

размещения гостей, в компании «Club Med». Обязательным условием приема на работу в данную организацию является умение расположить к себе клиента, сделать его пребывание максимально приятным и счастливым, при этом на первый план выходят личностные качества кандидата на пост, а не его профессиональные достижения. Менеджеры компании пытаются на практике применить девиз Высшей школы гостиничного и ресторанного сервиса в Лозане, гласящий, что в сфере туристско-гостиничных услуг может работать тот, кто испытывает потребность в оказании услуг другому человеку и от этого получает удовольствие. Подобная практика применяется в настоящее время во многих крупнейших и успешнейших предприятиях туристско-гостиничного комплекса (например, во всемирно известных парках Disney).

В рамках данной концепции возникает вопрос: что надо сделать для того, чтобы персонал был рад приходить на работу и общаться с клиентами, отвечать на их самые каверзные вопросы и выполнять самые замысловатые просьбы?

В первую очередь следует удостовериться, в каких условиях приходится работать персоналу гостиницы, всем ли он удовлетворен. Сотрудник отеля должен чувствовать себя спокойным и уверенным в своих действиях на рабочем месте. По роду деятельности работникам служб приема и размещения гостей каждый день приходится принимать те или иные решения. Рядовой сотрудник не может обращаться по каждому мелкому вопросу или просьбе к администрации отеля, с целью получить разрешение на проведение той или иной операции. Новейшие теории управления персоналом предлагают перевернуть традиционную иерархическую пирамиду, существующую практически на всех предприятиях, «лицом» к клиенту, т.е. делегировать часть полномочий по принятию решений работникам службы приема и размещения гостей, что увеличивает чувство ответственности у персонала и дает ему понять, что он не просто исполнитель, но в какой-то степени также и менеджер. Кроме того, подобные теории предлагают развивать не вертикальное продвижение по служебной лестнице, а горизонтальное, что позволяет сохранить установившуюся в процессе работы связь между клиентом и предприятием, посредством работников, досконально знакомых с устройством служб приема и размещения гостей. При такой ротации кадров становится чрезвычайно важно правильно организовать систему мотивации на предприятии, комбинируя все методы, рассмотренные выше.

В процессе любой работы возникают стрессовые ситуации, а в гостиничном деле – это скорее правило, чем исключение. На предприятиях гостиничного комплекса персонал – это «лицо» отеля, и он должен всегда быть спокойным и уравновешенным, чтобы быть способным принимать адекватные и взвешенные решения. Здесь важную роль играет социальная и психологическая атмосфера, царящая на предприятии. Что может вызвать недовольство персонала и привести к установлению нервной атмосферы в отделе? Причин может быть великое множество. Чаще всего предприятия гостиничного хозяйства сталкиваются с элементарной нехваткой персонала, когда службам приходится работать в авральном режиме, что, без сомнения, приводит к моральной и физической усталости и в конечном итоге к стрессам.

Следующая причина, которая на сегодняшний день не столь актуальна, но важность которой нельзя не принимать во внимание, это оборудование рабочих мест. Практически во всех гостиницах установлены информационные системы бронирования и контроля деятельности предприятия, или по меньшей мере компьютеры, позволяющие хоть в какой-то мере автоматизировать работу различных служб. Но здесь можно столкнуться с неправильной организацией информационных систем, когда вся необходимая для работы информация хранится на одном компьютере, к которому нет сетевого доступа, и весь персонал просто обязан «ждать в очереди», что естественно сказывается на качестве предоставляемых услуг. Сюда же можно добавить сложности, возникающие между различными службами гостиницы в результате плохо налаженной системы коммуникаций, когда сообщение от одного сервиса к другому может просто не дойти, что приводит к сбою в работе и установлению натянутых отношений между служащими различных сервисов.

В настоящее время на предприятиях гостиничного комплекса все больше уделяется внимания работе с персоналом, как основным производственным фактором в отельном деле, вводятся должности директора трудовых ресурсов, в обязанности которого входит разрабатывать стратегию развития персонала, определять профиль не только рабочих мест, но и кандидатов и организовывать грамотную политику управления кадрами.

Таким образом, рассмотрев основные проблемы управления персоналом гостиницы, можно говорить о том, что данная проблема представляет огромное поле деятельности для различных исследований, направленных на выявление эффективных способов организации работы кадров, принимая во внимание тот факт, что на предприятиях гостиничного хозяйства трудовые ресурсы – это самый ценный производственный фактор, который невозможно заменить и важность которого нельзя недооценивать.

Чмаріна В.В Донець Л.І.

ОБУМОВЛЕНІСТЬ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА РИНКОВИМ СЕРЕДОВИЩЕМ

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Перехід України до ринкової економіки створює певні умови для розвитку торговельної підприємницької діяльності. Незважаючи на різні перешкоди, цей процес поступово просувається вперед, підкоряючись класичним законам розвитку ринку. Торговельне підприємництво на початку ринкових перетворень в Україні було визначено як самостійна й необхідна для проведення реформ організаційна система. І як наслідок такого підходу стала складатися тенденція збільшення кількості торгових підприємств в секторі малого та середнього бізнесу. Торговельна підприємницька діяльність за своєю природою є дошку-

льна до умов нестабільності і різних коливань ринкової кон'юнктури. Саме тому цей вид підприємництва вимагає формування специфічного ринкового середовища, яке б сприяло його динамічному розвитку. Ринкове середовище інтегрує в собі суспільно-економічну ситуацію, що охоплює ступінь економічної волі, наявність підприємницького інституту, домінування економічних зв'язків ринкового типу, діапазон можливостей для формування і використання капіталу (фінансових ресурсів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Дослідженню поданої проблеми присвячені наукові праці вчених С.Ф.Покропивного та В.М. Колота [5], Д.І.Валігурського [6], Ю.В.Таранухи [7], М.З.Ільчикова [8], І.В.Сороки [9]. У своїх дослідженнях ці автори висвітлюють обумовленість підприємницької діяльності розвитком чинників зовнішнього соціально-економічного та ринкового середовища. Однак питання щодо урахування особливостей торговельного підприємництва в системі взаємодії його з ринковим середовищем, то ця проблема потребує подальшого дослідження.

Формулювання цілей. Мета статті полягає в обґрунтуванні тенденцій розвитку торговельного підприємництва в контексті ринкового середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Торговельна підприємницька діяльність за своєю природою є дошкульна до умов нестабільності і різних коливань ринкової кон'юнктури. Саме тому діяльність підприємств ринкової торгівлі вимагає формування специфічного середовища, яке б сприяло їх динамічному розвитку. Підприємницьке середовище інтегрує в собі суспільно-економічну ситуацію, що охоплює ступінь економічної волі, наявність підприємницького інституту, домінування економічних зв'язків ринкового типу, діапазон можливостей для формування і використання капіталу (фінансових ресурсів).

Вихід підприємств ринкової торгівлі за межі внутрішнього середовища і утворюючих його ендогенних елементів означає принципово нову якість свободи вибору. Це зв'язано з тим, що в ринковому середовищі, які його складають є екзогенні, практично не контрольовані елементи, що мають стрибкоподібний характер стосовно внутрішнього середовища торгового підприємства. Таке становище сприяє появі, з одного боку, більшої свободи підприємницького вибору, але при цьому водночас зростає кількість моментів невизначеності, певного ризику. До числа екзогенних елементів відносять: оточення, конкуренцію, інституційні чинники, правову систему.

В умовах становлення й розвитку ринкових відносин в Україні все більшу значимість здобувають проблеми, пов'язані з функціонуванням основних учасників ринку й суб'єктів господарської діяльності. У цьому зв'язку особливе місце в розгляді вищезгаданих проблем приділяється торговому підприємству як основному суб'єктові ринкових відносин. У Законі України «Господарський кодекс України» відзначено, що «господарсько-торговельна діяльність є діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання в сфері товарного обміну, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення й виробів народного споживання, а також додаткова діяльність, що забезпечує їхню реалізацію шляхом надання відповідних послуг» [1, Ст.263].

Торговельне підприємництво здійснюється з метою одержання прибутку й задоволення суспільних потреб. За офіційним даними в Україні на протязі останніх десяти років спостерігається тенденція збільшення кількості малих підприємств [3, с. 343-344].

Результати аналізу динаміки кількості торговельних підприємств в сфері малого бізнесу за останні десять років свідчать про те, що їхня чисельність в 2003р. у порівнянні з 1994р. зросла більш, ніж в 2,5 рази. Найбільш інтенсивний ріст спостерігається в 1997р. Починаючи з 1998р., динаміка росту кількості малих підприємств в Україні придбала рівномірний характер, а з 2002р. відносно стабілізувався.

Якщо загальна динаміка зміни чисельності всіх малих підприємств в Україні має стійку тенденцію до збільшення, а за останні два роки досліджуваного періоду до стабілізації, то результати аналізу зміни кількості торговельних підприємств малого бізнесу відображають трохи іншу ситуацію (Рисунок 1).

Як видно з діаграми, представленої на рисунку 1, в 2000 р. кількість торговельних підприємств малого бізнесу збільшилося в порівнянні з 1999р. збільшилося на 965 одиниць (близько 1%), а в 2001р. зменшилося на 865 одиниць, тобто кількість торговельних підприємств малого бізнесу в Україні практично повернулося на рівень 1999р.

В 2002р. спостерігається збільшення кількості торговельних підприємств малого бізнесу в порівнянні з попереднім роком на 1 819 одиниць (на 1,8%), а в порівнянні з 1999р.- на 1919 одиниць (на 1,9%). В 2003р. кількість торговельних підприємств малого бізнесу продовжує збільшуватися. Розмір цього збільшення склав у порівнянні з попередньої 2002р. 1612 одиниць (на 1,6%), а в порівнянні з 1999р. - на 3531 одиниць (на 3,5%).

Результати аналізу динаміки зміни кількості торговельних підприємств малого бізнесу за останні 5 років свідчать про те, що значного росту їхньої кількості не спостерігається.

При цьому слід зазначити, що питома вага торговельних підприємств малого бізнесу в загальній кількості малих підприємств має тенденцію до зменшення (Рис.2).

При розгляді структури виробництва (робіт, послуг) малих підприємств по видах економічної діяльності за досліджуваній період слід зазначити, що питома вага малих підприємств в оптовій і роздрібній торгівлі зменшилась більш, ніж у два рази, у порівнянні з 1999р. Так, якщо в 1999р. частка цих підприємств становила 39,8%, то в 2003р. відповідного частка малих підприємств оптової й роздрібною торгівлі склала лише 18,9% [2, с. 348].

У таблиці 1 представлені дані, що свідчать про зміни в чисельності працюючих на малих підприємствах різних видів економічної діяльності.

Результати аналізу даних, представлених у таблиці 1, показують, що загальна чисельність працюючих на малих підприємствах в 2003р. збільшилася на 203,2 тис.чл. (12,1%) у порівнянні з 1999р.

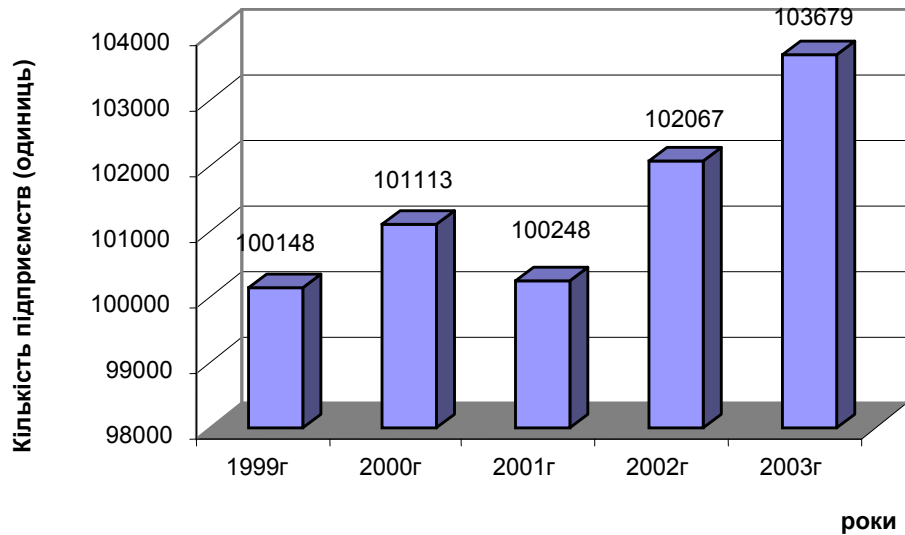


Рис. 1. Динаміка зміни кількості торговельних підприємств малого бізнесу в Україні [2,с.344].

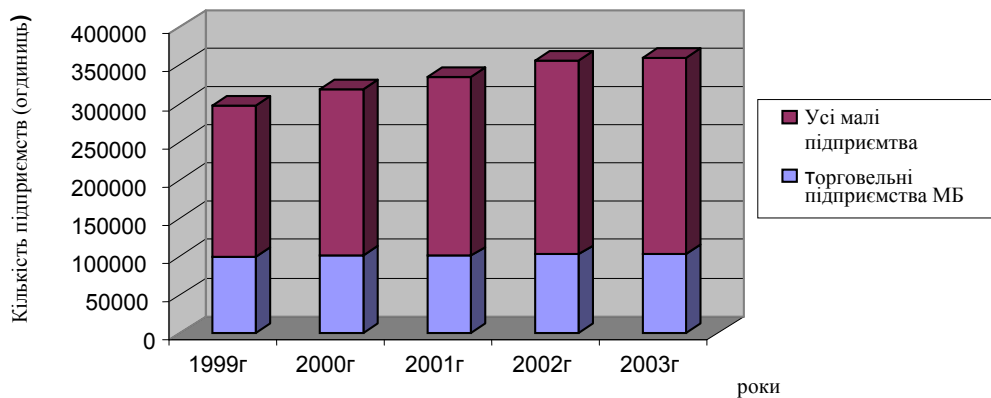


Рис.2. Питома вага торговельних підприємств малого бізнесу в загальній кількості малих підприємств України [2,с.344].

Таблиця 1. Динаміка зміни чисельності працюючих на малих підприємствах залежно від виду економічної діяльності [2,с.346]

Вид економічної діяльності	1999р., тис.чл	2003р., тис.чл	Відхилення (+,-), тис.чл.	Темп зміни, %
Промисловість	331,6	448,3	116,7	135,19
Будівництво	183,4	228,2	44,8	124,43
Торгівля	693,9	502,9	-191	72,47
Транспорт	67	109,3	42,3	163,13
Фінансова діяльність	4,7	14,8	10,1	314,89
Операції з нерухомістю	150,3	327,7	177,4	218,03
Кіл., загальст.і ін. послуги	78,5	107,4	28,9	136,82
Ін.види діяльності	168,1	142,1	-26	84,53
Усього	1677,5	1880,7	203,2	112,11

Однак при цьому слід зазначити, що в торговельних підприємствах малого бізнесу в 2003р. у порівнянні з 1999р. спостерігається зменшення чисельності працюючих на 191 тис.чл., тобто майже на 38%. При цьому у всіх інших сферах економічної діяльності спостерігається збільшення чисельності працюючих на малих підприємствах за досліджуваний період.

Розвиток ринкових відносин у торгівлі почалося після ліквідації адміністративної системи керування й

структурної перебудови галузі, а також прийняття законів про власність, про оренду й орендні відносини, про підприємства й підприємницьку діяльність, про конкуренцію й обмеження монополістичної діяльності на товарних ринках. Незважаючи на те, що за роки ринкових перебудов були прийняті основні закони для розвитку торговельного підприємництва, механізм реалізації цих законів вимагає доповнення правових норм для того, щоб забезпечити ефективність їхньої дії.

Процес регулювання торговельного підприємництва здійснюється не тільки шляхом розробки й затвердження основних законів України, але й затвердження відповідних Указів Президента, Постанов Верховної ради, а також затвердження численних нормативних відомчих актів Мінекономіки, Мінфіну, Митного Комітету, Державної податкової інспекції. Це приводить часом до взаємовиключних і суперечливих норм, які утрудняють господарську і юридичну практику, що гальмує розвиток ділової активності, робить нестійкими й ненадійними умови торговельного підприємництва. У зв'язку із цим особливу актуальність у найближчі роки здобуває розробка й удосконалювання правових норм, що регулюють організацію торговельних підприємств, їхнє функціонування на споживчому ринку й ліквідацію у випадку банкрутства.

На першому етапі роздержавлення при здійсненні комерціалізації торгівлі були скасовані торги, трести, об'єднання, з яких виділилися й придбали правову й господарську самостійність магазини й підприємства масового харчування. Тим самим були створені передумови для розвитку конкурентного середовища в галузі торгівлі. Процес комерціалізації дрібних торговельних підприємств показав, що виділення більшості дрібних магазинів і кафе в самостійні юридичні особи робить певну їх частку з них нежиттєздатними без підтримки ззовні. Отже, виникла проблема цілеспрямованої підтримки їхнього становлення й розвитку з боку держави.

Приватизація торговельних підприємств привела до соціально-економічних наслідків як позитивного, так і негативного характеру, і їх можна розглядати в трьох поєднаних між собою аспектах: для населення регіону, для розвитку конкретних приватизованих підприємств торгівлі і, нарешті, для розвитку галузі.

До числа позитивних наслідків можна віднести активізацію торгівлі в умовах конкуренції, що зароджується, розширення в ряді торговельних підприємств асортиментів товарів, підвищення культури обслуговування, ріст товарообігу за рахунок прискорення товарооборотності, пряма залежність росту заробітної плати працівників торгівлі від ефективності діяльності їхніх підприємств, перші спроби окремих підприємств удосконалювання своєї матеріально-технічної бази й деякі інші.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки.

Торговельне підприємництво є одним з найбільш динамічно розвиваючихся видів підприємницької діяльності, оскільки саме торговельні підприємства як суб'єкти господарювання, забезпечують задоволення потреб і запитів населення в товарах споживання, рівень яких постійно змінюється під впливом соціально-економічних перебудов в країні.

Позитивна динаміка основних макроекономічних показників на етапі переходу країни до стабільного зростання в останні роки обумовила швидкий розвиток обсягів торговельної діяльності суб'єктів внутрішнього споживчого ринку. Певні позитивні зрушення відбуваються на сучасному етапі й у фінансовій діяльності торговельних підприємств України, зокрема, прискорення темпів зростання обсягів їхніх активів і капіталу, подолання періоду збитковості їхнього функціонування й формування сальдо їхнього чистого прибутку, більш широке використання сучасних фінансових технологій і інструментів.

Подальшого дослідження потребує проблема визначення механізмів та засобів регулювання торговельного підприємництва.

Джерела та література

1. Закон України «Господарський кодекс України» // Офіційний вісник України. – 2003. – №11.
2. Послання Президента України до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2003 році.- К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 472с. (3)
3. Фінанси України за 2003: Стат. Зб. – К.: Держ. Ком. Статистики України, 2004 (135)
4. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.-416с.
5. Покропивний С.Ф., Колот В. М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998. – 352с.
6. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности. – М.: Дашков и Ко, 2005. – 740с.
7. Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. – М.: М.: Инфра-М, 2003. – 224с.
8. Ильчиков М.З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления. – М.: Камерон, 2004. – 104с.
9. Сорока И.В. Мотивация труда, предпринимательства и менеджмента в условиях социального рыночного хозяйства: логика и эффективность триады. – Донецк: ДГКИ, 1996. – 283с.