

кризис побаловать себя походом в более или менее дорогой ресторан или бар. Остальные предпочитают фаст-фуд, благодаря чему прибыли этих заведений, по сравнению с прошлым годом, даже выросли.

Так как население сократило расходы на посещение ресторанов, в итоге сократился на 30% оборот ресторанного рынка.

Проблему привлечения новых клиентов, а в большей степени – сохранения существующих, рестораны решают по-разному. Одним из универсальных способов является корректировка меню. Чтобы клиент пришел в заведение и во второй раз, многие вводят экономичные блюда.

В условиях кризиса рестораны не пытаются запастись продуктами, тем более дорогостоящими. Поэтому они начали серьезно корректировать структуру закупок, отказавшись от деликатесов, которые, впрочем, понемногу перестают привозить поставщики, и ориентируясь на те продукты, которые производятся внутри страны.

Правда, в некоторых случаях это сделать довольно сложно, особенно если речь идет о тематических ресторанах. Вообще доля импортных продуктов в ресторанах составляет не менее 30%, а в среднем – около 50%. И выживаемость, в первую очередь, тематических ресторанов (итальянская, японская и пр. кухня), зависит в основном от изобретательности управленцев.

УДК: 658.014

Шаповалова И.С., к. соц. н., доцент

Белгородский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Формирование организационной культуры представляет собой технологический процесс, состоящий из последовательных этапов, подчиняющийся определенным принципам и имеющий рекомендованные организационные формы. При формировании организационной культуры необходимо реализовать функцию диагностики, анализа, прогноза и коррекции организационной культуры.

Управление организационной культурой предприятия может быть рассмотрено в широком и узком смысле.

В *широком смысле* управление организационной культурой подразумевает развитие и использование регулятивного потенциала идеологических основ организационной культуры для достижения стратегических целей организации.

В *узком смысле* управление организационной культурой представляет собой процесс реализации управленческих функций по отношению к социальному объекту.

Функции управления организационной культурой в организации могут быть подразделены на три группы:

- 1) диагностическая;
- 2) аналитика-прогностическая;
- 3) коррекционная.

Диагностическая функция управления организационной культурой может носить критический и профилактический характер.

Критический характер диагностической функции проявляется в ответ на неудовлетворенность уровнем эффективности организационной культуры. Индикатором необходимости критической диагностики может выступать как управленческое ощущение управленца, так ряд фенотипических показателей элементов организационной культуры.

Профилактический характер диагностики организационной культуры может осуществляться в связи с графиком оргдиагностики (в конце года, после периода отпусков и т.д.) и в связи с коррекционными задачами:

- 4) введение в штат новых сотрудников;
- 5) управленческие инновации;
- 6) изменение внешней ситуации.

Результатом этапа диагностики является построение проблемного поля организационной культуры и ее подсистем, определение набора воздействующих факторов и факторов, прогнозируемых в будущем, определение функционального предпочтения и планируемых функциональных акцентов в развитии организационной культуры.

Следующей функцией управления организационной культурой является функция анализа диагностики и прогноза развития организационной культуры.

Анализ диагностики организационной культуры помогает управленцу решить следующие задачи:

- 4) определить уровень эффективности организационной культуры и ее подсистем;
- 5) рассчитать силу изменения организационной культуры в данный момент и определить возможность введения новых факторов воздействия;
- 6) рассчитать степень реализуемости функций.

Аналитико-прогнозная функция включает в себя прогноз развития организационной культуры исходя из существующих условий и с учетом будущих изменений.

Прогноз развития организационной культуры дает управленцу ответ на следующие вопросы:

- 5) как изменятся показатели организационной культуры с учетом существующей диагностики;
- 6) как изменятся показатели организационной культуры в результате влияния воздействующих факторов;
- 7) как могут измениться показатели организационной культуры в результате действия планируемых и предполагаемых факторов;
- 8) как должны измениться показатели организационной культуры в связи со сменой акцентуации функций организационной культуры.

Корректирующая управленческая функция по отношению к организационной культуре выражается в реализации взаимосвязанных процессов планирования и реализации коррекционных мероприятий влияния на ее элементы.

Управление организационной культурой должно быть реализовано на основе следующих *принципов*:

7) *принцип фундаментальности* – управление организационной культуры должно быть основано на идеологической подсистеме, философия которой должна быть спроектирована с учетом всех технологических особенностей и иерархических взаимоотношений элементов философии организации;

8) *принцип системности* – учет иерархии и каузальных отношений элементов организационной культуры;

9) *принцип анализа* – расчет влияния диагностических и прогностических показателей на состояние организационной культуры и учет аналитических данных при принятии управленческого решения;

10) *принцип нелинейности* – учет всех вероятностей поведения системы и подготовка дополнительного плана коррекции нежелательных последствий инновации;

11) *принцип самоорганизации* – все управленческие воздействия должны быть направлены на создание самоорганизующейся системы, так как только такая система способна в полной мере реализовать свои адаптивные и интегративные возможности и свой регулятивный потенциал;

12) *принцип гуманизации и легитимизации воздействия* – управленческое воздействие, оказываемое на организационную культуру, должно быть основано на социальных, этических нормах, общественной морали и законах места локализации организации.

Управление организационной культурой может быть реализовано в организации посредством следующих *организационных форм*:

6) *централизованно-субъектная форма* – управление организационной культурой осуществляется субъектом управления организацией единолично;

7) *централизованно-коллегиальная форма* – управление организационной культурой осуществляется группой людей, компетентных в принятии управленческих решений: группа управленцев, группа акционеров, группа соучредителей и т.д.

8) *формально централизованная форма* – функции управления организационной культурой находятся в ведомстве соответствующего функционального отдела, подразделения или специалиста, или совмещаются подразделением (или специалистом), ответственным за социальное развитие организации.

9) *децентрализованная форма* – функции управления организационной культурой распределены по функциональным отделам, подразделе-

ниям или специалистам, или совмещаются специалистами разных подразделений, ответственными за социальное развитие отдела (организации).

10) *консультативная форма* - функции управления организационной культуры осуществляются посредством привлечения к процессу консалтинговых компаний или консультантов.

Технологизация процесса формирования и управления организационной культуры позволяет теоретикам и практикам рассматривать данное социальное явление организации не в качестве культурного феномена, а в качестве рациональной системы, имеющей высокий нормативно-регулятивный потенциал.

Таким образом, управление организационной культуры может быть использовано как управленческая технология, что позволит, применяя мероприятия контролинга и мониторинга результатов управления, оптимизировать социальные управленческие процессы и повышать их эффективность.

УДК 339.543(470)

Шиленко С.И., к.э.н., доцент, заведующая кафедрой коммерческой деятельности и рекламы Белгородского университета потребительской кооперации, *Зайцева О.А.*, к.э.н., ст. преподаватель кафедры таможенного дела

Белгородского университета потребительской кооперации

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТАМОЖЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ И ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ВВОЗИМЫХ ТОВАРОВ В МЕСТАХ, ПРИБЛИЖЕННЫХ К ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАНИЦЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье рассматриваются направления повышения эффективности деятельности таможенных органов в связи с реализацией Концепции таможенного оформления и таможенного контроля ввозимых товаров в местах, приближенных к государственной границе Российской Федерации.

Реализация внешнеэкономической стратегии России направлена на создание благоприятных условий осуществления торгово-экономических отношений со странами дальнего и ближнего зарубежья.

Развитие торгово-экономических отношений связано с перемещением через таможенную границу Российской Федерации товаров и транспортных средств юридическими и физическими лицами. При этом оформление грузов предполагает временные затраты на прохождение таможенных формальностей. В связи с этим, актуальность приобретает систематизированный подход к деятельности Федеральной таможенной службы (ФТС России) и ее переход на качественно новый уровень разви-