

середовища повинна пристосовуватися до нових умов, змінюючи програму функціонування, параметри та критерії оптимізації.

Проблема проектування логістичної системи має виходити з концептуальної постановки такого завдання з врахуванням логістичного ланцюга, де торгівельне підприємство є однією з найбільш важливих ланок. Необхідність інтеграції планування і управління лежить у самій природі логістичного ланцюга як цілісної соціо-економічної системи, а саме - в тісному взаємозв'язку, взаємовпливу і взаємообумовленості всіх бізнес-процесів, що реалізуються в складних логістичних системах.

Список використаних джерел

1. Димарчук С.М. Логістична система управління та її взаємозв'язок з стратегією підприємства /С.М. Димарчук // Вісник ДУ "Львівська політехніка", 2000. - № 390. - С. 20-22.
2. Крикавський Є.В. Логістичне управління: Підручник. / Є.В. Крикавський - Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2005. - 684 с.
3. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія. /М.А. Окландер - О.: "Астропринт", 2004. - 312 с.

Совбецька Альона Іванівна,

студентка спеціальності 8.03060101 "Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)" економічного факультету

Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Лаврук О.С.

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ У КОЛЕКТИВІ

Актуальність дослідження соціально-психологічного клімату визначається збільшеними вимогами до рівня психологічного сприйняття працівником його трудової діяльності, ускладненням психічного навантаження з одного боку і прагненням психологічного комфорту на робочому місці з іншого. Сьогодні діагностика та формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі перетворюється під впливом інтелектуалізації капіталу підприємства на найважливішу умову його функціонування та розвитку. Соціально-психологічний клімат є показником рівня соціального розвитку колективу та його психологічних резервів, що забезпечують цілковиту реалізацію його творчого потенціалу. Від якості соціально-психологічного клімату окремого трудового колективу багато в чому залежить і загальна соціально-політична, ідеологічна атмосфера суспільства, країни в цілому.

Підвищення значущості соціально-психологічного клімату визначається тим, що він здатний виступати як чинник ефективності соціально-психологічних явищ і процесів колективу, служити індикатором як їх стану, так і їх зміни. Соціально-психологічний клімат колективу є також багатовимірною характеристикою психологічного залучення працівника в діяльність, психологічної ефективності цієї діяльності, а також рівня психічного потенціалу особистості та колективу, масштабу й глибини бар'єрів, що лежать на шляху реалізації психологічних резервів колективу.

Ефективність взаємодії членів колективу підприємства багато в чому залежить від оптимального поєднання характеристик, установок особистісних цілей і завдань окремих працівників, що формує потенціал колективу в цілому. При цьому сприятлива атмосфера в колективі не тільки позитивно впливає на результати діяльності, але і сприяє розвитку потенціалу працівника. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність управління формуванням сприятливого соціально-психологічного клімату (СПК) в колективі.

Аналіз літератури, присвяченої вивченню сутності та змісту соціально-психологічного клімату колективу, показав, що вплив морально-психологічної атмосфери в колективі на активність його працівників неоднозначний. Соціально-психологічний клімат колективу існує в двох іпостасях: як феномен, що об'єктивно спостерігається і як суб'єктивний стан, що переживається. Об'єктивно соціально-психологічний клімат виступає для членів колективу в характері тих відносин, які складаються між ними в повсякденному житті, а суб'єктивно – у відчутті задоволеності різними аспектами життя колективу.

Соціально-психологічний клімат колективу завжди характеризується специфічною для спільної діяльності людей атмосферою психічного й емоційного стану кожного його учасника, індивіда і поза сумнівом залежить від загального стану людей, які його оточують. У свою чергу, атмосфера того чи іншого колективу або групи виявляється через характер психічного налаштування людей, яке може бути життєрадісним, цілеспрямованим, анархічним тощо.

Головною структурою, що утворює соціально-психологічний клімат, є настрої. К. К. Платонов визначає соціально-психологічний клімат як властивість групи і як один із найважливіших компонентів внутрішньої структури групи, визначається міжособистісними відносинами в ній, що створюють стійкі настрої групи, від яких залежить ступінь активності в досягненні мети [1, с. 88]. Соціально-психологічний клімат колективу являє собою переважний і відносно стійкий психічний настрої колективу, який знаходить різноманітні форми прояву в усій його життєдіяльності. Вплив емоційної атмосфери колективу на працівників може бути двояким: таким, що є стимулює або гальмує, тобто пригнічує творчу ініціативу, активність і енергію людини [2].

Існує декілька визначень поняття «соціально психологічний клімат». Одним з перших спробував розкрити зміст поняття «соціально-психологічний клімат» В. М. Шепель. Він визначає його як емоційне забарвлення психологічних зв'язків членів колективу, що виникає на основі їх близькості, симпатії, збігу характерів, інтересів і схильностей. Він також виділив у цьому понятті три «кліматичні зони»: 1) соціальний клімат, який визначається тим, наскільки висока на даному підприємстві усвідомленість працівниками загальних цілей і завдань, наскільки гарантовано тут дотримання всіх конституційних прав працівників як громадян; 2) моральний клімат, який визначається моральними цінностями, загальноприйнятими в даному колективі; 3) психологічний клімат, тобто неофіційна атмосфера, що складається між працівниками, які знаходяться в безпосередньому контакті один з одним. Тобто, психологічний клімат – це мікроклімат, зона дії якого обмежена значно

більше, ніж зона дії морального та соціального [3]. Н.Н.Вересов включає у поняття «психологічний клімат» систему між особистісних відносин, психологічних за природою (симпатія, антипатія, дружба); психологічні механізми взаємодії між людьми (наслідування, співпереживання, сприяння); систему взаємних вимог, загальний настрій, загальний стиль спільної трудової діяльності, інтелектуальну, емоційну та вольову єдність колективу [4].

Тому ми розуміємо соціально-психологічний клімат як систему міжособистісних стосунків членів колективу, що проявляються у відношенні до праці, умов життєдіяльності колективу, цінностей організаційної культури, а також у рівні розвитку довіри між членами колективу, формуванні, розвитку лідерського потенціалу керівника, задоволення умовами праці.

Список використаних джерел

1. Платонов К. К. Развитие системы понятий теории психологического климата в советской психологии / К. К. Платонов, В. Г. Казаков // Социально-психологический климат коллектива / под ред. Е. В. Шороховой и О. И. Зотовой. – М., 1979. – С. 143–167.
2. Доронін А. В. Поведінка персоналу виробничої організації. Оцінка, управління, розвиток : монографія / А. В. Доронин. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 320 с.
3. Шепель В. М. Управленческая психология / В. М. Шепель. – М. : Экономика, 1994. – 284 с.
4. Вересов Н. Н. Психология управления : учебное пособие / Н. Н. Вересов. – Москва–Воронеж, 2001. – 205 с.

Солопан Ліза,

студентка напрямку 6.100101 «Енергетика та електротехнічні системи в АПК»

Подільського державного аграрно-технічного університету

м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Печенюк А.В.

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАЦІЇ APPLE

Успішність будь-якої компанії базується на наполегливості, працьовитості, вимогливості, прагненні до саморозвитку, ідейності, ризику.

Apple Incorporation – американська корпорація, що виробляє персональні та планшетні комп'ютери, аудіоплеєри, телефони, програмне забезпечення. Завдяки естетичному дизайну своїх продуктів, Apple створила унікальну репутацію в індустрії споживчої електроніки і має велику популярність, особливо в США.

Назва фірми походить від англ. «apple – яблуко. Зображення яблука використано у логотипі.

За минулі десятиліття успіх компанії не завжди був безумовним, а становище на ринку – не завжди стабільним.

Тим не менше на 1990-ті роки припадає становлення Macintosh як провідної платформи для дизайну та поліграфії. Доречі «Macintosh» – сорт яблук, що продавався в США – улюблений сорт яблук Джефа Раскіна, який був керівником та розробником проекту Macintosh перед тим, як цю посаду зайняв Стів Джобс. Однак Джеф Раскін допустив помилку: насправді яблука називалися McIntosh, але ця помилка була свідомою, щоб не було проблем з торговою маркою.

І все ж нове керівництво не витримувало натиску конкурентів на чолі з Microsoft і повільно здавало позиції. До 1997 року Apple опинилася на межі банкрутства, збитки за два роки склали \$1,86 млрд. Ситуацію врятував Стів Джобс, повернувшись в компанію спочатку на посаді консультанта, а потім – виконавчого директора. Саме з 1997 року розпочався другий підйом «яблука».

2007 фінансовий рік Apple закінчився з рекордними показниками. 7 мільярдів доларів США дохід, при чистому прибутку 1 мільярд. Майже в два рази більше, ніж у першому кварталі минулого року. За цей період часу компанія поставила 1 606 000 комп'ютерів Macintosh і 21 066 000 плеєрів iPod.

Сьогодні компанія стоїть на ногах міцніше, ніж будь-коли. На сьогодні дохід складає становив 171 мільярд доларів, маючи чистий прибуток близько 37 мільярдів дол. Компанію Apple, слід розглядати по частинах. Ось вони – сім «частинок яблука».

Перша з них – Дизайн.

В момент заснування Apple Computers – про дизайн ПК як такого не було і мови. Питання про вагу і габарити стояли куди як гостріше. До речі, один з відомих афоризмів Стіва Джобса (в перекладі на українську) звучить приблизно так: «Я не довіряю комп'ютеру, який не можу підняти».

Коли конкуренція зросла, в Apple зметикували, що комп'ютер, який виглядає краще, будуть краще і купувати. Увага до дизайну стала однією з ключових стратегій компанії. Перша модель Macintosh, випущена в 1984 році виглядала просто приголомшливо.

Вона була вмонтована в спеціально розроблений пластиковий корпус, це дуже відрізняло новий Apple від інших комп'ютерів, що мали вигляд незграбних ящиків з листового металу. Тоді ж з'явився відомий тепер всьому світу логотип – надкушене різнокольорове яблуко.

За останні роки ці пристрої не раз ставали «іконами індустрії». Стиль Apple – найкопійованіший на ринку. Навіть великі компанії не соромляться запозичувати вдалі елементи.

Друга особливість Apple – Платформа

Операційні системи Apple завжди вважалися передовими. Саме каліфорнійська компанія першою презентувала ринку операційну систему з графічним інтерфейсом. Віконну систему теж придумала аж ніяк не Microsoft.

Головний принцип Macintosh – він просто працює. Все, що потрібно, – витягти його з коробки та увімкнути. Саме тому він вважається оптимальним вибором для комп'ютерних новачків. Він повністю готовий до використання. Його не потрібно налаштовувати, на нього не потрібно встановлювати додаткові програми – все необхідне тут вже є.