

Поэтому уровень знаний и компетентности в области информационных технологий на предприятии постоянно и неуклонно растет.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Дугельный А. П. Бюджетное управление предприятием / А. П. Дугельный, В. Ф. Комаров. – М.: Дело, 2007. – 432 с.
2. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Грабауров. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 368 с.
3. Исаев Г. Н. Информационные технологии: учебное пособие / Г. Н. Исаев. – М.: Омега-Л, 2012. – 464 с.
4. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: аналіт. доп. / Д. В. Дубов, О. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк. – К.: НІСД, 2010. – 64 с.
5. Малиновський Б.Н. Відоме і не відоме в інформаційних технологіях в Україні / Б. Н. Малиновський – К.: Інтерлінк, 2004. – 214 с.

УДК 35:022

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Білик Л. О., Сапичька І. К.

Резюме. У статті охарактеризовано особливості корпоративної культури підприємства. Досліджено корпоративну культуру як основу формування ефективного механізму та інструменту підвищення конкурентоспроможності в процесі стратегічного управління підприємством задля росту продуктивності праці та збільшення прибутку.

Ключові слова: корпоративна культура, управління персоналом, конкурентоспроможність.

Умови ринкового господарювання потребують нових перспективних форм управлінського впливу, що забезпечили б максимально можливе досягнення бажаних результатів діяльності підприємства. А це в свою чергу передбачає створення системи управління, за якої найманому працівникові об'єктивно була б не вигідною пасивна трудова участь у виробництві. З урахуванням цього менеджер має дбати про формування особистості свідомого, активного працівника та культури поведінки в організації у цілому. Корпоративна культура охоплює більшу частину явищ духовного й матеріального життя колективу: домінуючі в ньому матеріальні цінності й моральні норми, прийнятий кодекс поведінки, манера персоналу одягатися тощо.

Сучасні умови функціонування відзначаються швидкою зміною кон'юнктури ринку, стрімким оновленням виробничих технологій, зростанням конкурентної боротьби, обсягів інформації тощо. Світовий досвід переконливо свідчить, що результати діяльності будь-якого сучасного підприємства визначальною мірою залежать від якості трудового потенціалу персоналу, його знань, умінь, прагнень до всебічного розвитку та ефективної праці [1]. Американський вчений Дж. Пфедфер, проаналізувавши декілька процвітаючих компаній, прийшов до висновку, що ці компанії приділяли дуже багато уваги формуванню та розвитку корпоративної культури [2]. Тобто запорукою успішності будь-якої організації є саме висока та розвинена корпоративна культура. А. Файоль у своїх «відомих» принципах сформулював корпоративний дух, як згуртованість працівників, єдність сил [3].

Дану тематику широко досліджували ряд іноземних та вітчизняних науковців. Серед них слід відзначити наступних: А. Сміт [4], Ф. Тейлор [5], Ф. Гілберт і Л. Гілберт [1], М. Мескон [6], Ф. Хедоури [6], Скибінський С. В. [7], Пасенко Н. С. [8] та ін. Незважаючи на таке широке коло дослідників, залишається багато проблем і невирішених питань, що зумовлене постійною зміною потреб працівників та кризовими явищами, що виникають в країні.

Метою статті є дослідження впливу корпоративної культури на механізм та інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Об'єктом статті є державне підприємство «Селидіввугілля».

Підприємство створене з метою виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг для отримання прибутку, що досягається шляхом:

– забезпечення виконання договірних відносин з поставки вугільної продукції на внутрішні та зовнішні ринки;

– перспективного розвитку та підтримка діючих потужностей виробництва;

– збереження виробничих кооперацій з видобутку та переробки вугілля, підвищення ефективності виробництва і збільшення прибутку;

– підвищення конкурентоспроможності продукції на ринках;

Основними напрямками діяльності підприємства є:

1. Підземний видобуток кам'яного вугілля

2. Реалізація вугільної продукції

3. Забезпечення вугільною продукцією споживачів відповідно до державного замовлення та договорами купівлі-продажу. Оптова торгівля паливом

4. Перспективний розвиток підприємства, нове будівництво, реконструкція, технічне оснащення, будівництво шахт, капітальний ремонт та реставрація споруджень виробничого призначення. Діяльність у сфері інжинірингу

Наведений огляд літературних джерел свідчить, що успішні на світовому рівні компанії мають високий рівень корпоративної культури, який формується в результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу кооперації і на благо всіх зацікавлених сторін. Недарма основні цінності і призначення таких гігантів, як Hewellett Packard, Procter and Gamble, Sony, Motorola, залишаються незмінними, коли стратегія і практика міжнародного бізнесу постійно адаптується до мінливого світу [3].

Характеризуючи розвиток корпоративної культури в Україні, за результатами проведених досліджень протягом 2011-2012рр. в 52 підприємствах можна засвідчити, що: 63% підприємців вважають за доцільне мати ефективну корпоративну культуру на підприємстві; 24% підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій; 10% визнають потребу в ній, але для цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів; 3% узагалі вважають її непотрібною [9] (рис.1).

Необхідність корпоративної культури

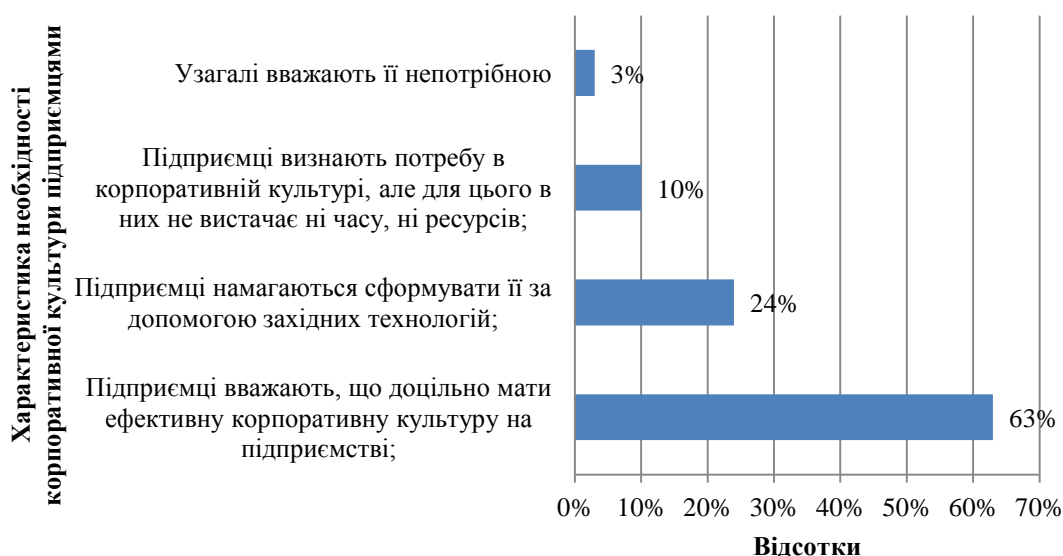


Рис. 1 Необхідність корпоративної культури

Характер корпоративної культури розкривається системою ознак, визначених за декількома критеріями[4]:

– позитивна корпоративна культура фіксує значущість професійно-трудової діяльності як способу реалізації цінності, її саморозвитку, а також цінність підприємства в цілому (мотиваційний рівень високий);

– негативна корпоративна культура – відображає ситуацію, коли становище на конкретному підприємстві в цілому є позитивним, однак, для окремого співробітника з точки зору його саморозвитку та самореалізації – не вигідним (мотиваційний рівень низький).

Варто зазначити, що культура підприємства може виявитися прийнятною на певний період часу й за певних умов. Умови конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни та нові технології вимагають змін корпоративної культури підприємства та підвищення її ефективності[4].

В сучасних умовах підприємство вимушене виживати в умовах нестабільного економічного та політичного становища, успіх тримається на відповідальності та цілеспрямованості працівників, які досить часто вимушені працювати в умовах невизначеності та нестабільності. В таких випадках корпоративна культура підприємства стає основою для колективізму та командного духу, що дозволяє співробітникам ДП «Селидіввугілля» проявляти ініціативу та творчість. Саме тому підприємство приділяє найбільшу увагу створенню та розвитку корпоративної культури в процесі стратегічного планування управління.

З розвитком ринкових відносин корпоративна культура підприємства все частіше стає його конкурентною перевагою, необхідним засобом виживання. На сьогоднішній день в ДП «Селидіввугілля» налагоджена система узгодження зі стратегією та іншими найважливішими елементами організації, які включає в себе система «7С». Одним з ключових елементів концепції «7С» є структура та внутрішня композиція організації, яка відображає розподіл на підрозділи та бізнес-процеси, котрі визначають взаємозв'язки та циркулюючі документи підрозділів підприємства.

Для того, щоб проілюструвати тісний зв'язок систем і процедур з корпоративною культурою, а також, в цілому, взаємозалежність всіх елементів організації необхідно провести аналіз бізнес-процесів підприємства, використовуючи О-модель. Розглянемо конкретний приклад бізнес-процесу закупівлі та виконання господарських договорів(рис.2).

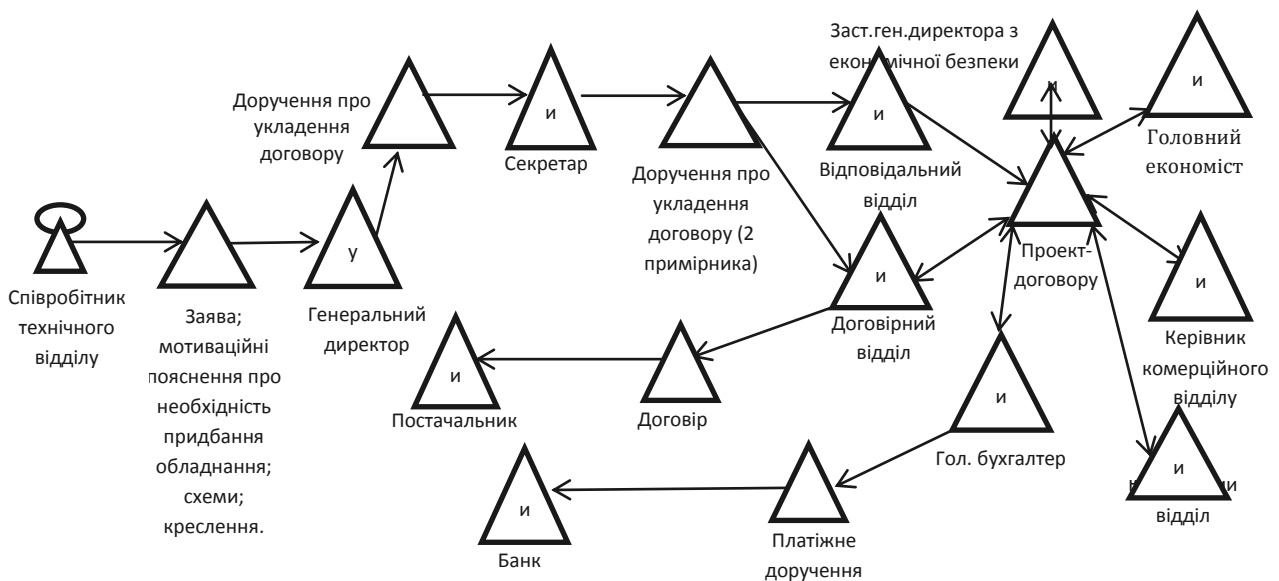


Рис. 2 О-модель бізнес-процесу «Закупівля. Укладання і виконання господарських договорів»

Прецедент даного бізнес – процесу починається, коли виникає необхідність укладання договору. Проекти договорів на постачання устаткування і запасних частин розробляються на підставі заявок відповідних служб і відділів, до яких додаються мотивовані пояснення необхідності придбання обладнання та запасних частин, технічна документація на заявлене обладнання: схеми, креслення і т.д. До підписання договорів або угод керівниками сторін або іншими уповноваженими особами (представниками) проекти договорів перевіряються відділами, в компетенції яких входить об'єкт договору (угоди), на предмет відповідності цих проектів інтересам підприємства, після чого візуються керівниками відповідних відділів.

Специфікації до проектів договорів і угод в обов'язковому порядку візуються службами та відділами шахт. В обов'язковому порядку договори перевіряються і візуються:

- головним бухгалтером;
- керівником комерційного відділу;
- керівником економічного відділу;
- заступником генерального директора з економічної безпеки.

Проекти договорів і угод виробничо-технічного характеру також мають візи:

- технічного директора;
- головного механіка;
- головного енергетика;
- керівника служба охорони праці;
- керівника відділу матеріально-технічного постачання і транспорту.

Візування договорів та угод включає в себе перевірку посадовою особою змісту проекту договору та угоди (з усіма додатками) на предмет його відповідності інтересам ДП «Селидіввугілля» та нормативним документам, а також прийняття персональної відповідальності за зміст проекту договору та угоди за напрямками, що стосуються предмету договору.

Перевірені посадовими особами проекти договорів направляються в юридичну службу для контролю їх відповідності вимогам чинного законодавства України та підпису, а потім на підпис керівнику підприємства без віз вищевказаних посадових осіб.

Підписані керівниками сторін договори передаються для обліку та зберігання в договірний відділ, а їх копії залишаються у відділі, до компетенції якого належить об'єкт договору, для контролю за виконанням. У разі встановлення фактів неналежного виконання договорів відділ, який контролює їх виконання, готує відповідні документи, що підтверджують порушення умов договору і передає їх в юридичну службу для пред'явлення претензій та позовів за порушення договірних зобов'язань (претензій, рекламацій, позовних заяв та ін.).

Для даного бізнес – процесу існує альтернатива розвитку подій:

- якщо юридична служба виявить аспекти, що не відповідають законодавству та інтересам підприємства договір буде відправлений на доопрацювання і внесення змін;
- якщо договір не буде завізований усіма уповноваженими особами, то керівник його не підпише, договір передається назад у відділи на доопрацювання.

На основі розробленої О – моделі був побудований цей бізнес – процес в ПП «Microsoft Office Visio нотації Процедура», що дозволило розмежувати обов'язки кожного співробітника і структурувати взаємозв'язки між ними та істотно підвищити рівень корпоративної культури підприємства ДП «Селидіввугілля» (рис.3).

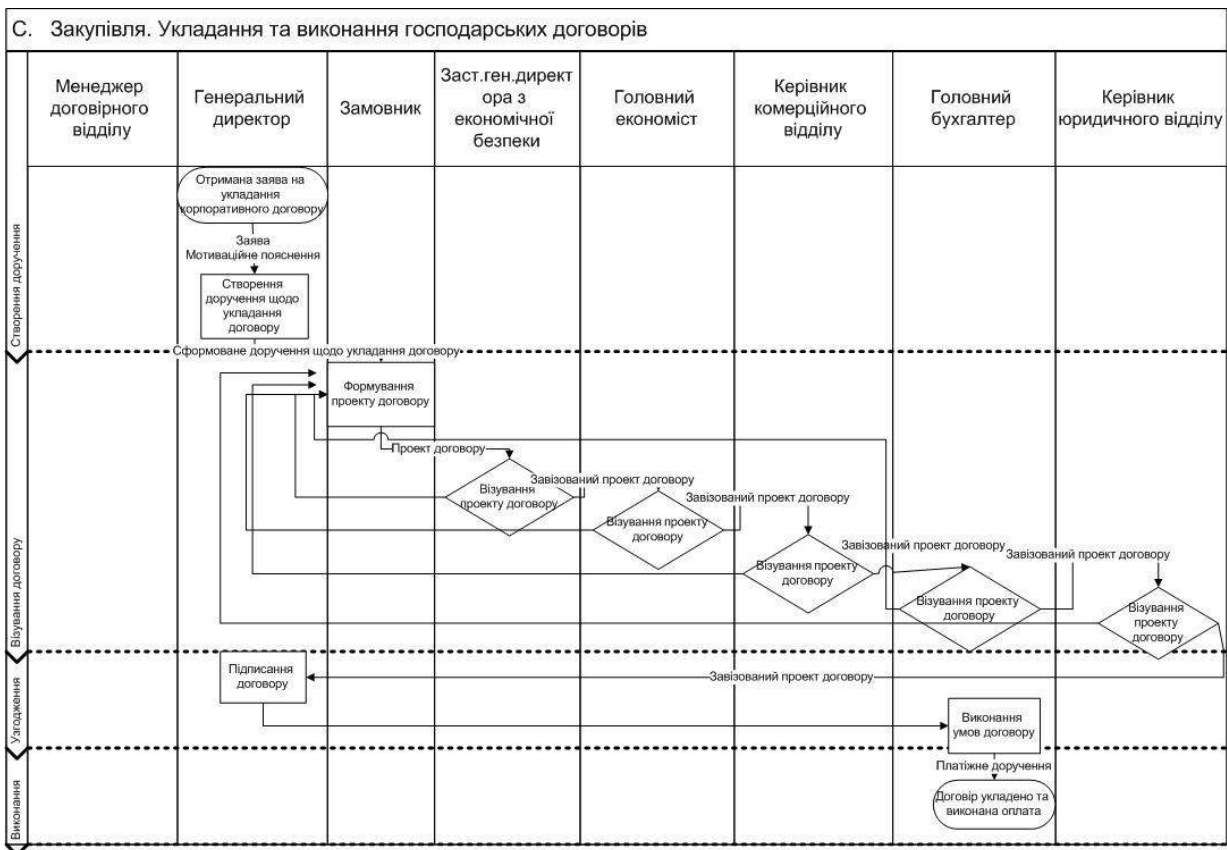


Рис. 3 Бізнес-процес в нотатії Процедура

Основним поштовхом до поліпшення корпоративної культури підприємства ДП «Селидіввугілля» стане проведення реінжинірингу основних бізнес-процесів. У ході дослідження була створена О-модель перепроєктованого бізнес-процесу «Закупівля. Укладання і виконання господарських договорів» (рис.4).

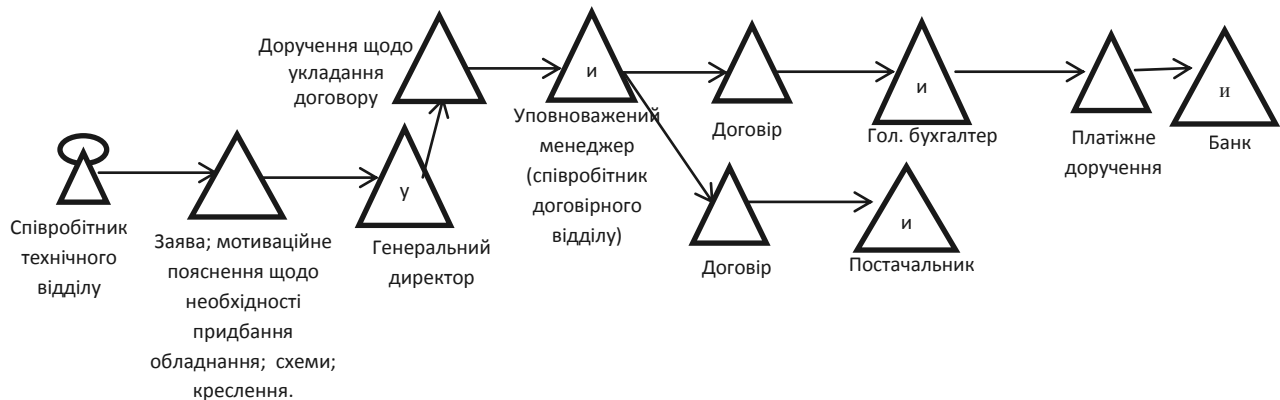


Рис. 4 Перепроєктована О-модель бізнес-процесу «Закупівля. Укладання та виконання господарських договорів»

В перепроєктованому бізнес-процесі головні обов'язки з виконання роботи покладені на уповноваженого менеджера, який безпосередньо взаємодіє з договірним відділом і головним бухгалтером.

Мінімізована кількість погоджень шляхом впровадження «Системи автоматизації договірної діяльності 2.0», яка дозволяє ставити позначку узгодження в автоматичному

режимі, що істотно збільшує оперативність виконання процесу укладання договору, а також зменшує суму витрат на оплату праці великого штату співробітників.

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Для того, щоб оптимізувати зусилля з управління корпоративною культурою необхідно впроваджувати елементи культури, які дозволять підвищити якість виконання виробничих процесів.

2. Наведені результати анкетування засвідчили, що підприємці вважають за доцільне мати корпоративну культуру (63%) і тільки 3% визнають її непотрібною.

3. У ході аналізу бізнес-процесів була використана O-модель, яка дозволила побудувати розглянуті процеси в ПП «Microsoft Office Visio» Нотації Процедура. Завдяки цьому чітко розмежовуються та визначаються обов'язки кожного співробітника, структурується взаємодія між ними та підвищується рівень корпоративної культури підприємства «Селидівугілля».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Задохайло Д.В. Корпоративне управління / Д.В. Задохайло, О.Р.Кібенко, Г.В.Назарова. – Х. : Еспада, 2003. – 333 с.
2. J.Pfeffer Six dangerous myths about pay, Harvard Business Review [Електронний ресурс] – 1998 May/June.– p.54–63.– Режим доступу: <http://maaw.info/ArticleSummaries/ArtSumPfeffer98.htm>
3. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы / Могутнова Н.Н. // СОЦИС. – 2005. – №4. – С. 130 – 136.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Эксмо, 2007.960 с. — (Серия: Антология экономической мысли).
5. Кравченко А.И. Классики социологии менеджмента: Ф. Тейлор и А. Гастев, СПб, «Русский Христианский Гуманитарный Институт», 1998.– 316 с.
6. Мескон Майкл. Основы менеджмента / Альберт Франклин Хедоури.– М: Дело, 2007. – 704 с.
7. Скибінський С.В. Маркетинг.– Львів: Місіонер, 2000. – 640 с.
8. Пасенко Н.С. Формування дієвої системи мотивації праці на сучасному етапі / Н.С. Пасенко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : Вид-во ДНУ, 2002. – Вип. 162. – С. 19–29.
9. Мельниченко С. Управління корпоративною культурою підприємства // Вісник Київського національного торгово-економічного університету, № 5. – 2012.–С.

УДК 659.441.87

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА

В. Ю. Василенко, А. В. Пригунов

Резюме. Высшие учебные заведения Украины различных уровней аккредитации ежегодно сталкиваются с проблемой привлечения учащихся в ряды своих студентов. Жесткая конкуренция, порожденная избытком предоставляемых образовательных услуг в условиях рыночной экономики, обуславливает применение инструментов маркетинга и менеджмента, являющихся на текущем этапе неотъемлемыми составляющими процесса управления профессионально-ориентационной деятельности ВУЗа и необходимым условием «выживания» учебного заведения.

Ключевые слова: профессионально-ориентационная деятельность, информационное обеспечение, приемная компания.

Представить свой ВУЗ привлекательным в глазах выпускников школ, техникумов и правильно сориентировать будущих студентов при выборе направления их дальнейшего обучения, обеспечив достаточный набор, становится одной из основных задач деятельности ВУЗа. Поэтому исследование процессов, связанных с маркетинговой деятельностью во взаимоотношениях «абитуриент – ВУЗ», является актуальной проблемой ВУЗов.

Целью исследования является совершенствование информационного обеспечения