

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ МІСЦЕ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вступ. Суперечливість світових економічних процесів в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства проявляється у якісних масштабних перетвореннях, які унеможливають використання усталених факторів економічного розвитку, сприяють широкому використанню інноваційних стратегій та унікальних технологій, зокрема, в системі управління. Зазнає змін вектор наукових досліджень в структурі менеджменту, за результатами чого основна увага науковців зосередилась на дослідженні людського фактору, його ролі у забезпеченні сталого та ефективного розвитку підприємств. Організація внутрішнього середовища підприємств все частіше починає асоціюватись із формуванням організаційної культури як найоптимальнішого підходу до забезпечення ефективної кооперації праці персоналу і адаптації підприємства до умов зовнішнього оточення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий крок у дослідження теорії організаційної культури внесли праці відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, які розвинули теоретичні і практичні її аспекти. Проте у більшості праць організаційна культура розглядається відокремлено від системи менеджменту в цілому, а наукові спроби дослідження організаційної культури як іманентної складової системи управління, обґрунтування її економічної сутності представлені лише фрагментарно.

Постановка завдання. Зростаюча значущість організаційної культури як фактору забезпечення сталого розвитку і підвищення ефективності системи управління підприємствами визначила актуальність теми статті і потребу у наукових і прикладних розробках. Завданням даної публікації є обґрунтування ролі організаційної культури в забезпеченні ефективного управління підприємствами харчової промисловості.

Результати. Сучасні дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі менеджменту переконливо свідчать про необхідність посилення уваги керівництва до використання внутрішніх факторів розвитку підприємств, зокрема, до організаційної культури. В ній кристалізуються найбільш успішні, життєздатні, перевірені досвідом зразки мислення, поведінки, прийняття рішень та взаємовідносин, які підтримуються і в процесі природного розвитку організації, і свідомими зусиллями керівників і власників. Саме це дає підстави вважати, що культура підприємства є, по суті, найціннішим і незамінним мотиваційним ресурсом економічного розвитку.

Зміна концептуальних уявлень про зв'язки і внутрішню структуру організації в процесі формування нової парадигми менеджменту сприяла підвищенню ролі організаційної культури у забезпеченні ефективності, виділенню її як окремої, важливої, іманентної складової системи ефективного менеджменту. Зсув парадигми проявився також у розумінні процесу менеджменту та його головної мети, сприяв переходу від цільового менеджменту, за якого центром системи управління є мета підприємства, до процесного, базою якого виступають цінності.

Відповідно до цього організаційна культура відіграє ключову роль в системі управління: будучи, в більшості випадків, імпліцитними за своєю природою, елементи і підсистеми організаційної культури впливають на всі бізнес-процеси, які відбуваються в організації, обумовлюють результати і ефективність, виступаючи в цьому сенсі квінтесенцією системи менеджменту. Організаційна культура як важлива складова системи менеджменту забезпечує ефективну взаємодію між підсистемами на основі спільних цінностей, норм, правил і принципів; встановлення цілей відбувається під впливом ціннісних установок зовнішнього середовища та цінностей організаційної культури даного підприємства, що забезпечує виконання принципу реалістичності цілей; здатність організаційної культури підвищувати адаптивність підприємства забезпечує ефективний зворотній зв'язок, постійний розвиток і стійкість організації [4].

Обґрунтування вагомості організаційної культури та здійснення декомпозиції елементів системи менеджменту дозволило автору визначити ефекти використання теорії організаційної культури у процесі управління сучасними підприємствами, до яких віднесено економічний, інноваційний, соціальний, ефект гармонійності соціально-культурного розвитку підприємства. Теоретико-методологічне значення запропонованого підходу полягає у поглибленні можливостей економічного аналізу функціонування підприємств харчової промисловості на макро- і мікрорівні, створенні засад більш повного використання внутрішніх резервів підприємств і підвищення ефективності господарювання, а також у розробці методології діагностики особливостей формування організаційної культури та оцінки рівня її ефективності на підприємствах досліджуваної галузі.

Використання організаційної культури як дієвого управлінського інструменту передбачає розробку методик для оцінки рівня розвитку, особливостей, вимірювання впливу культури на забезпечення довгострокової ефективності підприємства. Проте у більшості сучасних досліджень основний акцент робиться на виявленні і детальній характеристиці особливостей організаційної культури конкретного підприємства без встановлення причинно-наслідкового зв'язку із економічною ефективністю.

Нами було проведено тестування найбільш відомої методики діагностики – ОСАІ К. Камерона – Р. Куїнна – на двох молокопереробних підприємствах Житомирської області: ВАТ «Рудь» та ДП «Молочний завод» ТОВ «Молочна фабрика «Рейнфорд» [2]. Всього було опитано 58 осіб, з них 23 - працівники ВАТ «Рудь», а 35 – ДП «Молочний завод» ТОВ «Молочна

фабрика «Рейнфорд». При оцінці результатів опитування розрахунки проводились в розрізі трьох категорій працівників: 1) керівники різних рівнів; 2) працівники апарату управління; 3) працівники виробничих підрозділів.

Тестування методики ОСАІ на підприємствах харчової промисловості Житомирської області дало можливість визначити переважний тип організаційної культури на досліджуваних підприємствах, обґрунтувати висновок про достатньо високий рівень її однорідності. Так, на ПАТ «Житомирський маслозавод» переважає організаційна культура кланового типу, а на ДП «Молочний завод» ТОВ «Рейнфорд» - ієрархічного. Як недолік досліджуваної методики було зазначено відсутність можливості визначення ступеня впливу організаційної культури та її складових на рівень економічної ефективності підприємства, складність роботи з анкетною для респондентів. У зв'язку із цим методика ОСАІ була рекомендована в якості допоміжного інструменту та для проведення експрес-оцінки організаційної культури на підприємствах харчової промисловості [3].

Нематеріальний характер більшості елементів та опосередкований вплив організаційної культури на результати діяльності підприємств унеможливають використання усталених методик для її оцінки, вимагають пошуку принципово нових підходів до проведення її економічної діагностики. Вважаємо, що для об'єктивної оцінки стану формування організаційної культури підприємств харчової промисловості доцільним є комплексне використання методів економічних досліджень, серед яких важливе місце посідають соціологічний та економіко-математичні методи.

Для цілей аналізу стану і тенденцій формування організаційної культури автором розроблено методику, яка ґрунтується на визнанні економічної сутності і вагомості організаційної культури в системі менеджменту. Методика передбачає проведення анкетного обстеження і обробку результатів з використання економіко-математичних методів і спеціальних пакетів обробки даних. Такий підхід до дослідження дає можливість не тільки оцінити організаційну культуру як економічний фактор, а й враховує особливості її формування на досліджуваних вітчизняних підприємствах з виробництва харчових продуктів і напоїв.

До участі у анкетуванні було залучено 35 підприємств, що становить 33% підприємств області, які виробляють статистично значимі обсяги продуктів харчування та напоїв. Аналіз відповідей респондентів свідчить, що формування окремих складових організаційної культури підприємств здійснюється нерівномірно, відсутнє глибоке розуміння цінностей і норм як бази організаційної культури. Рівень закріплення цінностей і принципів у внутрішніх нормативних документах підприємств є недостатнім. Як результат, більшість підприємств при формуванні організаційної культури фокусує свою увагу на її зовнішніх проявах, які, будучи позбавлені своїх глибинних основ, не можуть дати очікуваного економічного і соціального ефекту [4].

Розрахований за анкетними даними узагальнений показник дозволяє констатувати наявність суттєвих відмінностей між досліджуваними підприємствами щодо рівня формування організаційної культури. Так,

найвищий рівень було виявлено на ПАТ «Житомирський маслозавод», а найнижчий – на ВАТ «Корнинський цукровий завод».

З метою систематизації одержаної в процесі анкетування, автором був проведений багатомірний факторний аналіз із застосуванням спеціального програмного пакету SPSS 13.0, що дозволило виявити фактори і закономірності у формуванні організаційної культури [1].

Результати проведених розрахунків дозволили зробити висновок про те, що чотирнадцять сформованих автором показників рівня організаційної культури доцільно об'єднати у п'ять синтетичних факторів, кожен з яких має вагомий (за значенням) вплив на рівень організаційної культури: показник забезпечення розвитку підприємства засобами експліцитних елементів організаційної культури (39,0); показник орієнтації на умови зовнішнього середовища (11,1); рівень керованості процесу формування організаційної культури (10,4); показник розвитку імпліцитних елементів організаційної культури (9,3); рівень етичного ставлення до персоналу (7,9). В сукупності одержані синтетичні показники обумовлюють 77,6% варіації досліджуваної ознаки – рівня формування організаційної культури на досліджуваних підприємствах.

Для підтвердження тісноти зв'язку між показниками ефективності діяльності підприємств та рівнем формування організаційної культури здійснено стохастичний аналіз. Розрахунок кореляційних коефіцієнтів за методом Пірсона показав, що має місце прямий тісний парний кореляційний зв'язок між рівнем формування організаційної культури і такими показниками ефективності як обсяг виручки від реалізації продукції та обсяг власного капіталу (коефіцієнти кореляції більше 0,7). З іншими показниками економічної ефективності (рівень рентабельності, чистий прибуток/збиток) зв'язок є менш тісним (коефіцієнти кореляції коливаються в межах від 0,5 до 0,7). Результати оцінки показали, що статистична вірогідність помилки є незначною ($p < 0,01$). Вірогідність коефіцієнтів кореляції, визначена за t-критерієм, показала, що фактичний рівень значень t є значно більшим критичного значення t-критерію Стьюдента ($t_{0,01} = 2,75$) і більш ніж у три рази перевищує значення середньої помилки z-розподілу. Усі зазначені критерії перевірки достовірності результатів кореляційного аналізу свідчать, що зв'язок між досліджуваними показниками можна вважати доведеним.

Висновки. Отже, організаційна культура є важливою та іманентною складовою системи менеджменту сучасного підприємства. Нематеріальний характер більшості елементів та опосередкований вплив організаційної культури на результати діяльності підприємств вимагають пошуку принципово нових підходів до проведення її економічної діагностики. Результати анкетного обстеження за розробленою автором методикою засвідчили, що рівень розвитку окремих підсистем організаційної культури підприємств харчової промисловості є недостатнім і нерівномірним, а якісно-кількісні показники організаційної культури знаходяться у тісному взаємозв'язку із показниками ефективності господарської діяльності суб'єктів господарювання. Подальші

дослідження будуть направлені на розробку напрямів і технології формування організаційної культури на вітчизняних підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей / А. Бююль, П. Цефель. – СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2005. – 608 с.
2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; [пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой]. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
3. Харчишина О. В. Застосування методики ОСАІ для оцінки організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка. - 2010. - №1. – С.97-100
4. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості [Текст] : [монографія] / О. В. Харчишина. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 290 с.