

Выводы. Согласно прогнозу ООН [5], население Земли, численность которого в 2011 году превысила 7 млрд, уже к 2030 году увеличится до 8,5 млрд человек, 90% из 3 млрд землян, на которые прирастет народонаселение планеты к 2050 году, составят жители развивающихся стран, где уже сейчас остро ошутим дефицит воды. В будущем это может привести к «битвам» за воду, антисанитарии, распространению заболеваний, миграции, нехватке продовольствия и (при пессимистическом сценарии) Третья мировая война может быть войной за природные (в первую очередь водные) ресурсы. Поэтому выполнение в полном объеме декларации Целей развития тысячелетия ООН является обязательным условием долгосрочных программ развития всех, без исключения, государств мира.

Список литературы

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.rgo.ru/2010/06/doklad-oon-kontrolirovat-regress/>>.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.rondon.org/society-100716102923>>.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://focus.ua/tech/208915/>>.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.narybalku.net/lenta/chrezmernyy-vylov-tyby-v-chernom-more---mezhdunarodnaya-igra-bez-pravil-478>>.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.iwmi.cgiar.org/>>.

Отримано 30.10.2012. ХДУХТ, Харків.
© А.Г. Зима, О.Г. Зима, 2012.

УДК 005.73:339.17.009.12

Ю.В. Гайдай, ст. викл. (КНТЕУ, Київ)

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Розглянуто питання механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі шляхом дослідження принципів та критеріїв, що впливають на економічну, організаційну та соціально-психологічну діяльність підприємства. Механізм управління є складовою системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, які обумовлюють результат діяльності об'єкта управління.

Рассмотрены вопросы механизма влияния организационной культуры на деятельность предприятий торговли путем исследования принципов и критериев, влияющих на экономическую, организационную и социально-психологическую деятельность предприятия. Механизм управления является составной частью системы управления, что обеспечивает эффективное влияние на факторы, которые обуславливают результат деятельности объекта управления.

The question of the mechanism of the influence of organizational culture on firm's trade through study of the principles and criteria that affect the economic, organizational, social and psychological activities of the company. Mechanism management is a component management system that provides an effective influence on the factors that determine the result of the control object.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Організаційна культура охоплює більшу частину явищ духовного й матеріального життя колективу: домінуючі в ньому матеріальні цінності й моральні норми, прийнятий кодекс поведінки й укорінених ритуалів, манера персоналу одягатися й установлені стандарти якості продукту, що випускається. Організаційна культура – це система духовних (знання, уміння, навиків, світогляд, етичні й естетичні рівні розвитку та ін.) і матеріальних (грошова винагорода, будівлі та ін.) надбань суспільства, які відображають історично досягнутий рівень розвитку суспільства, визнаються більшістю членів колективу організації та втілюються в результатах продуктивної діяльності.

Для сучасних підприємств важливою є оцінка впливу організаційної культури, яку можна виміряти через конкретні показники діяльності.

Механізм впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі полягає в тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, тобто оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки. Культура підприємства може виявитися прийнятною на певний період часу й за певних умов. Зміна умов конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни та нові технології вимагають змін організаційної культури підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розкриття механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств розглянуто у працях вітчизняних та іноземних авторів, зокрема: О.Г. Тихомирової, Г.Є. Мошека, К. Льюїса, М.Х. Мескона, Е. Шейна. Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що на сьогодні

мало уваги приділено механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі.

Мета та завдання статті. Метою статті є формування механізму впливу організаційної культури. Ієрархічна система виділених у такий спосіб цінностей породжує найбільш адекватну сукупність способів їх реалізації, що втілюються у способах діяльності та формують внутрішньогрупові норми та моделі поведінки. Основним завданням є визначення механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Американські дослідники Т. Пітерс і Р. Уотерман виявили низку особливостей організаційної культури, які сприяють успіху підприємства: управлінські рішення слід приймати навіть при обмеженій кількості інформації, головне – вчасно; центральним моментом організаційної культури є задоволення потреб споживача; заохочення самостійності та ініціативності; персонал сприймається як найважливіша цінність і актив підприємства; керівники підприємств регулярно відвідують керовані ними об'єкти і безпосередньо спілкуються з персоналом на місцях їх роботи; сувора орієнтація на основну діяльність; простота організаційної структури, штат управління; поєднання гнучкості (за рахунок мінімуму контролю та втручань керівництва) і жорсткості (за рахунок загальних цінностей) на підприємстві [3].

Сате В. сформував модель впливу організаційної культури, в межах якої розглядає вплив культури на життєвий цикл підприємства за допомогою таких процесів, як прийняття рішень; контроль; комунікації; комерційна таємниця; сприйняття організаційного середовища; виправдання своєї поведінки. При цьому В. Сате виділяє два рівні організаційної культури: поверхневий (зразки організаційної поведінки) і підповерхневий (цінності). Ефективність функціонування підприємства торгівлі залежить від того, як реалізуються зазначені процеси [3].

Американський соціолог Т. Парсонс розробив узагальнену модель взаємозв'язку організаційної культури та результатів діяльності підприємства – модель AGIL [3].

Огляд зазначених наукових поглядів показує, що для успішної діяльності підприємство повинно адаптуватися до умов зовнішнього середовища, досягати поставлених цілей, інтегрувати свої складові, визначені споживачами.

Швейцарським дослідником Д. Денісоном було розроблено модель впливу організаційної культури на ефективність підприємства, яка полягає у взаємодії чотирьох факторів організаційної культури: залучення, узгодженість, адаптивність і місія. За цією моделлю

ефективна організація – це підприємство, здатне вирішувати проблеми внутрішньої інтеграції та зовнішньої адаптації.

Таким чином, організаційна культура впливає на діяльність підприємств торгівлі за п'ятьма напрямками, які охоплюють: процеси, що відбуваються на підприємстві торгівлі; структуру підприємства торгівлі; організаційну поведінку; конкурентоспроможність; загальну результативність діяльності підприємства торгівлі, що дозволить урахувати та проаналізувати сукупний вплив організаційної культури на підприємство торгівлі, включаючи всі аспекти діяльності та життєвий цикл підприємства.

Якість функціонування будь-якого механізму, у тому числі й механізму впливу організаційної культури, залежатиме від взаємопоєднання його складових та узгодженості дій його елементів. Аналізуючи механізм впливу організаційної культури на підприємства торгівлі, слід зазначити, що формування та вдосконалення організаційної культури сприяє підвищенню ефективності діяльності, зростанню продуктивності праці, збільшенню прибутку підприємства, що впливає на ефективність діяльності та конкурентоспроможність. У свою чергу, високі фінансові можливості, ефективний соціальний розвиток та позитивний імідж підприємства допомагають формуванню елементів механізму розвитку організаційної культури.

Механізм управління є складовою системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, які зумовлюють результат діяльності об'єкта управління. Механізм впливу організаційної культури – це сукупність методів, правил, елементів та принципів, які впливають на економічну, організаційну, соціально-психологічну діяльність підприємства, що наведено на рисунку.

Управління формуванням організаційної культури на підприємстві торгівлі потрібно здійснювати за такими основними принципами: орієнтації на досягнення результату; залежності від результату; децентралізації при прийнятті рішень; забезпечення балансу інтересів сторін.

У даний час не існує єдиної унікальної методики оцінки механізму впливу організаційної культури на підприємства торгівлі.

На наш погляд, це пояснюється її міждисциплінарною й унікальною інтерактивною сутністю. Однієї оцінки економічних результатів, що цілком очевидно, зовсім недостатньо, оскільки ефективні фінансові показники можуть пояснюватися загальним економічним зростанням або вдалою ринковою кон'юнктурою, а зовсім не налагодженою роботою персоналу підприємства.



Рисунок – Механізм впливу організаційної культури на підприємство торгівлі

Вимірювання соціально-психологічних якісних параметрів, таких, як мотивація персоналу, форма організації роботи та стан взаємовідносин із зовнішнім середовищем, за допомогою формул є неможливим. Тому, на наш погляд, буде доцільно використовувати анкетування (відповідно до ієрархічної структури), які дозволять на основі опитування оцінити стан організаційної культури підприємства торгівлі. На нашу думку, для цього можна використовувати такі методи вивчення та вимірювання організаційної культури:

1. Метод системного аналізу (включаючи морфологічний та функціонально-параметричний опис організаційної культури).

2. Статистичні методи (нормативний, порівняльний, відстеження змін, конструктивно-критичний).

3. Методи опитування: інтерв'ю, анкетування, соціометричний.

Для досягнення своїх цілей підприємству слід намагатися інтегрувати зусилля персоналу, оскільки лише за умов послідовної та інтегрованої діяльності підвищується ефективність.

Такий вид інтеграції є ефективним джерелом стабільності та внутрішньої узгодженості на підприємстві. Механізм підвищення рівня інтегрованості підприємства полягає в системі дій, що спрямовані на прийняття персоналом ключових цінностей підприємства, уміння досягати згоди в ході вирішення конфліктів між собою та зі споживачами, координації та інтеграції, які полягають у можливості підрозділів підприємства працювати спільно для досягнення загальних цілей.

Слід також зазначити, що вагомий вплив має залученість персоналу на підприємстві, оскільки це стан, при якому працівники відчують, що їх діяльність тісно пов'язана з цілями організації, що вони наділені повноваженнями, що цінується робота в команді та пріоритет надається розвитку людських здібностей.

Механізм підвищення рівня залученості персоналу в діяльність підприємства полягає в наступному: дії з делегування повноважень необхідно здійснювати таким чином, щоб співробітники мали можливість проявити ініціативу та здатність керувати своєю працею (це створює відчуття власності й відповідальності відносно підприємства); дії з орієнтації персоналу на роботу в команді (підприємство орієнтується на командні зусилля під час виконання роботи, при цьому співробітники працюють спільно для досягнення результатів, відчуваючи взаємну відповідальність); розвиток здібностей персоналу (підприємство безперервно інвестує кошти в розвиток навичок персоналу для збереження конкурентоспроможності та задоволення потреб ринку) [1].

Адаптація персоналу як налагоджена функція організаційної культури забезпечує два найважливіших параметри виживання підприємства торгівлі на ринку: по-перше, стабільність діяльності підприємства в сучасних умовах, що динамічно змінюються, по-друге, оперативність, здатність до швидкої та гнучкої реакції на зміни, що відбулися. Запорукою стабільної роботи підприємства, на нашу думку, є чітко вибудована система комунікаційних та інформаційних процесів на підприємстві, коли є зворотний зв'язок і постійний обмін інформацією між співробітниками. Механізм підвищення рівня адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища полягає в наступному: збирання й аналіз інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, з урахуванням вимог споживача (анкетування та інтерв'ювання споживачів, замовлення у консалтингових фірм дослідження ринку, організація зворотного зв'язку); проведення своєчасних необхідних змін (інформування співробітників, їх навчання, підвищення кваліфікації, проведення тренінгів, зміна мотиваційних стимулів); здійснення постійного контролю та необхідного корегування проведених змін (анкетування; організація «підтримки» результатів навчання за рахунок тренінгів, зміна складу персоналу) [1].

Більшість підприємств не усвідомлюють важливості досягнення синергетичного ефекту кадрового потенціалу за рахунок створення єдиної команди. Створити команду – це завдання лідера-керівника, який повинен вибудувати працездатний ланцюжок: «керівник високого рівня – команда – синергетичний ефект».

Кадрова синергія дозволяє максимально використовувати потенціал кожного працівника, перетворивши підприємство торгівлі на механізм, який може самостійно розвиватися, використавши тим самим явище самоорганізації з усіма її численними, насамперед позитивними, рисами.

Досить перспективним напрямом також є залучення персоналу до роботи зі зниження втрат підприємства, що позитивно відобразиться на продуктивності праці. Для мінімізації втрат відповідно до структури виконуваних робіт формуються команди, які наділяються повноваженнями щодо прийняття рішень. Відносини між командами будуються на основі взаєморозрахунків, тому для підвищення рівня організаційної культури внутрішніх відносин, на наш погляд, можна рекомендувати використовувати командні контракти.

За останні десятиліття спостерігається тенденція швидких змін у діяльності підприємств торгівлі, кон'юнктури ринку і технологій,

тому, з нашої точки зору, виникає необхідність постійного навчання на робочому місці за допомогою використання такого інструмента, як коучинг.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що багато параметрів організаційної культури підприємств торгівлі впливають на результативність діяльності та в динаміці можуть змінювати свій стан. Саме тому в сучасному світі потрібно вміти швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища і мати для цього ефективну систему управління.

Список літератури

- 1.Израелян Г. С. Влияние корпоративной культуры на оценку эффективности труда / Г. С. Израелян, С. А. Орехов // Транспортное дело России. – 2009. – № 6 (67).
- 2.Мескон М. Х. Основы менеджмента = Management / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. третьего изд. – М. : Дело, 1998. – 800 с.
- 3.Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О. Г. Тихомирова. – СПб. : ИТМО, 2008. – 148 с.
- 4.Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство : [пер. с англ.] / под ред. В. А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
- 5.Официальный сайт Института корпоративной культуры. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://corpculture.ru/>>.

Отримано 30.10.2012. ХДУХТ, Харків.

© Ю.В. Гайдай, 2012.

УДК [338.46:640.41]:005.336.3

О.В. Куценко, асп. (*ДонНУЕТ, Донецьк*)

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ СПОЖИВЧА ОЦІНКА

Розглянуто питання проведення маркетингових досліджень із оцінки якості готельних послуг методом анкетування, а також визначено основні пріоритети клієнтів готелів.

Рассмотрен вопрос проведения маркетинговых исследований по оценке качества гостиничных услуг методом анкетирования, а также определены основные приоритеты клиентов гостиниц.