Бендерська І. Роль організаційно-економічної культури в активізації діяльності машинобудівних підприємств [Електронний ресурс] / І. Бендерська // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2011. — Вип. 2 (5). — Режим доступу до журн. : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11biidmp.pdf.

УДК 334.784 (658.5)
JEL Classification: M12, M14

Ірина Бендерська

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ В АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. *У статті розкрито роль організаційних та економічних чинників культури в активізації діяльності машинобудівних підприємств. Здійснено аналіз їх впливу як на діяльність виробничого персоналу, так і на керівників та формування внутрішнього середовища в умовах машинобудівних підприємств.*

Ключові слова*: організаційно-економічна культура, цінності організації, персонал.*

Ирина Бендерская

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В АКТИВИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. *В статье раскрыта роль организационных и экономических факторов культуры в активизации деятельности машиностроительных предприятий. Осуществлен анализ их влияния, как на деятельность производственного персонала, так и на руководителей и формирование внутренней среды в условиях машиностроительных предприятий.*

Ключевые слова*: организационно-экономическая культура, ценности организации, персонал.*

Iryna Benderska

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE AND ECONOMIC IN THE REVITALIZATION OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Abstract. *The article deals with the role of organizational culture and economic factors of his character in the revitalization of machine-building enterprises. The analysis of their impact both on the activity of production personnel and managers and the internal environment in terms of machine-building enterprises.*

Keywords*: organizational and economic culture, values, organization, personnel.*

Актуальність проблеми. Організаційно-економічна культура, як необхідний компонент забезпечення ефективного функціонування машинобудівних підприємств значима йому протягом всього періоду їх існування. На сьогоднішній день спостерігається ситуація, коли керівництво підприємств недостатньо вділяє уваги питанням організаційно-економічної культури, втрачаються знання і досвід попередніх культур. В недостатній мірі формуються нові традиції з використанням європейського досвіду.

Як відомо до даного часу в означеному контексті немає визначень і трактувань організаційно-економічної культури. Даний термін охоплює більшу частину явищ не лише духовного іматеріального життя колективу, а його організаційний та економічний аспект це – домінуючі в ньому матеріальні цінності та моральні норми, прийнятий кодекс поведінки й укорінені традиції і ритуали, форму одягу персоналу та встановлені стандарти якості продукції, що випускається. З проявами організаційної культури та економічних механізмів ми стикаємося, ледь переступивши поріг підприємства. Вона зумовлює адаптацію працівників до нових вимог економічної реформи знаходить відображення в певній філософії управлінської ланки, перш за все керівників вищої ланки управління, реалізується в конкретній стратегії підприємства. Організаційно-економічна культура всеохоплюючевпливає на діяльність машинобудівних підприємств. Всі ці та інші обставини обумовлюють актуальність даної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню сутності та значення організаційної культури як економічної категорії присвячені праці таких вітчизняних науковців як: Б. М. Андрушківа, О. О. Дробіленка, П. В. Ливицької, В. С. Лозниці, Ю. І. Палеха, І. Г. Химич [1-3]. Зауважимо, що значно ширше це питання розглядається зарубіжними науковцями, зокрема такими: Е. А. Черних, Р. Кіган, Д. Мейерсон та інші [1-10]. Таким чином питаннявпливуорганізаційно-економічної культури на активізацію діяльності машинобудівних підприємств залишається поза їх увагою.

Постановка завдання. Сьогодні в умовах економічної реформи роль організаційно-економічної культури в економічних процесах машинобудівних підприємств значно зростає, вона стає сучасним інструментарієм менеджменту, тому виникає необхідність у розробці нового механізму розвитку організаційної-економічної культури, як чинника економічної діяльності підприємства. З огляду на це, метою нашого дослідження є визначення ролі організаційно-економічної культури в діяльності машинобудівних підприємств у контексті активізації їх діяльності.

Виклад основного матеріалу. Мета формування організаційно-економічної культури на підприємстві полягає у забезпеченні високої прибутковості підприємства за рахунок максимізації ефективності менеджменту та якісного поліпшення діяльності підприємства в цілому [4] за допомогою:

- удосконалення управління людськими ресурсами;
- формування у працівників ставлення до свого підприємства як до сучасного європейського виробничого реформування (своєї другої домівки);
- розвитку здатності, і в ділових, і в особистих відносинах, спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів;
- розроблення нового механізму розвитку організаційної-економічної культури,

Організаційно-економічна культура є конкурентною перевагою підприємства, оскільки вважається загальноприйнятою, узгодженою, цілісною системою цінностей, підходів і визначень.

Як відзначають Л. Елдрідж, А. Кромбі, наприклад, під культурою організації слід розуміти унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей [11]. Вищенаведене визначення організаційної культури доповнює У. Оучі. На його думку організаційна культура – символи, церемонії та міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності і переконання [10].

На думку В. Каткова організаційна культура представляє собою систему формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки працівників в даній організації, що відрізняються стилем поведінки, показниками задоволеності роботою, рівнем взаємного співробітництва, ступенем ідентифікації працівників з організацією та цілями її розвитку [3].

Із запропонованими визначеннями поняття організаційної культури не можна не погодитися, але варто врахувати той факт, що в діяльності машинобудівних підприємств на

організаційну культуру вагомий та безпосередній вплив здійснюють економічні чинники які проявляють працівники підприємства, менеджери вищої ланки управління, а також чинники зовнішнього середовища.

Все це обумовлене введенням нового терміну. Нами пропонується розуміти під організаційно-економічною культурою «комплекс соціальних та економічних чинників, що впливають на розвиток діяльності машинобудівних підприємств».

Оскільки організаційна культура впливає на весь особовий склад підприємства від інституціонального до технічного рівня управління, тому необхідно враховувати, що вона відіграє певну роль в діяльності та житті кожної людини [8]:

- для власника підприємства – це один із способів самореалізації;
- для менеджерів – це стимул до самоорганізації і орієнтир для дотримання встановленого розпорядку;
- для працівників – умови праці та діяльності на підприємстві.

Культура організації відображає цінності, норми поведінки, які сформувалися під управлінським впливом історії розвитку організації. Вона несе в собі як основу, риси національної культури тієї країни або регіону, в якій існує підприємство. Але не варто забувати, що сильний вплив на зміст організаційної культури мали цінності, принципи, установки і уявлення тих, хто створював цю організацію [6].

Сьогодні в Україні існують організації, що зароджувалися в радянський період, де структура визначалася тогочасними уявленнями про ефективну структуру управління та організаційну культуру, але з плином часу організаційна культура вдосконалювалася і тепер можна спостерігати кардинальні зміни в діяльності підприємства від структури управління до манери спілкування з клієнтами.

Іншим важливим аспектом дослідження є роль організаційної культури з точки зору менеджерів вищої ланки управління.

Відношення керівництва до організаційної культури може проявлятися двояко: якщо культура не суперечить цільовим установкам керівництва, то вони її не відчувають, не помічають, але відчувають себе комфортно. Однак, якщо базові установки існуючої культури не сприяють розвитку організації, якщо цілі працівників суперечать цілям керівництва, то культура стає серйозною перешкодою на шляху розвитку і може стати причиною краху підприємства.

Таким чином, для керівників організаційна культура виступає як регулятор поведінки співробітників, який у кращому випадку сприяє процвітанню організації, в гіршому заважає і обмежує можливості розвитку. Культура організації є найсильнішим мотиватором або демотиватором діяльності персоналу, і керівники змушені шукати важелі посилення мотивуючої здатності організаційної культури або ослаблення демотивуючого впливу організаційної культури.

Проаналізувавши організаційну культуру з точки зору її властивостей, функцій і елементів, а також її сильних і слабких сторін, керівники машинобудівних підприємств мають можливість уникнути багатьох помилок, зайвих витрат і хвилювань. Дуже важливо знати, що будь-яке існуюче в організації явище тісно пов’язане з культурою організації, і найменша зміна спричинить реакцію культури в позитивну або негативну сторону .

Персонал, який працює на підприємстві тривалий час,як правило, не помічає проявів культури, а поведінка оточуючих йому здається звичною. Усвідомити власну організаційну культуру він може при порівнянні її з іншим підприємством торгівлі у ролі споживача або при появі нових співробітників на підприємстві де він працює [6].

Для працівників підприємства організаційна культура створює спрямованість діяльності, орієнтир, адже мета діяльності тісно пов’язана з цінностями, прийнятими в організації, а також допустимі способи досягнення різних цілей, як особистих, так і організаційних. Відносна стійкість характеристик культури до змін підтримує у працівників почуття стабільності, що відповідає потребі в безпеці, однією з базових потреб людини. Занадто швидкі зміни елементів культури, особливо глобальні, що стосуються структури

підприємства, порушують відчуття стабільності і викликають почуття тривоги за майбутнє в професійній діяльності. Якщо великі зміни відбуваються у зовнішньому середовищі, організаційна культура орієнтує працівників, служить своєрідною технологією виживання, сприяє збереженню положення організації на ринку [6].

Крім того, організаційна культура забезпечує значущість виробничої діяльності в очах працівників, тому що досягнення цілей підприємства сприяє досягненню їх власних цілей, задоволенню їх потреб, відповідає внутрішній структурі особистості кожного працівника. Елементи організаційної культури, засвоєні працівником цінності і норми, є внутрішніми спонукальними силами, мотивуючими працівника до ефективної діяльності, до більш продуктивної і якісної праці [6].

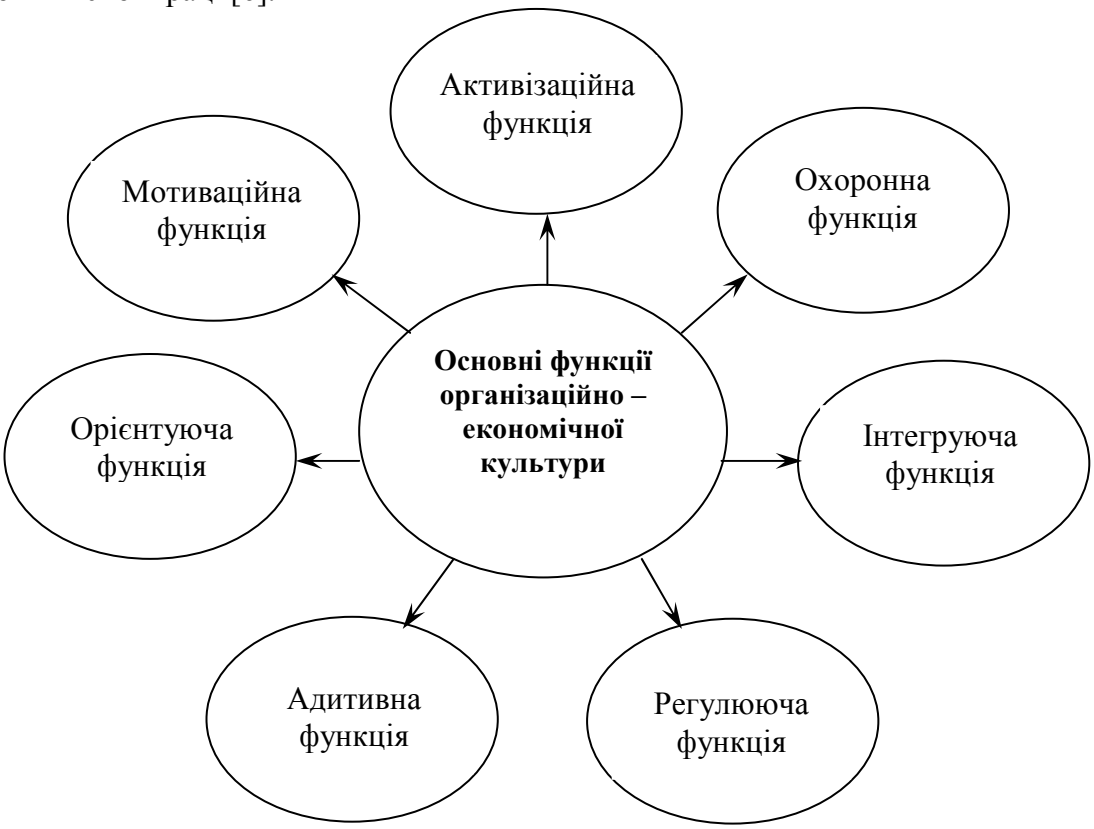

Рис. 1. Основні функції організаційно-економічної культури

Провідну роль в організаційній культурі машинобудівних підприємств відіграє зовнішнє середовище, яке в певній мірі стимулюєрозвиток інформаційних технологій,та,як показали дослідження воно не проявляє себе досить активно. Поява нових ринкових сегментів змушує підприємство змінювати акцент у своїй діяльності і вимагає використання нових методів організації управління і організації виробництва, управління персоналом, в тому числі, підготовки персоналу до роботи в нових умовах, розробки нових програм підвищення кваліфікації та перепідготовки; пошуку працівників, які володіють новими спеціальностями або перепідготовці власних співробітників.

Очевидно, що організаційна культура взаємопов’язана з споживачами, постачальниками, співтовариствами. Інформацію про цілі існування і принципи діяльності організації сприяють тому, що в очах оточуючих організаційна культура постає як стійкий імідж організації. Ця інформація може цілеспрямовано формуватися засобами реклами, службою зв'язків з громадськістю і представляється у вигляді зовнішніх, матеріальних аспектів життєдіяльності організації. До них можна віднести дизайн, форму одягу, логотип, фірмовий знак, марку.

Проте, зовнішній імідж підприємства повинен відповідати внутрішньому, інакше всі, хто певним чином пов'язані з підприємством, не тільки змінює свою думку про неї, але й формує ставлення як до надійного чи не надійного партнера. Внутрішній імідж організації є проявом організаційної культури. Цілеспрямоване формування внутрішнього іміджу організації неможливе без змін або розвитку організаційної культури.

За результатами дослідження виявлено, що можна виділити кілька функцій, які відображають ту роль, яку організаційно-економічна культура відіграє в діяльності підприємства.

Цінності організаційної культури є цінностями більшості співробітників. Орієнтація на одні й ті ж цінності згуртовує членів групи. Дотримання норм, звичаїв, ритуалів, традицій прийнятих в організації, знання специфічної мови, історії організації, її особливостей змушує відчути працівника приналежність до даної організації, формує прихильність їй, інтегрує працівника в дане співтовариство.

Через засоби трансляції, що існують у даній культурі, новий співробітник отримує уявлення про цілі, цінності, засоби їх реалізації, прийнятних в даній організації, а також правила, норми поведінки, традиції, можливості розвитку, тим самим організаційна культура сприяє адаптації персоналу до нових для них умов трудової ситуації.

Орієнтація на заявлені місією цінності, глобальні цілі існування організації, принципи діяльності створює алгоритм, технологію досягнення мети, орієнтир в умовах змін навколишнього середовища, залишаючи у всіх, хто так чи інакше пов'язаний з організацією, враження стабільності та надійності.

Організаційно-економічна культура здійснює суттєвий вплив на активізацію діяльності машинобудівного підприємства та залежить від певних чинників, що визначають її роль у діяльності, що відображені на рис. 2.

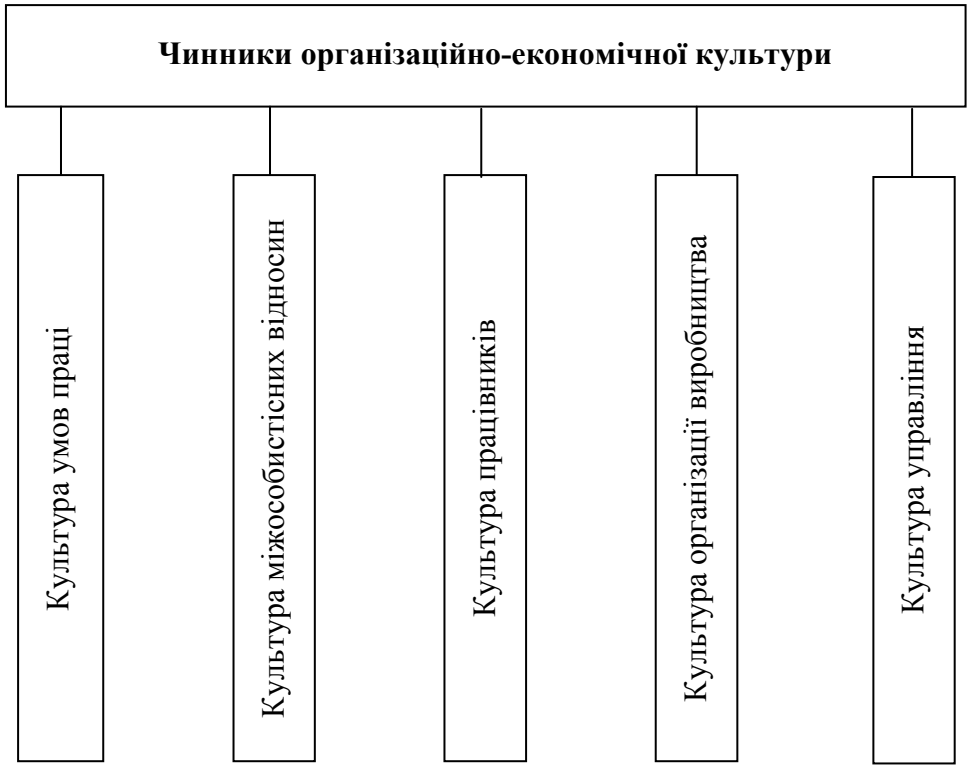

Рис. 2. Чинники організаційно-економічної культури

Чинник культури умов праці передбачає чіткий розподіл повноважень і точному визначенні обов'язків. Чинник культури міжособистісних відносин сприяє поліпшенню стосунків між працівниками, мотивує згуртованість колективу, попереджує конфлікти між

робітниками. Культура працівників ґрунтується на духовній культурі, моральних поглядах, переконаннях. Від їх усталеності й міцності залежить якість світоглядних знань, уміння ними користуватися, а також характер відносин між людьми. Культура організації виробництва зорієнтована на реалізацію конкретних проектів. Головною метою такогочинника є об'єднання необхідних ресурсів і людей задля досягнення синергетичного ефектуу господарській діяльності підприємства. Чинник культури управління базуєтьсяна центральному джерелі влади, ключовій постаті, яка безпосередньо впливає на всі процеси в організації. Даний чинник сприяє підвищенню ефективності управлінської діяльності через призму функцій менеджменту.

Висновки. Таким чином, завдання по формуванню механізмів розвитку організаційно-економічної культури як чинника активізуючої діяльності машинобудівних підприємств постійно змінюються та вдосконалюються під впливом факторів зовнішнього середовища. Організаційна культура на машинобудівному підприємстві дозволяє провести діагностику недоліків в роботі підприємства та виявити причини їх виникнення, знайти гіпотези щодо усунення проблем, а також удосконалити діяльність підприємства та вистояти в умовах конкурентної боротьби.

Використана література:

1. Андрушків Б. М. Сенгуляритивність формування корпоративної культури в контексті європейської трансформації підприємств / Б. М. Андрушків, І. Г. Химич // Вісник економічної науки України. Науковий журнал. – 2010. – №1 (17). – С. 23-27.
2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куин. – Пер. с англ. под ред. И.В.Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 121 с.
3. Катков В. Формирование организационной культуры на промышленном предприятии / В. Катков // Управление персоналом. – 2000. – № 2. – С. 15.
4. Корпоративная культура [краткий теоретический курс] [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://HR_Portal.ru.
5. Левицкая П. В. Корпоративные ценности в условиях информационного общества / П. В. Левицкая [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.promgups.ru/publisher/txt3/more.phpmore14.
6. Организационная культура: учебное пособие / за ред. О. Е. Стеклова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 127 с.
7. Палеха Ю. І. Ключі до успіху або Організаційна та управлінська культури. Монографія / Ю. І. Палеха. – К.: ЄУФІМБ, 1999.
8. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом / В. А. Спивак. – СПб.: Питер, 2000. – 102 с.
9. Черных Е. А. Корпоративная и организационная культура – синонимы или разные понятия/ Е. А. Черных [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.corpculture.ru/content/korporativnaya-i-organizatsionnaya-kultura-sinonimy-ili-raznye-ponyatiya.
10. Ouchi W. Theory "Z": How American business can meet the Japanese challenge. – Reading, MA: Addison-Wesley, 1981.
11. Eldridge J., Crombie A. Sociology of organization. – London: Allen&Unwin, 1974.

REFERENCES

1. Andrushkiv B. M. Khymych I. H. Singularity of corporate culture in the context of European business transformation [Senhulyarytyvnist' formuvannya korporatyvnoyi kul'tury v konteksti yevropeys'koyi transformatsiyi pidpryyemstv] *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrayiny. Naukovyy zhurnal - Bulletin of Economic Sciences of Ukraine. Journal* 2010, Vol. 17, No1 . pp. 23-27.
2. Kameron K., Kuyn R. Diagnosing and changing organizational culture [Diagnostika i izmenenie organizatsionnoy kul'tury], *SPb.*, 2001, p. 121.
3. Katkov V. The formation of organizational culture in an industrial plant [Formirovanie organizatsionnoy kul'tury na promyshlennom predpriyatii], *Upravlenie personalom - Human Resource Management*, 2000, No. 2, p. 15.
4. Corporate Culture a short theoretical course [Korporativnaya kul'tura kratkiy teoreticheskiy kurs] - available at: http://HR_Portal.ru.
5. Levitskaya P. V. Corporate values in the information society [Korporativnye tsennosti v usloviyakh informatsionnogo obshchestva], available at : http://www.promgups.ru/publisher/txt3/more.phpmore14.
6. *Organizational Culture: : Training Manual [Organizatsionnaya kul'tura: uchebnoe posobie*], Ulyanovsk, UlSTU, 2000, p. 102.
7. Palekha Yu. I. Keys to success or organizational and managerial culture. Monograph [Klyuchi do uspikhu abo Orhanizatsiyna ta upravlins'ka kul'tury. *Monohrafiya*], Kyiv, YEUFIMB, 1999

8. Spivak V. A Organizational Behavior and Human Resources [Organizatsionnoe povedenie i upravlenie personalom], St. Peter, 2000, p. 102.
9. Chernykh E. A. Corporate and organizational culture - synonyms or different concepts [Korporativnaya i organizatsionnaya kul'tura – sinonimy ili raznye ponyatiya] available at:
http://www.corpculture.ru/content/korporativnaya-i-organizatsionnaya-kultura-sinonimy-ili-raznye-ponyatiya.
10. . Ouchi W. Theory "Z": How American business can meet the Japanese challenge, Reading, MA: Addison-Wesley, 1981.
11. Eldridge J., Crombie A. Sociology of organization, London: Allen&Unwin, 1974.

Статтю отримано 14 вересня 2011 року

Рецензію на статтю дала доктор наук з державного управління Рудакевич М. І.