УДК 330.341:316.4

ПАРАДИГМА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ РОЗБУДОВИ ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В.С.КУДЛАЙ, В.В. ХМУРОВА

Київський національний університет технологій та дизайну

У цій статті розглянуто питання формування концепції організаційно-структурної розбудови підприємства побутового обслуговування в умовах трансформаційної економіки

Розбудова сектору побутового обслуговування є найважливішою проблемою сучасної української економіки, тому що більшість великих побутових підприємств, пройшовши етап приватизації, отримали значні проблеми при значній ступені свободи фінансово-господарської діяльності.

Залишаючись за своєю суттю підприємствами, які пройшли правову реорганізацію, зіткнулися із безліччю проблем стосовно розмежування управління, структуризації і реструктуризації усіх сфер діяльності. В цьому світлі питання організаційно-структурної розбудови підприємств побутового обслуговування набуває великого значення.

Об'єкти та методи дослідження

Об'єктом даного дослідження є процес формування концепції організаційно-структурної розбудови підприємств побутового обслуговування.

Постановка задачі

Метою даної роботи є висвітлення концепції організаційно-структурної розбудови підприємств побутового обслуговування.

Результати та їх обговорення

Сервісна діяльність є складним багатогранним процесом, що забезпечується грамотним управлінням персоналом і ресурсами підприємства, дотриманням вимог стандартів обслуговування, відповідністю послуг що надаються за запитом споживачів.

Одне з найважливіших і невирішених питань управління побутовими підприємствами в умовах трансформаційної економіки – це розбудова підприємств і формування відповідних новим умовам організаційних структур. Термін «розбудова» трактується у тлумачному словнику української мови як "розширення, перебудова структури" і застосовується останнім часом у більш широкому значенні, визначаючи розвиток структур підприємств, галузей, секторів економіки та держави в цілому [16].

Концепція організаційно-структурної розбудови підприємства в системі управління полягає у створенні нової парадигми структуризації та розвитку підприємства побутового обслуговування відповідають трьом блокам структур (владні, виконавчі, соціальні), що створюються і діють на основі принципів, за допомогою методичних підходів до формування структур і відбивають баланс інтересів учасників побутових відносин та зацікавлених осіб щодо управління підприємством і ефективного використання об'єднаного капіталу (рис.1).

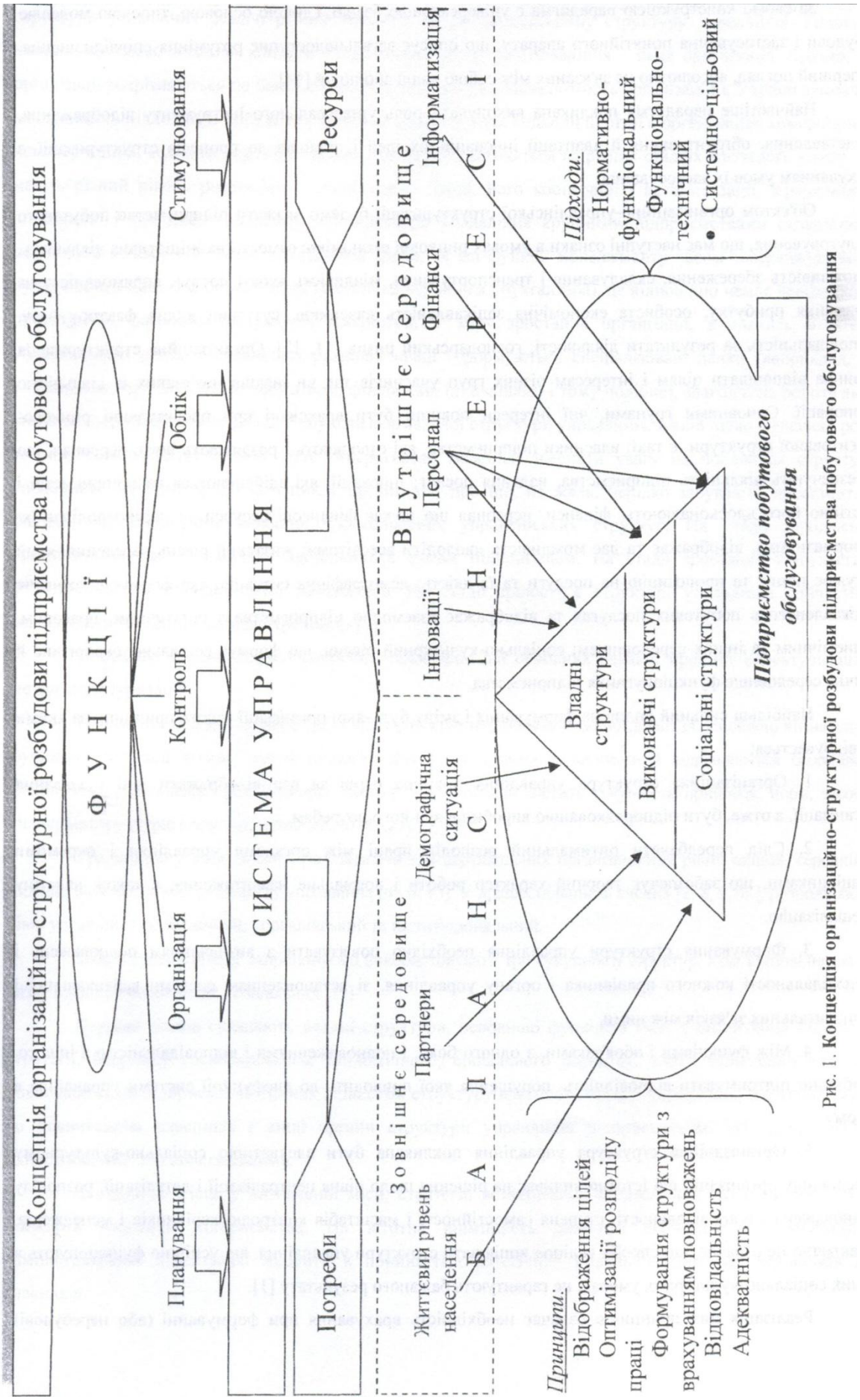

Рис. 1. **Концепція організаційно-структурної розбудови підприємства побутового обслуговування**

У сучасних дослідженнях термін «парадигма» застосовується як модель, зразок, приклад, форма, структура проблеми, ідеї, позиції або системи поглядів [3; 13; 18; 19]. Таке досить вільне застосування даного терміна істотно ускладнює й обмежує адекватне розуміння досліджуваних проблем. Найбільш наближеним до сучасної економічної науки, на погляд автора, є визначення Г. Р. Латфуллина та А. В. Райченко: «Парадигма – це основна концепція, представлена моделлю основних понять, що лаконічно відбиває найбільш істотні риси розглянутої області знань» [17].

Концепція, покладена в основу парадигми організаційно-структурної розбудови підприємства побутового обслуговування покликана виконувати такі основні функції менеджменту:

1. Планування
2. Організації
3. Обліку
4. Контролю
5. Стимулювання

За своєю конструкцією парадигма є універсальною базою, єдиною основою, типовою моделлю побудови і застосування понятійного апарату, що описує загальнодоступне розуміння співвідношення, на перший погляд, абсолютно не зв'язаних між собою явищ або подій [14].

Найчастіше парадигма покликана виконувати роль універсального інструменту відображення, представлення, обґрунтування й адаптації інноваційних ідей і підходів до процесів структуризації, з врахуванням умов їх застосування.

Об'єктом організаційно-управлінської структуризації будемо вважати підприємство побутового обслуговування, що має наступні ознаки в умовах ринкової економіки: самостійна ініціативна діяльність, неможливість збереження, складування і транспортування, мінливість якості послуг, спрямованість на отримання прибутку, особиста економічна зацікавленість власників, суттєвий вплив фактору часу, відповідальність за результати діяльності, господарський ризик [11, 12]. Організаційна структуризація повинна відповідати цілям і інтересам різних груп учасників так чи інакше пов'язаних із діяльністю корпорації. Основними групами, чиї інтереси повинні бути враховані при проектуванні ринково-орієнтованої структури, є такі: власники підприємства, які створюють і розвивають його; персонал, що забезпечують діяльність підприємства, надання послуг; інновації, які здійснюються на підприємстві і постійно його вдосконалюють; фінанси, персонал що шукає фінансові ресурси та перерозподіляє їх; інформатизація, відображає та дає можливість «володіти всесвітом»; життєвий рівень населення, який регулює попит та пропозицію на послуги та їх якість; демографічна ситуація, яка формує споживача зацікавленого в побутових послугах та відображає взаємодію підприємства з політичним, правовим, економічним та інших середовищем; соціально-культурний рівень, що формує соціальне, екологічне й етичне середовище функціонування підприємства.

Найбільш сильний вплив на формування і зміну будь-якої організації мають принципи за якими це відбувається:

1. Організаційна структура управління повинна перш за все відображати цілі і завдання організації, а отже, бути підпорядкованою виробництву і його потребам.

2. Слід передбачати оптимальний розподіл праці між органами управління і окремими працівниками, що забезпечує творчий характер роботи і нормальне навантаження, а також належну спеціалізацію.

3. Формування структури управління необхідно пов'язувати з визначенням повноважень і відповідальності кожного працівника і органу управління, зі встановленням системи вертикальних і горизонтальних зв'язків між ними.

4. Між функціями і обов'язками, з одного боку, і повноваженнями і відповідальністю з іншого, необхідно підтримувати відповідність, порушення якої приводить до дисфункції системи управління в цілому.

5. Організаційна структура управління покликана бути адекватною соціально-культурному середовищу організації, що істотно впливає на рішення щодо рівня централізації і деталізації, розподілу повноважень і відповідальності, ступеня самостійності і масштабів контролю керівників і менеджерів. Практично це означає, що спроби «сліпо» копіювати структури управління, які успішно функціонують в інших соціально-культурних умовах, не гарантують бажаного результату [1].

Реалізація цих принципів означає необхідність врахування при формуванні (або перебудові) структури управління безлічі різних чинників дії на організаційну структуру управління. Головний чинник, що задає можливі контури і параметри структури управління – сама організація. Відомо, що організації розрізняються по багатьом критеріям. Велика різноманітність організацій в Україні зумовлює множинність підходів до побудови управлінських структур. Підходи ці різні в організаціях комерційних і некомерційних, великих, середніх і малих, таких, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу, що мають різний рівень розділення і спеціалізації праці, його кооперації і автоматизації, ієрархічних і «пласких», і так далі. Очевидно, що структура управління крупними підприємствами складніша в порівнянні з тією, яка потрібна невеликій фірмі, де всі функції менеджменту часом зосереджуються в руках одного-двох членів організації (зазвичай керівника і бухгалтера), де відповідно немає необхідності проектувати формальні структурні параметри. У міру зростання організації, а значить, і об'єму управлінських робіт, розвивається розподіл праці і формуються спеціалізовані ланки (наприклад, по управлінню персоналом, виробництвом, фінансами, інноваціями і тому подібне), злагоджена робота яких вимагає координації і контролю. Побудова формальної структури управління, в якій чітко визначені ролі, зв'язки, повноваження і рівні, стає імперативом. Важливо звернути увагу на поєднання структури управління з фазами життєвого циклу організації, про що, на жаль, нерідко забувають проектанти і фахівці, що вирішують завдання вдосконалення управлінських структур. На стадії зародження організації управління нерідко здійснюється самим підприємцем. На стадії зростання відбувається функціональний розподіл праці менеджерів. На стадії зрілості в структурі управління найчастіше реалізується тенденція до децентралізації [7].

В основу запропонованої концепції покладено дві основних ознаки: предмет структуризації і метод структуризації.

Предметом будемо вважати сукупність структур підприємств, які об'єднані за основною визначеною функцією, пов'язані певним типом відносин між структурними елементами й відрізняються

особливою специфікою, що складає їхній різновид. Метод структуризації містить сукупність прийомів, норм, засобів впливу на структурні елементи визначеного об'єкту.

Традиційно у менеджменті розглядають три вертикальних організаційних рівні: вищий, середній і нижній, що складатимуть піраміду управління [4– 6; 15]. У працях більшість вчених [2, 8, 9,10], розподіляють рівні управління на технічний, управлінський та інституціональний.

Згідно цього підходу запропонуємо використовувати три сукупності структур, якім відповідно дамо назву владних, виконавчих і соціальних [11].

Перший рівень складають владні структури, основною функцією яких є визначення політики, стратегії, напрямку господарського, економічного, соціального розвитку, тобто здійснення владних повноважень на підприємстві. До них віднесемо структуру власності, органи управління, що відносяться до повноважень власників і вищі органи структури управління підприємством, які можуть бути одноособовими або колегіальними.

Центральне місце у визначенні місії, стратегії, встановленні стратегічних цілей підприємства займають власники підприємства. Ця істотна відмінність ринкової економіки від командно-адміністративної переставляє акценти в прийнятті стратегічних рішень з найманих керівників на власників.

Усі складові структури об'єднані ключовою функцією реалізації прийнятої владними структурами стратегії підприємства, при цьому кожна з них виконує свою особисту функцію в рамках основної – виконавської. Організаційна структура визначає склад і підпорядкованість взаємозалежних ланок управління. Функціональна структура відбиває поділ управлінських функцій між керівництвом і окремими підрозділами. Відносини структур виконавчого рівня можна назвати горизонтальною інтеграцією, при якій у процесі загального виконання рішень владних структур може відбуватися відстоювання приватних структурних інтересів, що часом приводить до конфліктів.

Соціальний рівень складається зі структур, що не мають безпосереднього відношення до прийняття рішень і до їх формального виконання, однак склад елементів і характер зв'язків між ними впливають на кінцевий результат діяльності підприємства. До таких структур віднесемо громадську, соціальну, рольову, комунікаційну, неформальну структури. Усі вони засновані більше на людських відносинах ніж на формальних організаційно-виробничих зв'язках.

Соціальна структура характеризує трудовий колектив за соціальними ознаками (стать, вік, професія, кваліфікація, національність, освіта). Рольова структура характеризує колектив по участі у творчому процесі на виробництві, комунікаційним і творчим ролям. Міжгрупові і міжособистісні відносини на підприємстві складаються між різноплановими категоріями учасників. Інтереси цих груп можуть бути об'єднані загальною ідеєю, а можуть бути взаємовиключними. Досягнення балансу інтересів має вирішальне значення в прийнятті стратегічних рішень владними структурами і реалізації цих рішень виконавчими структурами.

Таким чином, запропонована концепція визначає структуру підприємства як декомпозицію організаційно-структурних формувань по управлінню власністю (владні структури), підприємством (виконавчі структури) та соціумом (соціальні структури).

Висновки

Запропонована парадигма визначає інтегрований концептуальний підхід до організаційно-управлінської структуризації підприємства, як економічної категорії, що є основою створення ефективної системи управління і формування структурної політики підприємств побутового обслуговування в умовах ринкової економіки. Цей підхід розширює і змінює існуючі уявлення про організаційні структури підприємств стосовно об'єкту, принципів і методів структуризації, рівнів управління, функцій, основних учасників та їх статусу, характеру відносин, регламентуючих норм, вимог та підходів до формування організаційних структур, механізмів взаємодії структурних елементів, інтеграції, контролю, координації, характеру соціуму, поглядів на ефективність структур.

Нова концепція організаційно-управлінської структуризації підприємств побутового обслуговування заснована на розгляді усієї множини різноманітних організаційних структур з точки зору трьох основних блоків, що знаходяться у постійній взаємодії і взаємозалежності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.91, № 1576-XII // Відомості Верховної Ради – 1991. – № 49. – 682 с.
2. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми. – Тернопіль: Лілея, –1997. – 292 с.
3. Балашов В.В., Годин В.В., Райченко А.В. Тезаурус рыночной экономики и управления. – М.: ГАУ, –1996. – 328 с.
4. Бреддик У. Менеджмент в организации: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, –1997. – 344с.
5. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Триада, ЛТД. – 1997. – 384 с.
6. Глухов В.В. Основы менеджмента. – Ст.-Пб.: Специальная литература.– 1995. – 328с.
7. Данчева О.В., Швалб Ю.М. Практична психологія в економіці та бізнесі. – К.: Лібра. – 1999. – 270 с.
8. Кредісов А.І., Панченко Є.Г., Кредісов В.А. Менеджмент для керівників. – К.: Знання. КОО, –1999. – 556 с.
9. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід». – 2002 – 228 с.
10. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. /Под ред. Л.И. Евенко. – М.: Дело, –1994. – 484 с.
11. Назарова Г.В. Концепція організаційно-структурної розбудови підприємств корпоративного сектору // Економіка розвитку. – 2003. – № 1(25) –с.47–51.
12. Назарова Г.В. Організаційні структури управління корпораціями. – Харків: Вид. ХДЕУ. – 2004. – 408 с.
13. Приходько В.И. Современная организационная парадигма // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999.– №3. – с. 24–35.
14. Райченко А.В. Парадигма организации: новое мировоззрение. – М.: ГУУ.– 2002. – 152 с.
15. Семь нот менеджмента. – М.: ЗАО «Журнал Эксперт». –2001.– 656 с.

16.Тлумачний словник української мови./ Укладачі Ковальова Т.В., Коврига Л.П. – Харків: Синтекс. – 2002. – 672 с.

17. Латфуллин Г.Р., Райченко А.В. Теория организации. – С-Пб.:Питер. – 2003. – 400 с.

18. Управление организацией: энциклопедический словарь / Под ред. А.Г. Поршнева, А.Я. Кибанова, В.Н.Гунина – М.: ИНФРА-М, –2001. – 416 с.

19. http://aav.ru.glossary/