

Відтак, система бізнес-комунікацій підприємства є найголовнішим елементом управління підприємством, в рамках якої будується її структура, відбувається взаємний обмін інформацією як в її середині, так і з її зовнішніми об'єктами впливу. Ґрунтуючись на цьому, можна зробити висновок, що формування системи бізнес-комунікацій промислового підприємства на українському ринку може зіштовхуватися з проблемними зонами.

Література

1. Андрусак О.І. Особливості бізнес-комунікацій у системі міжнародних економічних відносин / О.І. Андрусак // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12. – С.26-35.
2. Побережна М.П. Бізнес-комунікації: основні поняття: Матеріали 77 наукової конф. молодих вчених, аспірантів і студентів [“Наукові здобутки молоді – вирішення проблем харчування людства у ХХІ столітті”], (НУХТ, м.Київ, 11-12 квітня 2011 р.) / М.П. Побережна. – 2011. – Ч. III. –357 с.
3. Телетов О. Оцінка якості комунікацій промислових підприємств на прикладі хімічної галузі / О. Телетов, Н. Івашова // Маркетинг в Україні; [гол. ред. А.Ф. Павленко]. – 2009. – № 4 (56). – С.17-21.

Кіріченко О.В., асистент, Кіровоградський національний технічний університет,
м. Кіровоград

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах активної глобалізації бізнесу, позиції підприємства на ринку та його можливості у довгостроковій перспективі значною мірою залежать від успішної реалізації своїх конкурентних переваг. Як свідчить практика, однією з основних таких переваг є розвинена корпоративна культура.

Аналізуючи проблеми корпоративної культури на сучасних підприємствах, необхідно визначити її види, дослідити основні фактори. Це зумовлює необхідність вибору та застосування певних методик для оцінки корпоративної культури з метою її подальшого удосконалення для забезпечення зростання конкурентоспроможності підприємства.

Питання оцінки та діагностики корпоративної культури підприємств висвітлено у працях іноземних і вітчизняних науковців, зокрема Акоффа Р., Бала О.І., Гітельмана Л., Камерона К., Куінна Р., Ландіної Т.В., Левкіна М., Романова П.В., Філлера А., Ханді С., Шейна Й. Аналізуючи наукову літературу, виділимо чотири основних підходи до оцінки корпоративної культури.

Етнографічний підхід є традиційним, полягає у глибинному вивченні корпоративної культури на підприємстві шляхом занурення до неї дослідника протягом тривалого часу. Такий підхід досліджено у наукових працях П.В. Романова [1, с.187]. Автор приділяє особливу увагу трудомісткому та довготривалому аналізу соціальних стосунків в контексті виробництва, управління, корпоративної культури з точки зору напрямків вживання, пізнавальних можливостей і еволюції етнографічного методу.

Метафоричний, або мовний, підхід полягає у дослідженні зразків зовнішніх проявів культури, таких як мова документів, звітності, існуючих розповідей і бесід, з метою виявлення відбитків культури, її сутності та впливу. Недоліком такого підходу є те, що у процесі дослідження не аналізуються фінансово-економічні показники.

Холістичний, або клінічний підхід передбачає з метою пізнання безпосереднє занурення дослідника в культуру. Дослідник фактично стає одним з носіїв культури, але в той самий час повинен залишатися об'єктивним [3, с.156]. Даний підхід є найбільш складним і витратним, оскільки передбачає досить тривале перебування експерта усередині організації.

При застосуванні кількісного підходу дослідник використовує опитувальники і проводить співбесіди для оцінки конкретних проявів культури. Кількісний підхід допускає безліч точок зору, кожній з яких має бути приділена увага при оцінці атрибутів культури організації [2, с.38].

Для ефективної оцінки корпоративної культури, враховуючи переваги та недоліки представлених підходів, доцільно використовувати метафоричний підхід у поєднанні з кількісним. Комплексне застосування цих двох підходів дозволить сформувати цілісне уявлення про стан корпоративної культури на підприємстві.

Література

1. Romanov P. The Middle Level of Management in Industrial Enterprises of Russia / P. Romanov // Management and Industry in Russia / ed. S. Clarke. – Cheltenham, 1995. – P. 170- 198.
2. Филлер А. Диагностика организационной культуры: “то, что можно измерить, можно изменить” / А. Филлер // Управление персоналом – Украина. – 2009. – № 7. – С. 37-40.
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336с.

Осадча-Фіц Л.С., аспірант, Кіровоградський національний технічний університет,
м. Кіровоград

Гончар Т.І., ст. науковий співробітник, “Укراгропромпродуктивність”, м. Кіровоград

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД САМОРЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ПРИ ВИРОЩУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Системне узагальнення особливостей витрат як об'єкту менеджменту на сучасному комерційному підприємстві дає змогу встановити, що управління ними покликане вирішувати значний за обсягом перелік задач, головною серед яких є пошук резервів їх скорочення на усіх етапах виробничого процесу у окремих підрозділах підприємства. При цьому, організаційно-економічні засади управління витратами сільськогосподарських підприємств з виробництва продукції свинарства слід розглядати як сукупність систем, методів, моделей, прийомів розрахунку, що використовуються з метою управління їх рівнем протягом різних періодів функціонування суб'єкту господарювання та визначення прибутку від діяльності, прийняття управлінських рішень щодо