

Рисунок 1 – Контроль якості процесу перевезення пасажирів

Потім збирається інформація щодо якості виконання послуги та порівнюють її з встановленими стандартами. Якщо фактична якість відповідає стандартам, то всі дії слід направити на підтримання існуючого режиму роботи. Але якщо встановленні відхилення, слід вжити заходів, направлених на розробку програми коригуючих дій або переоцінку стандартів (при їх неадекватності).

Отже, направлені коригуючі дії на об'єкт контролю якості повинні забезпечити наступне виконання процесу перевезення без відхилень.

Література.

1. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: [учеб. пособие] / Н.И. Кабушкин. – 6-е изд., стереотип. – Мн. : Новое знание, 2003. – 336 с.
2. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы / М. Армстронг ; пер. с 3-го англ. изд. – К. : Знання-Прес, 2006. – 876 с. – (Европейский менеджмент).

РАССМОТРЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПОЛЯ

Букарев Д. В., студент

Научный руководитель: Федотова И. В., к.э.н., доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Корпоративная культура - это своеобразный механизм организации, который определяет нормы поведения, традиции, внутренний распорядок,

набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеет тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации.

Носителями организационной культуры являются люди. Взаимозависимость и взаимодействие их культур формирует единое социально-культурное поле организации. Организационная культура позволяет в значительной мере сгладить проблему согласования индивидуальных целей с общей целью организации, формируя общее культурное пространство, включающее ценности, нормы, поведенческие модели и мотивационные аспекты, разделяемые всеми работниками.

Вполне очевидно, что если культура организации согласуется с ее общей целью, она может стать важным фактором организационной эффективности. Поэтому современные организации рассматривают культуру как мощный стратегический инструмент, так как в процессе своей деятельности предприятие создает все больше полей, которые взаимодействуя, формируют другие поля, влияют на восприятие корпоративной культуры внутри и вне предприятия.

Структура социального пространства формируется в процессе распределения содержащихся и взаимодействующих в нем полей, поскольку социальный потенциал воспроизводится в социальном пространстве. Под таким понимается абстрактное пространство, конституированное ансамблем подпространств или полей (экономическое поле, интеллектуальное поле и др.), то есть такое пространство, которое, не будучи физическим, «стремится реализоваться в нем более или менее полно и точно» [1, с. 163-164], включая в себя все поля социальных взаимодействий: экономики, культуры, права, науки, информации, религии и другие.

Подобно тому, как физические поля (гравитационное, электрическое, электромагнитное, тепловое и др.) формируются расположением соответствующих физических тел в физическом пространстве, структура социальных полей формируется позициями взаимодействующих в социальном пространстве агентов, наделенных соответствующими капиталами.

Изучение структуры, основных свойств, характера и особенностей социальных взаимодействий и отношений, формирующих корпоративную культуру, позволило выделить данную схему построения структуры взаимодействия социально-культурных полей внутри организации, которая представлена на рисунке 1 [2].

Взаимодействие данных полей друг с другом создает единое социально-культурное пространство, в рамках которого функционирует организация. Исходя из рисунка, видно, что затрагивание той или иной сферы деятельности организации, влияет на ее организационную культуру, в целом, так как все связано между собой. Тогда, влияя на ту или иную сферу деятельности предприятия, можно создать ту корпоративную культуру, которая необходима организации.

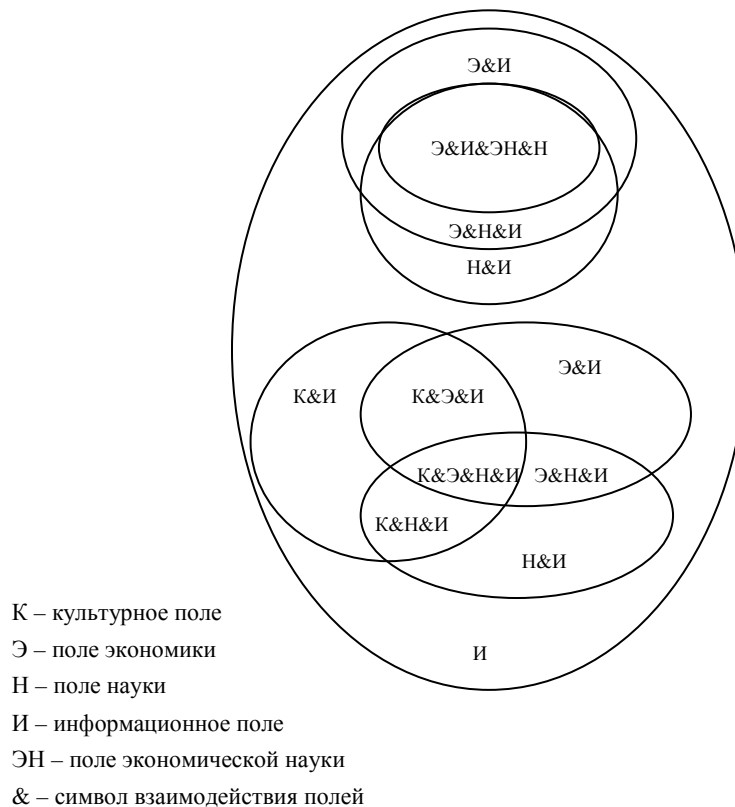


Рисунок 1 – Взаимодействие полей внутри организации

Литература.

1. Бурдьё П. Социология социального пространства / П. Бурдьё.; пер. с франц. – Институт экспериментальной социологии. – СПб.: Алетейя, 2005. – 288 с.
2. Парсонс Т.О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Академический Проект, 2002. – 880с.

ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ ЗА ХАРАКТЕРОМ ВЗАЄМВІДНОСИН МІЖ ЙОГО ЧЛЕНАМИ

Бумар С. М., студентка

*Науковий керівник: Водолажська Т. О., к.е.н., доцент
 Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сучасних умовах ринкової економіки серед різноманітності проблем, зв'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. В найближчому майбутньому розвитку досягнуть ті підприємства, які роблять головну ставку на людські ресурси та управління ними. Для досягнення таких цілей необхідно, щоб персонал, який є основним ресурсом підприємства, був згуртованим. З цією метою на підприємствах розробляють стратегії управління персоналом (УП), при виборі найбільш доцільної з яких ключову роль відіграє тип трудового колективу (ТК), що склався. Під трудовим колективом розуміють організаційно оформлену групу працівників, створену для реалізації