

imported energy, it is necessary to attract foreign investments to replace energy-intensive production.

Further research perspectives will be connected with the development of Ukrainian oil and fat industry, advisability of resource and technical base reconstruction, investments in energy saving technologies and the ability of production facilities balance. Moreover, the notion of production culture will be

researched more thoroughly. While implementing ecologization programs, it is significant to create systems of advanced trainings, to educate specialists in various fields how to save all kinds of resources, reduce harmful emissions in the environment, solve problem of system optimization of different production processes and as a result manufacture cleaner production.

References:

1. Щербак Е.А. Сучасний стан та перспективи розвитку олійно-жирового виробництва у Запорізькій області / Е.А. Щербак // Продуктивність агропромислового виробництва. Серія «Економічні науки». – 2013. – Вип. 24. – С. 124–133.
2. Про чергові загальні збори учасників асоціації «Укроліапром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/90>.
3. Hsu, A., J. Emerson, M. Levy, A. de Sherbinin, L. Johnson, O. Malik, J. Schwartz, and M. Jaiteh. (2014). The 2014 Environmental Performance Index. New Haven, CT: Yale Center for Environmental Law and Policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epi.yale.edu>.
4. JovanovicBranimir“HowPolicyActionsAffectShort-termPost-crisisrecovery?”, CEIS Working Paper No. 253, October 2012, University of Rome “Tor Vergata”.
5. International Sustainability and Carbon Certification [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iscc-system.org/en/iscc-system/about-iscc/>.

Бескупська О.В.

Вінницький національний аграрний університет

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ПІД ЧАС КРИЗИ

Резюме

У статті розглянуто необхідність екологізації діяльності українських підприємств. Описано основні проблеми та недоліки сучасного агропромислового комплексу. Надано рекомендації щодо розвитку олійно-жирової промисловості України під час кризи.

Ключові слова: екологізація, олійно-жирова промисловість, інвестиційна привабливість, криза, експортний потенціал.

Бескупская Е.В.

Винницкий национальный аграрный университет

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ МАСЛОЖИРОВОЇ ПРОМІШЛЕННОСТІ УКРАЇНИ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА

Резюме

В статье рассмотрена необходимость экологизации деятельности украинских предприятий. Описаны основные проблемы и недостатки агропромышленного комплекса. Даны рекомендации по развитию масложировой промышленности Украины во время кризиса.

Ключевые слова: экологизация, масложировая промышленность, инвестиционная привлекательность, кризис, экспортный потенциал.

УДК 005.73:339.17.009.12

Білявська Ю. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ 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.

Ключові слова: організаційна культура, механізм, принцип, підприємство, діяльність.

Постановка проблеми. Широкомасштабні зміни у суспільстві, а також перехід України до ринкової економіки зумовив структуру трансформації всіх форм життєдіяльності: економіки, культури, свідомості, що вимагає системного переосмислення багатьох теорій, усталених понять і парадигм.

Управління сучасним підприємством являє собою складні, різноманітні й багатовимірні процеси, що реалізуються у межах системи управління, яка може бути представлена багатьма взаємопов'язаними елементами, такими як об'єкт, суб'єкт, принципи, інструменти та методи. Ефек-

тивний розвиток організаційної культури на підприємстві можливий за умови застосування налагодженого процесу її формування.

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, навички, світогляд, етичні і естетичні рівні розвитку та ін.) та матеріальних (грошова винагорода, будівлі та ін.) надбань суспільства, які відображають історично досягнутий рівень розвитку суспільства, визнаються більшістю членів колективу організації і втілюються в результатах продуктивної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розкриття механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств розглянуто в роботах таких вітчизняних та іноземних авторів, як: О. Бала, Л. Балабанова, Е. Браун, Р. Гріфін, Д. Дреннан, Г. Захарчин, К. Камерон, В. Коновалова, Д. Ліфінцев, А. Мазаракі, Г. Морган, М. Пакановський, Т. Персікова, А. Радугін, Т. Соломандіна, О. Тихомирова, О. Харчишина, Е. Шейн, Х. Шварц, Г. Хофстеде, Ч. Хенді. Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що на сьогоднішній день мало уваги приділено механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для сучасних підприємств важливою є оцінка впливу організаційної культури, яку можливо виміряти через конкретні показники діяльності. Механізм впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі полягає у 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.

Мета статті полягає в аналізі механізму впливу організаційної культури на діяльність підприємств. Ієрархічна система виділення 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 визначити механізм впливу організаційної культури на діяльність підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Американські дослідники Т. Пітерс і Р. Уотерман виявили ряд 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; суворі орієнтація на основну діяльність; проста організаційна структура, штат управління; поєднання гнучкості (за рахунок мінімуму контролю та втручань керівництва) і жорсткості (за рахунок загальних цінностей) на підприємстві [3].

В. Сате 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 вчений 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, що 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 врахувати і проаналізувати сукупний вплив організаційної культури на підприємство торгівлі, включаючи всі аспекти діяльності та життєвий цикл підприємства.

Якість функціонування будь-якого механізму, у тому числі і 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. Саме тому на рис 1. пропонуємо методологічні підходи до побудови елементів механізму формування організаційної культури підприємств торгівлі.

Механізм управління є складовою системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, які обумовлюють результат діяльності об'єкта управління. Механізм впливу організаційної культури це сукупність, методів, правил, елементів та принципів, що 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.

В даний час не існує єдиної унікальної методики оцінки механізму впливу організаційної культури на підприємства торгівлі. На наш погляд, це пояснюється її міждисциплінарною і унікальною інтерактивною сутністю. Однею 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.

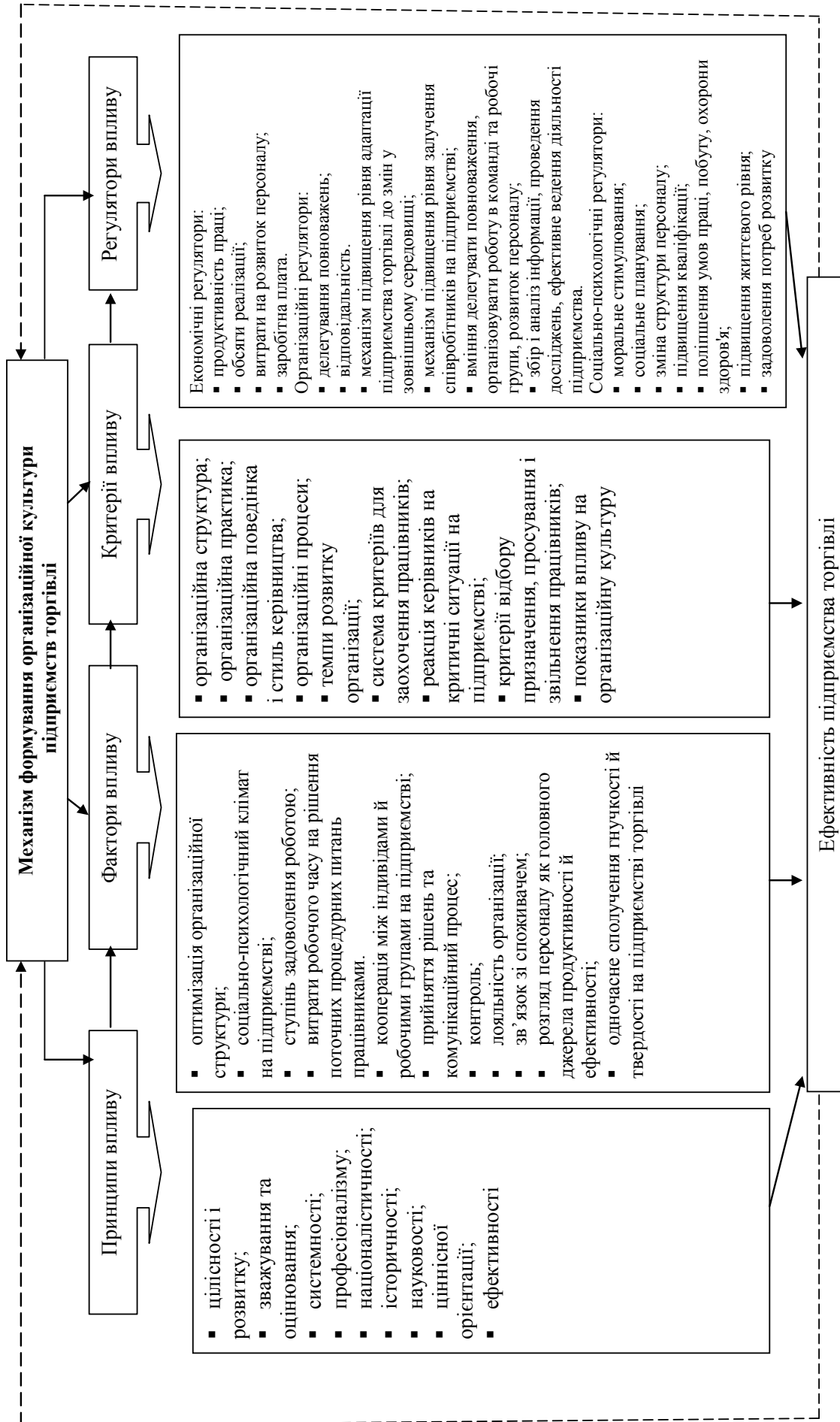


Рис. 1. Методологічні підходи до побудови елементів механізму формування організаційної культури підприємств торгівлі

Вимірювання соціально-психологічних якісних параметрів, таких як мотивація персоналу, форма організації роботи і стан взаємовідносин із зовнішнім середовищем, за допомогою формул неможливо. Тому, на наш погляд, буде доцільно використовувати для цього анкетування (відповідно з ієрархічною структурою), 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 морфологічне та функціонально-параметричне опис організаційної культури).

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

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

Для досягнення своїх цілей підприємство повинно намагатися інтегрувати зусилля персоналу, оскільки лише при послідовній та інтегрованій 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 при вирішенні конфліктів між собою та зі споживачами, координації та інтеграції, які полягають в 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 відчувають, що їх діяльність тісно пов'язана з цілями організації, що вони наділені повноваженнями, що цінується робота в команді й пріоритет віддається 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 прояву ініціативи і здатність управляти своєю роботою (це створює почуття власності й відповідальності по відношенню до підприємства); дії з орієнтації персоналу на роботу в команді (підприємство орієнтується на командні зусилля при виконанні 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 параметра виживання підприємства торгівлі на ринку: по-перше, стабільність діяльності

підприємства в сучасних умовах, що динамічно змінюються, і, по-друге, оперативність, здатність до швидкої і 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 зворотній зв'язок і постійний обмін інформацією між співробітниками. Механізм підвищення рівня адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища полягає в наступному: збір і аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства з урахуванням вимог споживача (анкетування та інтерв'ювання споживачів, замовлень у консалтингових фірм дослідження ринку, організації зворотного зв'язку); проведення своєчасних необхідних змін (інформування співробітників, їх навчання, підвищення кваліфікації, проведення тренінгів, зміна мотиваційних стимулів); здійснення постійного контролю і необхідної 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 задача лідера-керівника, який повинен вибудувати працездатний ланцюжок: «керівник високого рівня» – «команда» – «синергетичний ефект».

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

Досить перспективним напрямком також є залучення персоналу в роботу по зниженню втрат підприємства, що позитивно відобразиться на продуктивності праці. Для мінімізації втрат у відповідності зі структурою 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 інструменту, як коучинг.

Висновки. Підсумовуючи дослідження, 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., Орехов С.А. Влияние корпоративной культуры на оценку эффективности труда / Г.С. Израелян, С.А. Орехов // Транспортное дело России. – 2009. – № 6(67).
2. Основы менеджмента / [М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури] ; пер. 3-го англ. 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 / Э.Х. Шейн ; пер. с англ. ; под ред. В.А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
5. Официальный сайт Института корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://corpulture.ru/>.
6. Jaques E. The Changing Culture of Factory. New York: Dryden Press, 1952.175.0ushi W. Theory "Z": How American Business can meet the Japanese challenge.–Reading, MA.: Addison-Wesley, 1981. – P. 340.
7. Morgan G. Images of Organization. – Beverly Hills, Calif.: Sage, 1986. – P. 135.
8. Pacanowski M., O'Donnel-Trujillo N. Communication and Organizational Ciltire //The Western Journal of Speech Communication, 1982. Vol. 46. – P. 115–130.

9. Parsons T. The social system.– Glencoe.– 111.: Free Press, 1969. – 102 p.
10. Pifers T.J., Waterman R.H. In Search of Excellence Lessons from America's Best-Run Companies.– New York; Harper & Row, 1982. – 310 p.

Белявская Ю. В.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

Резюме

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 действенное влияние на факторы, которые обуславливают результат деятельности объекта управления.

Ключевые слова: организационная культура, механизм, принцип, предприятие, деятельность.

Biliavska Y. V.

Kyiv National University of Trade and Economics

APPROACHES TO THE CONSTRUCTION OF ORGANIZATIONAL CULTURE MECHANISM OF TRADE ENTERPRISES

Summary

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.

Keywords: organizational culture , mechanism, principle business activities.

УДК 338.3

Богаченко А. В.

Одесский национальный политехнический университет

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Розглянуто джерела фінансування розвитку малого промислового підприємництва. На сучасному етапі розвитку країни через складну економічну та політичну ситуацію мале промислове підприємництво має обмежене коло джерел додаткового фінансування та потребує зваженого підходу до обрання таких джерел, враховуючи всі можливі наслідки. У даній статті проаналізовано стан малого промислового підприємництва та основні тенденції щодо застосування джерел фінансування розвитку, якими можна користуватися на сьогоднішній день. На основі проведеного дослідження систематизовано переваги та недоліки різних груп джерел фінансування.

Ключові слова: мале промислове підприємництво, джерела фінансування, розвиток, внутрішнє фінансування, овердрафт.

Постановка проблеми. Мале підприємництво представляє самий численний шар дрібних власників, які внаслідок своєї масовості в значній мірі визначають соціально-економічний і частково політичний рівень розвитку країни.

Економічна система України переживає складний процес формування нових соціально-економічних відносин в умовах нарощування нестійкого економічного розвитку. У сучасному кризовому економічному та політичному становищі та в результаті втрати частини ринків збуту промисловість зазнає значних втрат. Страждають і малі промислові підприємства, які, з одного боку, мають переваги малого підприємництва, а з іншого – сприяють залученню до процесу виробництва ресурсів, які не використовуються великими підприємствами, та задовольняють диференційований виробничий

і невиробничий попит, освоєння нових ринків і т. д. Тому дуже важливе зважене обрання джерел розвитку малим промисловим підприємництвом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами малого підприємництва займається на сьогоднішній день чимало вчених, як вітчизняних, так і закордонних. Висвітленням проблем малого підприємництва займаються в своїх працях такі провідні науковці, як Варналії З.С., Воротіна Л.І., Колеснікова Л.А., вони акцентують увагу на підходах до вирішення проблем розвитку малого підприємництва. Вагомий внесок у дослідження й аналіз проблем та перспектив розвитку малого підприємництва зробили Половен О.В., Петренко К.Г., Румянцева С., Стричак Г.В., Кондратюк Т. [1–5] та ін.

Дослідженню проблем державної підтримки розвитку малого підприємництва приділили увагу такі