

ПРОФИЛЬ БИЗНЕСА КОМПАНИИ И АКТИВЫ, ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ**Ермашкевич Н.С.**

ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный университет экономики и управления НИИХ»,
Россия (630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56), e-mail: natalia-erm@yandex.ru

В статье рассматриваются существующие представления относительно таких категорий экономической науки, как профильные и непрофильные активы компании. Предлагается классификация существующих взглядов авторов на категорию «непрофильные активы» по следующим подходам: классический, бытовой и стратегический. Излагаются представления относительно необходимости исходить при построении профиля бизнеса компании из предпосылок стратегического видения бизнеса. Приводятся доводы относительно нецелесообразности использования в качестве определяющего только одного основного вида экономической деятельности для целей определения профиля активов компании. Проводится мысль о том, что профиль бизнеса компании представляет собой комплексную категорию, удовлетворяющую ряду условий, среди которых главенствующее место занимает представление о синергетическом эффекте, возникающем между элементами, входящими в профиль бизнеса. Излагаются представления относительно определения профильных и непрофильных активов компании в зависимости от их принадлежности к профилю бизнеса.

COMPANY BUSINESS PROFILE AND ASSETS INCLUDE IN IT**Ermashkevich N.S.**

Novosibirsk State University of Economy and Management, Russia
(630099, Novosibirsk, street Kamenskaya, 56), e-mail: natalia-erm@yandex.ru

The article considers existing idea concerning such categories of economic science as core and non-core assets. The article includes classification of existing points of view of authors on the non-core assets under following approaches: classical, worldly and strategic. In the article the idea is carried out about the necessity of using the strategic vision of business as condition for construction the company business profile. Arguments are added about inexpediency of use only one kind of economic activity as defining for identification of the company business profile. The main idea of the article is a company profile is a complex category under several conditions such as synergistic result which arising between elements which are included into the company business profile. The article also describes the representations concerning definition of core and non-core assets of the company which are depending on their belonging to the company business profile.

МУЛЬТИАТРИБУТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**Ершова И.Г.**

ФГБОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет», Курск, Россия
(305040, Курск, ул. 50 лет Октября, 94), e-mail: ershovairgen@ya.ru

В данной статье обсуждаются вопросы формирования и развития рынка образовательных услуг в экономике знаний. Раскрывается понятие рынка образовательных услуг, проводится сравнение дефиниций «система» и «сфера» образования, анализируются точки зрения различных авторов. Подчеркивается особая роль национальной системы образования и человеческих ресурсов в процессе перехода страны на инновационный путь развития в экономике знаний. Предлагается рассматривать рынок образовательных услуг как мультиатрибутивную социально-экономическую систему развития «экономики знаний». Раскрыта необходимость адаптации механизма регулирования рынка образовательных услуг, поэтому все большее значение приобретает изучение количественных и качественных составляющих человеческого потенциала. В этой связи, во-первых, необходимо оценить возможные перспективные результаты развития сложившихся социально-экономических тенденций в сфере занятости, профессионального образования и рынка труда. Во-вторых, – решить задачи согласования спроса на рабочую силу и ее предложения, и, в-третьих, – готовить опережающими темпами соответствующих специалистов, обладающих новой общей и трудовой культурой.

**MULTIATTRIBUTIVE CHARACTERISTICS OF THE MARKET
OF EDUCATIONAL SERVICES****Ershova I.G.**

FGBOU VPO «South Western State University», Kursk, Russia (305040, Kursk, to st. is 50 years of October, 94),
an e-mail: ershovairgen@ya.ru

In this article questions of formation and development of the market of educational services in economy of knowledge are discussed. The concept of the market of educational services reveals, comparison of definitions «system» and education «sphere» is carried out, the points of view of various authors are analyzed. The special role of a national