

інших можливих учасників ринку, що буде перешкоджати реалізації агресивних задумів конкурентів.

Якщо розглядати підприємство, яке формує за допомогою іміджу бажану споживчу поведінку, та клієнта, на якого спрямовано вплив іміджу, як учасників ринкових відносин, що час від часу вступають у конфронтацію, то можна припустити, що їхня взаємодія може бути охарактеризована стилями поведінки за Томасом-Кілменном. Тобто реакцію споживача, як результат на вплив іміджу, можна диференціювати: 1) як таку, що ніяким чином не узгоджується із маркетинговими цілями підприємства, 2) таку, що частково узгоджується із цілями підприємства, 3) повністю узгоджується із маркетинговими цілями підприємства.

З іншого боку, для визначення стилю поведінки підприємства у конфліктній ситуації, яка виникає у разі часткового або повного неузгодження реакції споживача із цілями підприємства, необхідно враховувати ступінь реалізації цілей підприємства, які також можуть бути досягнуті частково або повністю.

Тоді, у відповідності із теорією Томаса-Кілменна, якщо цілі підприємства не досягнуті, а споживач не зацікавлений у їхній реалізації, оскільки вони не відповідають його очікуванням, виникає ситуація конфлікту (стиль конфлікт), яка проявляється в підвищеній агресивності рекламних заходів.

Коли ж цілі підприємства є недостатньо окреслені в заходах підприємства і не зрозумілі споживачу, він ігнорує такий вплив (стиль ігнорування), а підприємство, в свою чергу, втрачає можливість впливати на споживача.

Проте може існувати ситуація, коли підприємство ставить за мету не стільки реалізацію власних цілей, скільки формування певної реакції на імідж, тобто пріоритет надається можливості привернути увагу у будь-який спосіб (стиль пристосування). Такий стиль виправдовує себе тільки тоді, коли він передбачає, що наступним кроком повинне бути використання позитивного іміджу підприємства у реалізації економічних цілей.

Нарешті для ситуації, що відповідає стилю компроміс, характерними ознаками є часткова узгодженість очікувань споживача із цілями підприємства, а тому і часткова реакція на вплив імідж, а підприємство реагує на таку ситуацію очікуванням, тобто погоджується із частковою реалізацією власних цілей. Така ситуація є типовою на етапі виходу підприємства на ринок, коли споживач є ще мало обізнаний із підприємством та його ринковою історією. У цьому контексті можна стверджувати, що імідж відіграє роль одного з елементів соціального капіталу.

Таким чином, беручи до уваги, специфіку дії іміджу на поведінку споживача, доцільно відслідковувати рівень та динаміку таких факторів, як: реакція цільової групи споживачів на імідж підприємства; визначення очікувань споживачів та їх узгодженість з наявним іміджем підприємства; рівень досягнення господарських цілей підприємства, обумовлений позитивним іміджем підприємства.

ТЕХНОЛОГІЇ І МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Штогріна О.А.

Викладач кафедри економіки та управління

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова (Одеса, Україна)

Для досягнення успіху в діяльності ринкова економіка примушує підприємства використовувати усі можливі конкурентні переваги, ключовим з яких є максимально ефективно використання кадрового потенціалу. Стратегії і методи управління персоналом тісно пов'язані із стратегіями самих підприємств, які вступають в жорстку конкуренцію як між собою, так і з іноземними корпораціями.

Миттєві управлінські рішення, які принесли деяким компаніям успіх в 90-х роках ХХ століття, тепер не працюють, багато нових компаній зникли або, досягнувши певного рівня, перестали рости. Опора на старі кваліфіковані кадри «made in USSA» поступово йде з-під ніг, зруйнований інститут передачі кваліфікації і формування кадрових резервів, залишаються гострі проблеми рівня кваліфікації, кар'єрного росту; плінність і недосконала система підбору персоналу призводять до того, що кадрова політика встає як гостре питання і займає все

більший відсоток в стратегічному управлінні. Тому керівники нових компаній і директора багатьох підприємств, що встояли в кризу, починають розуміти необхідність розробки стратегії розвитку «найголовнішого багатства» - кваліфікованих людських ресурсів, особливо гостро стоїть ця проблема у сфері послуг, як одній з напрямів економіки, що динамічно розвивається.

Нині більшість українських підприємств працюють в оточенні, що швидко змінюється і важко передбачуваному. Ефективні прийоми і методи, які роками відточувалися класиками маркетингових рішень в ринковій економіці, після 2008 року вже не приносять очікуваних результатів. Теоретики маркетингу стали говорити про новий підхід, або метамаркетинг, і постринковій економіці. Таким чином, в Україні існуючі технології управління підприємством взагалі і персоналом зокрема застаріли, не встигнувши належним чином розвинутися.

Значення розробки стратегії управління персоналом дуже велике, оскільки це порівняльно молоде, перспективне і необхідне у бізнесі напрям, активно використовуваний в країнах Заходу як база забезпечення конкурентних переваг в організації, на підприємстві в умовах ринку. Ця комплексна категорія, що поступово вводиться в Україні, отримала визнання у всьому діловому світі. А це означає, що, вивчаючи її, менеджери зможуть якісніше працювати на ринку, правильно оцінюючи ситуацію і роблячи необхідні для підприємства кроки.

Якщо провести аналіз, то кожна компанія зуміє знайти специфічні для своїх співробітників способи мотивації.

Що стосується отримання результатів і ухвалення управлінських рішень, хорошим мотиватором при впровадженні системи автоматизації являється можливе збільшення сфери впливу співробітника компанії на фінансовий результат, і як наслідок, на свою власну зарплату. Хотілося б відмітити, що методи залучення персоналу до участі можуть бути різними, тут багато що залежить від типу корпоративної культури, традицій тих, що історично склалися в компанії, політики керівництва.

Сучасні технології дозволяють значно економити фінансові ресурси компанії, які витрачаються на навчання персоналу. Це стає можливим при впровадженні в компанії дистанційного навчання персоналу. Окрім грошового чинника, позитивним моментом є можливість індивідуального навчання кожного співробітника, оскільки знання їх різні залежно від періоду вступу навчаного на роботу. Корисне дистанційне навчання і для актуалізації знань (уміння використовувати нову інформацію), оскільки надає можливість для тестування співробітника після проходження ним тренінгу. Система дистанційного навчання дозволяє відстежувати прогрес кожного співробітника і процес його навчання. У результаті така технологія спрощує тренінг, підвищує швидкість навчання і економить бюджет компанії.

Для керівництва управління процесом зміни ефективності співробітників — одне з найважливіших завдань. Керівникові потрібно донести інформацію, що завдання розробляються для оптимізації роботи співробітника і, таким чином, надається допомога для кращого розуміння цілей, яких йому потрібно досягти. Бажано ставити завдання так, щоб у співробітників виникало безповоротне бажання досягти поставленої мети. Методи автоматизованого контролю потрібні для того, щоб цілі бізнесу надихали співробітників і будили їх мотивацію. Підтвердження зв'язку цілей з мотивацією добре відображене в правилі Парето. Тобто, тільки 20% співробітників приносять 80% доходу. [1]

З виникненням підвищеної самомотивації у персоналу вони домагаються незапланованого надприбутку. Усе це можна спробувати пояснити наявністю двох видів культур. Виділив їх російський соціолог Н.Л. Захаров. Одна їх них раціонально-індивідуалістична. Ця культура базується на постановці чітких цілей (раціональність) і пошуку шляхів їх досягнення з розрахунком на самодисципліну (індивідуальність) співробітника, який домагатиметься цих цілей. Для другої культури характерна її нераціональність і неіндивідуалістичність. Вона, по словах А. Бланка, і характерна для слов'янського підходу до виконання завдань. Слов'янського співробітника тягне результат, який він не сприймає як раціональну мету. Слов'янин віддає перевагу мові серця і йому не підвладна мова розуму і логіки. [4]

Готовність керівництва підприємств витратити засоби і робочий час своїх працівників на перехід до автоматизованому управлінню, як правило, знаходиться в прямій залежності від усвідомлення необхідності змін як в зовнішньому середовищі підприємства, так і в ключових напрямках його внутрішньої діяльності. Здійснений аналіз показав, що менеджери підприємств досить часто недооцінюють серйозність ситуації і міру невідкладності змін. Дослідження

підтвердили: в сучасній економічній ситуації більшість підприємств вирішують переважно тактичні завдання. Більшість керівників характеризують стан підприємства, як стабільна ситуація і потреба її певного поліпшення (підприємство, щоб не відставати від конкурентів, повинне ставити підвищені цілі і удосконалювати процес управління; доцільно переглянути напрями діяльності, зокрема управління персоналом, уміти вчасно переоцінити обрану раніше стратегію).

Керівництво підприємства може не лише оперативно отримувати від служби управління персоналом необхідну інформацію, але також мати можливість безпосереднього доступу до бази даних зі своїми співробітниками. Це дозволяє конфіденційно готувати і проводити деякі кадрові рішення, діставати оперативний доступ до особистих справ співробітників і іншої інформації. Крім того, оперативне отримання аналітичної звітності по персоналу полегшує ухвалення правильних управлінських рішень, що відповідають стратегічному напрямку діяльності, що в умовах високого рівня конкуренції є істотною перевагою і умовою успішної діяльності.

Література:

1. Кузнецов Э.А. Профессиональная система менеджмента: методология, теория и современная практика: Монография. – Одесса: Наука и техника, 2006. – 435 с.
2. Рамперсад Х.К. Универсальная система показателей для оценки личной и корпоративной эффективности / Хьюберт К. Рамперсад, Кари Туоминен. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006 — 148 с.
3. Толмачев А., Багмут Т. Автоматизация оценки эффективности деятельности персонала // Режим доступа: <http://consulting.1c.ru/articles-view.jsp?id=107>
4. Турецкий О.А. Социальный капитал и рынок труда: монография. – Одесса: Феникс, 2011. – 240 с.
5. Фриман Е. М. Оценка человеческих ресурсов инновационных менеджеров предприятия как основного фактора его дополнительного инвестирования / Е.М. Фриман, К.Ф. Ковальчук // Економічні проблеми інноваційно-структурних перетворень в Україні: Управління розвитком: збірник наукових статей. – 2005. – № 3. – С. 112 – 113 с.
6. Штогрин Е.А. Разные подходы к методике разработки системы показателей для оценки работы персонала Сборник материалов научно-практической конференции «Математические и инструментальные методы в инноватике и бизнес-аналитике», Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия, 2013. – 255 с.
7. Штогрин Е.А. Инновационные тенденции в методологии обучения персонала. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції для викладачів, аспірантів та молодих вчених „Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи”, 29-30 березня 2013 року. – Одеса, 2013. – 339 с.

МЕХАНІЗМ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ФОРВАРДНИХ ОПЕРАЦІЙ НА АГРАРНОМУ РИНКУ ТА ОЦІНКА ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

Яцук О.О.

*Кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Фінанси і кредит»
Таврійський державний агротехнологічний університет (Мелітополь, Україна)*

Форвардні операції стали чи не єдиним реально діючим фінансовим інструментом державної підтримки аграрного сектору економіки в умовах хронічного дефіциту обігових фінансових ресурсів. Організація форвардних закупівель передбачає придбання товару на організованому аграрному ринку для потреб державного інтервенційного фонду, який, в свою чергу, формується з метою забезпечення цінової стабільності на аграрному ринку, за рахунок здійснення товарних інтервенцій. Інтервенційний фонд формується Аграрним фондом за рахунок фінансових інтервенцій, заставних форвардних і ф'ючерсних закупівель. Аграрний фонд, як державна спеціалізована установа, уповноважений Кабінетом Міністрів України проводити цінову політику в агропромисловій галузі економіки України, проводить форвардні закупівлі зерна майбутнього врожаю за рахунок коштів, передбачених у Державному бюджеті України на майбутній рік.