

Т.С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

І.В. Скаковський, студ. (ХДУХТ, Харків)

ТОРГІВЛЯ ОРГАНІЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

За якістю життя Україна займає 98 місце серед 111 країн, за рівнем смертності – перше місце в Європі. Значний, якщо не визначальний, вплив на ці показники має якість продуктів харчування. Англійська народна мудрість говорить: «ми те, що ми їмо».

Сприятливі вирішенню проблеми підвищення якості продуктів харчування покликана організація виробництва органічної продукції, яка проводиться відповідно до затверджених стандартів і передбачає відмову від використання пестицидів, ГМО та інших регуляторів росту. Наприклад, у сільському господарстві на полях не використовуються мінеральні і хімічні добрива, а для боротьби зі шкідниками використовуються фізичні і біологічні методи: ультразвук, шум, світло, пастки, температурні режими. У тваринництві особлива увага приділяється кормам (без консервантів, стимуляторів росту, збудників апетиту) і безстресовим умовам утримування і транспортування, заборонено використання антибіотиків і гормонів. Щодо готової продукції – заборонено рафінування, мінералізація та інші прийоми, які знижують живильні властивості продукту, а також додавання штучних ароматизаторів, барвників (крім тих, які визначені у відповідних стандартах).

Початок розвитку органічного виробництва бере з 70-х років ХХ століття. Через двадцять років органічне виробництво охоплювало більше 750 організацій з 100 країн світу. Разом з цим розвитком розроблялася організаційно-правова база, принципи, вимоги, директиви ефективного виробництва органічної продукції.

Найбільшими виробниками органічної продукції є Австралія, США і Європейський Союз. У країнах Центральної і Східної Європи лідерами по виробництву органічної сертифікованої продукції стали Угорщина, Чехія і Польща.

По споживанню органічних продуктів світовим лідером є Швейцарія, США, Данія, Австрія. У більшості країн реалізація органічних продуктів здійснюється через магазини. У Японії ще в 1990 році виникла система поставок «тейкей», відповідно до якої біля мільйона споживачів уклали прямі договори на постійну поставку органічних продуктів.

Результати опитування американських покупців говорять про те, що 70% з них вибирають органічну продукцію тому, що вона вільна від пестицидів, 68% – думають, що вона більш свіжа, 55% – вважають, що, споживаючи органічну їжу, вони захищають себе від споживання ненатуральних, генетично модифікованих організмів. Більше половини американців купують органічні продукти тому, що вони «краще для здоров'я» і «краще для навколишнього середовища».

Всеукраїнська Асоціація органічного землеробства і садівництва проводить роботу по підготовці господарств до сертифікації за міжнародними стандартами і формуванню ринку органічної продукції. Розроблені рекомендації з технологій органічного виробництва відповідно до вимог Стандартів Європейського Союзу і оформлені у вигляді брошур. Господарствам, що вже перейшли на технології органічного виробництва або збираються здійснити такий перехід, надається необхідна консультаційна і інформаційна допомога по впровадженню або вдосконалюванню органічних технологій.

В Україні виробництво та споживання органічної продукції знаходиться на стадії розвитку, і цей процес сертифікується за Стандартами ЄС та щорічно інспектується. Сертифіковані органічні господарства або ті, що перебувають у процесі сертифікації, об'єдналися в Асоціацію органічного землеробства і садівництва (АОЗіС).

Сертифікацію проводить швейцарське відділення європейського органа сертифікації і контролю – Інститут маркетингу органічної продукції (ІМО) разом з українським «Органік стандарт». Сертифікат – це гарантія якості і безпеки продуктів для покупця, а органічні технології – це гарантія стабільності виробництва і ринку для виробника.

Україна зараз впритул наблизилася до створення органічного сегмента в сільському господарстві і в торговельній сфері. Раніше у нас не було вибору. Тепер і в Україні ми зможемо купувати безпечні і корисні продукти.

В Харкові перший магазин органічних продуктів харчування вже існує, його назва «Chalet Organique». В ньому можна замовити з доставкою додому наступні органічні продукти харчування: м'ясо, птицю, яйця, молочну продукцію, овочі, фрукти та ін.

Висновок. Україна має величезний потенціал для виробництва та реалізації органічної продукції: багаті чорноземи, сприятливі кліматичні умови, передові наукові розробки. Необхідно лише створити умови для розвитку ринку органічної продукції, сертифікованої за міжнародними Стандартами. Сертифікат – це гарантія якості і безпеки продуктів для покупця.

Т.С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

О.П. Ткаченко, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Дієва система мотивації праці є інструментом, що підвищує вартість підприємства – через посилення ефективності роботи всього колективу в цілому і значне зниження витрат на підбір та адаптацію персоналу.

Організація ефективної системи мотивації праці є однією з найбільш складних практичних проблем менеджменту підприємств. Типовими проблемами в підприємствах ресторанного господарства, пов'язаними з низькою мотивацією персоналу є: висока плинність кадрів; висока конфліктність; низький рівень виконавської дисципліни; нераціональність мотивів поведінки виконавців; слабкий зв'язок результатів праці виконавців і заохочення; недбале відношення до праці; збої у виробничому процесі; безініціативність співробітників; незадовільний морально психологічний клімат; небажання співробітників підвищувати свою кваліфікацію тощо.

Система мотивації у підприємствах складається з: прямої матеріальної мотивації (система оплати праці); непрямої матеріальної мотивації (система бенефітів); нематеріальної мотивації. Практика господарювання свідчить, що зарплата і використовувана система бенефітів не завжди є вирішальним чинником підвищення зацікавленості співробітників до ефективної праці. Одним з інструментів вирішення даної проблеми є формування на підприємстві дієвої системи нематеріальної мотивації.

У підприємствах ресторанного господарства найчастіше використовуються такі види нематеріальної мотивації праці як: забезпечення кар'єрного зростання; гнучкий графік робочого часу; пріоритети в отриманні нової техніки, обладнання; проведення професійних конкурсів серед співробітників; проведення корпоративних свят; забезпечення співробітників формою; оплата послуг стільникового зв'язку.

Під час впровадження системи нематеріального стимулювання на підприємстві і виборі певних методів впливу на ефективність роботи співробітників, необхідно на початкових етапах визначити як кожен співробітник позиціонує себе по відношенню до підприємства. За наслідками діагностики можуть бути визначені наступні категорії співробітників:

- співробітник-індивідуаліст – не ототожнює свої інтереси з інтересами підприємства, орієнтований на максимальну матеріальну мотивацію;
- співробітник-колективіст – вважає себе членом колективу, ототожнює свої інтереси з інтересами підприємства. Від визначення, категорії співробітника, залежатиме який метод нематеріального стимулювання для нього найбільш дієвий.

Неможливо створити єдину універсальну мотиваційну систему для всіх співробітників, вона повинна бути науково прорангована і враховувати як «цінність фахівця», з погляду загальних успіхів підприємства, так і його індивідуальні досягнення на посаді. Необхідно відзначити той факт, що система нематеріального стимулювання як один з компонентів системи мотивації персоналу, буде адекватно сприйматися співробітниками і, отже, ефективно працювати, лише в тих випадках, коли вони отримують справедливую ринкову заробітну плату, на величину якої працівник може впливати самостійно, відповідно до досягнутого ним результату роботи.

Для сучасних працедавців дуже важливо визначити основні мотиви, які примушують працювати його фахівців ефективно і з повною віддачею для досягнення цілей підприємства і створити відповідну систему мотивації персоналу. Дуже часто на питання: «Як Ви мотивує своїх співробітників?» керівникам підприємств важко відповісти. На думку багатьох психологів, ентузіазм найнятих робітників залежить від наступних чинників:

- упевненість працівника в тому, що його ефективна робота приведе до запланованої професійної мети (успішна реалізація проекту тощо);
- упевненість працівника в тому, що його професійні успіхи будуть оцінені і винагороджені працедавцем;
- упевненість працівника в заохоченні, що очікується.

Виходячи з цих чинників, сучасний працедавець може побудувати ефективну систему мотивації праці, яка дозволить підвищити ефективність результату праці співробітників, а також вчасно виявити можливі демотивуючі причини і мінімізувати свої ризики в управлінні персоналом. В даний час система нематеріальної мотивації на українських підприємствах недооцінена і використовується не повною мірою, або не використовується зовсім. Проте, у зв'язку з необхідністю утримання і підбору висококваліфікованих кадрів, багато підприємств у найближчому часі будуть вимушені використовувати нематеріальну мотивацію як один з компонентів ефективної системи мотивації праці.

Т.С. Погребняк, викл. (ХТЕК КНТЕУ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ

Результати діяльності багатьох підприємств і накопичений досвід їхньої роботи з кадрами свідчить, що формування трудових колективів, забезпечення високої якості кадрового потенціалу є вирішальними факторами ефективності роботи підприємства і конкурентоспроможності продукції.

Персонал — найбільш складний об'єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати пред'явлені до нього вимоги, має суб'єктивні інтереси і т.п.