычка и М.А. Шаталов отмечали, что рациональная система управления может быть построена только на основе анализа целей, рассматриваемых в иерархическом порядке с определением степени ответственности каждого сотрудника за конечный результат своей деятельности [4, с. 140]. Алгоритм построения такой системы представлен в основной концепции нейромаркетинга – передача сотрудникам максимальной ответственности. Она позволяет избежать ситуаций, когда цели ставятся менеджером, а не сотрудником, и в случае их невыполнения работник, как правило, приходит к выводу, что требования менеджера к нему завышены и не предпринимает никаких усилий по их выполнению. Не стоит забывать о том, что люди по своей природе постоянно борются за первенство и не хотят никому подчиняться, поэтому чем больше менеджеры стараются заставить своих подчиненных что-либо, тем больше тратят потенциал мозга, который можно было применить для решения важных вопросов, а не сопротивления.

Поэтому вместо того, чтобы указывать сотрудникам турфирмы, что делать, и создавать тем самым негативную динамику взаимоотношений, руководителю необходимо научиться задавать вопросы: вместо того, чтобы рассказывать всем, как решить проблему, он должен попробовать спросить сотрудников о том, как они сами собираются это сделать. Чтобы ставить перед сотрудниками цели, менеджеру следует попросить самих сотрудников определить их. Данный способ маркетинга называется «стратегией вопросов», чтобы он сработал менеджер должен быть очень терпеливым и тратить много времени на предоставление сотрудникам всей необходимой для самоменеджмента информации [5, с. 125].

Интересен и подход нейромаркетинга к функции контроля. Во время осуществления данной функции динамика взаимоотношений менеджера и подчиненных работает против туркомпании, так как контроль вызывает в людях либо агрессивность, либо пассивность в качественном выполнении

обязанностей. В случае же с правильным делегированием ответственности работникам, появляется возможность использовать динамику отношений в интересах турфирмы, так как основная доля контроля осуществляется уже самими работниками, которые чувствуют ответственность за взятые на себя обязанности и принятые решения, следовательно, стараются выполнить работу наилучшим образом. В этой ситуации можно говорить о контроле внутренними ценностями сотрудников, которые они сами устанавливают и стараются придерживаться, чтобы ощущать себя комфортно. При этом увеличивается и прибыль компании, так как количество удовлетворенных клиентов будет расти, равно как и качество туруслуг, которые оказываются им.

Следует не забывать о том, что для получения подобных результатов работники должны понимать динамику своей индустрии, а также то, как компания позиционирует себя. Им важно знать стратегию и каким мышлением необходимо обладать, чтобы ее реализовать. Они должны знать конкретно, что делают, и помогает или мешает это компании [6, с. 49]. Результатом таких преобразований станет инициативный, исполнительный и ответственный коллектив, способный реагировать на любые изменения, как внутренней, так и внешней среды предприятия.

Таким образом нейромаркетинг позволяет благодаря знанию особенностей работы человеческого мозга и его реакций на различные возбудители достигать значительных успехов в ведении бизнеса. Благодаря его нестандартным подходам возможно значительное улучшение внутреннего климата турпредприятия, а также правильная расстановка приоритетов и внутренних ценностей сотрудников компании, что не только способствует повышению степени их ответственности и активности, но и развитию конкурентоспособного турпредприятия, как на отечественном, так и международном рынке.

Список использованных источников:

1. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016 –2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 23.03.2016 № 232 [Электронный ресурс] // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь – 2016. – Режим доступа: <http://pravo.by>. – Дата доступа: 26.09.2016.
2. Самогулова А. Нейромаркетинг – лидерство без ментальных ограничений / А. Самогулова // Itpartner. – 2012. – №3 (14). – С. 90-92.
3. Громовик Б.П., Унгуриян Л.М. Разработка понятийной сущности составляющих нейроэкономики с точки зрения фармации / Б. П. Громовик, Л. М. Унгуриян // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Медицина. Фармация. – 2014.– № 24 (195). – Т. 28. – С. 167-172.
4. Мычка С. Ю., Шаталов М. А. Современные методы управления персоналом в условиях нестабильности внешней среды / С. Ю. Мычка, М. А. Шаталов // Территория науки. – 2014. – №5. – С. 138-141.

**Міжнародна науково-практична конференція
«Економічна модель сучасності: завдання, виклики, перспективи»**

5. Бондаренко С. М. Нейроменеджмент організацій як інструмент підвищення якості життя людей у сучасному суспільстві / С. М. Бондаренко // Управління якістю в освіті та промисловості: досвід, проблеми та перспективи: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, 28-30 травня 2015 року. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 124-125.

6. Джейкобс Ч. Нейроменеджмент. Почему кнут и пряник больше не работают / Чарльз Джейкобс. – М.: Companion Group, 2011. – 208 с.