

більше, ніж зона дії морального та соціального [3]. Н.Н.Вересов включає у поняття «психологічний клімат» систему між особистісних відносин, психологічних за природою (симпатія, антипатія, дружба); психологічні механізми взаємодії між людьми (наслідування, співпереживання, сприяння); систему взаємних вимог, загальний настрій, загальний стиль спільної трудової діяльності, інтелектуальну, емоційну та вольову єдність колективу [4].

Тому ми розуміємо соціально-психологічний клімат як систему міжособистісних стосунків членів колективу, що проявляються у відношенні до праці, умов життєдіяльності колективу, цінностей організаційної культури, а також у рівні розвитку довіри між членами колективу, формуванні, розвитку лідерського потенціалу керівника, задоволення умовами праці.

#### Список використаних джерел

1. Платонов К. К. Развитие системы понятий теории психологического климата в советской психологии / К. К. Платонов, В. Г. Казаков // Социально-психологический климат коллектива / под ред. Е. В. Шороховой и О. И. Зотовой. – М., 1979. – С. 143–167.
2. Доронін А. В. Поведінка персоналу виробничої організації. Оцінка, управління, розвиток : монографія / А. В. Доронин. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 320 с.
3. Шепель В. М. Управленческая психология / В. М. Шепель. – М. : Экономика, 1994. – 284 с.
4. Вересов Н. Н. Психология управления : учебное пособие / Н. Н. Вересов. – Москва–Воронеж, 2001. – 205 с.

#### Солопан Ліза,

студентка напрямку 6.100101 «Енергетика та електротехнічні системи в АПК»

Подільського державного аграрно-технічного університету

м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Печенюк А.В.

### ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАЦІЇ APPLE

Успішність будь-якої компанії базується на наполегливості, працьовитості, вимогливості, прагненні до саморозвитку, ідейності, ризику.

Apple Incorporation – американська корпорація, що виробляє персональні та планшетні комп'ютери, аудіоплеєри, телефони, програмне забезпечення. Завдяки естетичному дизайну своїх продуктів, Apple створила унікальну репутацію в індустрії споживчої електроніки і має велику популярність, особливо в США.

Назва фірми походить від англ. «apple – яблуко. Зображення яблука використано у логотипі.

За минулі десятиліття успіх компанії не завжди був безумовним, а становище на ринку – не завжди стабільним.

Тим не менше на 1990-ті роки припадає становлення Macintosh як провідної платформи для дизайну та поліграфії. Доречі «Macintosh» – сорт яблук, що продавався в США – улюблений сорт яблук Джефа Раскіна, який був керівником та розробником проекту Macintosh перед тим, як цю посаду зайняв Стів Джобс. Однак Джеф Раскін допустив помилку: насправді яблука називалися McIntosh, але ця помилка була свідомою, щоб не було проблем з торговою маркою.

І все ж нове керівництво не витримувало натиску конкурентів на чолі з Microsoft і повільно здавало позиції. До 1997 року Apple опинилася на межі банкрутства, збитки за два роки склали \$1,86 млрд. Ситуацію врятував Стів Джобс, повернувшись в компанію спочатку на посаді консультанта, а потім – виконавчого директора. Саме з 1997 року розпочався другий підйом «яблука».

2007 фінансовий рік Apple закінчився з рекордними показниками. 7 мільярдів доларів США дохід, при чистому прибутку 1 мільярд. Майже в два рази більше, ніж у першому кварталі минулого року. За цей період часу компанія поставила 1 606 000 комп'ютерів Macintosh і 21 066 000 плеєрів iPod.

Сьогодні компанія стоїть на ногах міцніше, ніж будь-коли. На сьогодні дохід складає становив 171 мільярд доларів, маючи чистий прибуток близько 37 мільярдів дол. Компанію Apple, слід розглядати по частинах. Ось вони – сім «частинок яблука».

Перша з них – Дизайн.

В момент заснування Apple Computers – про дизайн ПК як такого не було і мови. Питання про вагу і габарити стояли куди як гостріше. До речі, один з відомих афоризмів Стіва Джобса (в перекладі на українську) звучить приблизно так: «Я не довіряю комп'ютеру, який не можу підняти».

Коли конкуренція зросла, в Apple зметували, що комп'ютер, який виглядає краще, будуть краще і купувати. Увага до дизайну стала однією з ключових стратегій компанії. Перша модель Macintosh, випущена в 1984 році виглядала просто приголомшливо.

Вона була вмонтована в спеціально розроблений пластиковий корпус, це дуже відрізняло новий Apple від інших комп'ютерів, що мали вигляд незграбних ящиків з листового металу. Тоді ж з'явився відомий тепер всьому світу логотип – надкушене різнокольорове яблуко.

За останні роки ці пристрої не раз ставали «іконами індустрії». Стиль Apple – найкопійованіший на ринку. Навіть великі компанії не соромляться запозичувати вдалі елементи.

Друга особливість Apple – Платформа

Операційні системи Apple завжди вважалися передовими. Саме каліфорнійська компанія першою презентувала ринку операційну систему з графічним інтерфейсом. Віконну систему теж придумала аж ніяк не Microsoft.

Головний принцип Macintosh – він просто працює. Все, що потрібно, – витягти його з коробки та увімкнути. Саме тому він вважається оптимальним вибором для комп'ютерних новачків. Він повністю готовий до використання. Його не потрібно налаштовувати, на нього не потрібно встановлювати додаткові програми – все необхідне тут вже є.

Третя складова успіху компанії – Спосіб життя  
Apple – це дух, ідеологія і стиль життя. Жодна комп'ютерна компанія не змогла створити таку міцну і цілісну субкультуру користувачів. Це «Шлях Макінтоша», тобто «Macintosh Way».

Четверта частина «яблука» – Залізо

Кілька років тому стало очевидно, що розвиток платформи зайшов в глухий кут. Найпотужніший PowerPCG5, процесор п'ятого покоління, так і не вдалося використовувати в ноутбуках – він був занадто «гарячим».

Та у 2006 році почався перехід комп'ютерів Macintosh на процесори Intel, тобто ті, які підтримують Windows.

Шанувальники Apple сприйняли цю подію неоднозначно. Але це зробилося для розширення цільової аудиторії. Користуватися комп'ютером Apple могли всі, оскільки Mac OS X завжди можна замінити на звичний Windows.

П'ята особливість менеджменту компанії – Інструменти професіонала

Програмного забезпечення для Macintosh не дуже багато. Тим не менше чимало професіоналів традиційно вибирають Mac. Наприклад, відомі програмні продукти Adobe розробляються «під Мак» і лише потім проєктуються на ПК.

Компанія також пропонує і унікальне Програмне Забезпечення, яке заслужено вважається кращим в галузі. Це і професійний пакет для монтажу відео, програма для створення музики та обробки звуку, і найпотужніший інструмент для 3D-анімації. Для ПК ці програми не випускаються.

Шоста складова успіху Apple – Реклама, PR та Маркетинг

В цьому компанії Apple рівних немає. Так яскраво, гучно та ефективно не рекламується жоден виробник комп'ютерної техніки.

Вирішальним став рекламний ролик першого Macintosh, він підірвав аудиторію і забезпечив комп'ютеру просто феноменальні продажі.

Галас навколо iPhone – довгоочікуваного телефону від Apple – теж свого роду феномен. Він опинився на першій смугі газети Times. Цей телефон отримав безкоштовної реклами на \$400 млн.

Також назва «Apple» говорить про те, що комп'ютери, вироблені компанією, екологічно чисті. Apple – перша компанія в комп'ютерній промисловості, яка вирішила переробляти старі комплектуючі.

Сьома особливість Apple – Музика

Стати лідером на ринку комп'ютерів в Apple так і не вийшло. А от на ринку музичних пристроїв успіхи компанії набагато значніші. За шість років було продано сто мільйонів MP3-плеєрів. iPod став найпопулярнішим та найприбутковішим проектом компанії. Успіх iPod закріпив запуск онлайн-магазину для iPod – iTunes.

Навіть до сьогодні Apple міцно утримує позицію безумовного лідера ринку. Вона розвивається, створюючи все нові продукти. Як бачимо, своєю якістю і простотою продукції, підтримкою та постійним введенням інновацій компанія завойовує довіру у все більшій аудиторії споживачів.

Apple дотрималась слів свого девізу: «Одної творчості мало – необхідно створити продукт, що зможе бути потрібним на ринку і не схожим на всі інші».

#### Список використаних джерел

1. Apple. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.brandreport.ru/apple>.
2. Apple: як все починалось. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://historybrands.jimdo.com/%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B/apple>.
3. Apple. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Apple>.

#### **Сорока Марія Анатоліївна,**

студентка економічного факультету напряму підготовки 6.030509 «Облік і аудит» Подільського державного аграрно-технічного університету,

м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: д.е.н., професор Чикуркова А.Д.

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ТА ВИЩОЮ ОСВІТОЮ

У сучасних умовах освіта зазнає значного впливу з боку соціально-економічних перетворень. У межах глобального реформування системи вищої освіти головні зміни відбуваються всередині вищого навчального закладу, який стає центром трансформаційних процесів. Їх суть полягає у формуванні здатності вищого навчального закладу успішно діяти на ринку освітніх послуг, ґрунтуючись у своєму розвитку на ефективне використання власних інтелектуальних ресурсів, які базуються на знаннях.

Одна з основних тенденцій сучасної цивілізації – «знання» – стає ключовою категорією її нової економіки. Процеси генерування, поширення, споживання знань все інтенсивніше починають досліджуватися не тільки у педагогіці і психології, але і в економіці, соціології, філософії.

Проблема якості освіти є багатоаспектною, тому не можна стверджувати, що вона має винятково педагогічний, дидактичний, управлінський чи світоглядний характер, тобто вона допускає міждисциплінарність. З філософської точки зору, як зазначає М. Кісіль, аналіз якості освіти – це спосіб осмислення того, якою є сучасна людина [1].

Якість освіти нового століття розглядається як освітлення духу та розуму людини, пробудження того, ще не займаного потенціалу творчості та мудрості, який може проявитися разом із відродженням гуманності.

Вищий навчальний заклад є середовищем, де акумулюються і транслюються існуючі знання та створюються нові. Якість знань вищого навчального закладу залежить від професіоналізму його працівників.

Необхідно зазначити, що студенти вищого навчального закладу постійно накопичують та генерують знання, які є як