

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті проаналізовано теоретичні підходи та наведено результати досліджень стосовно процесу формування організаційної культури на підприємстві. Висвітлено основні фактори, що впливають на рівень організаційної культури на підприємстві.

Ключові слова: організаційна культура, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище.

A.A. BILETSKAYA
Khmelnitsky National University

FACTORS OF INFLUENCE ON THE FORMATION OF THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ENTERPRISE

Abstract - Market and social transformation in Ukraine will not be successful unless radical changes take place not at the microeconomic level, key - production link. Making such drastic measures as change of ownership, monopolization of economy, creation of market infrastructure, yet does not automatically solve a broad range of issues related to the ordering activity. We need decisive action, considerable effort, careful organization work to bring industrial relations at the micro level in line with macroeconomic changes. The main objective of the study is to analyze the process of organizational culture in the company and on its basis the development of theoretical and methodological approaches to improving and determination of factors that influence this process. Like any system, organizational culture consists of a set of interrelated elements. According to which the needs, expectations, information, resources, got now at the door, are processed under the influence of external environment and internal components of the enterprise, which is the only system processes, components, functions, tooling equipment and more, the output is a product that reflects the culture business establishment. The external environment has a significant impact on the organizational culture of the company, however, as practice shows, two organizations that operate in the same environment can have a culture significantly different from each other. Among the totality of factors on organizational culture have the greatest influence: national, identity manager, stage of the life cycle of an enterprise, line of business, the degree of competence of staff, size of the company. Consideration of these factors will greatly improve the effectiveness of management activities and create a social basis for further development of the organizational culture of the company.

Keywords: organizational culture, internal environment, external environment.

Вступ. Ринкові й соціальні перетворення в Україні не будуть успішними, доки докорінні зміни не відбудуться на мікроекономічному рівні, у ключовій – виробничій – ланці. Здійснення таких радикальних заходів, як зміна форм власності, демонополізація економіки, створення ринкової інфраструктури, ще не означає автоматичного вирішення широкої низки проблем, пов'язаних із упорядкуванням діяльності підприємств. Потрібні рішучі дії, значні зусилля, ретельна організаційна робота для приведення виробничих відносин на мікрорівні у відповідність з макроекономічними перетвореннями. Важливою складовою системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства має бути оптимізація соціально-трудових відносин, формування й подальший прогресивний розвиток організаційної культури.

Досвід багатьох успішних підприємств свідчить, що використання принципів організаційної культури дозволяє отримати високу ефективність виробництва та зайнятості, а також підвищити конкурентоспроможність. Разом з тим, слід підкреслити, що в умовах української економіки, з урахуванням особливостей її історичного минулого і сучасних проблем, ідеї організаційної культури та відповідний розвиток соціально-трудових відносин ще не знайшли широкого практичного впровадження. Такий важливий чинник гармонізації виробничих відносин на вітчизняних підприємствах поки що не діє належним чином, і однією з основних причин цього є те, що теоретичні дослідження у царині організаційної культури та її ролі в розвитку соціально-трудових відносин не набули системного характеру. Актуальність, соціальна значимість і недостатня наукова розробленість питань розвитку та формування корпоративної культури як складової соціально-трудових відносин визначили вибір мети дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий крок у дослідження теорії організаційної культури внесли праці відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, які розвинули такі теоретичні і практичні її аспекти: оцінка і управління організаційною культурою (Д. Денісон, К. Камерон, Р. Куїнн, Е. Шейн, А. Воронкова, Г. Захарчин); оцінка впливу національних особливостей на організаційну культуру та управління полікультурними організаціями (Р. Льюїс, Ф. Тромпенаарс, Г. Хофстед); дослідження організаційної культури як важливого важеля управління персоналом (Ю. Красовський, Т. Соломанідіна, І. Ладанов, В. Співак, С. Малінін, М. Дороніна, Н. Гавкалова, С. Ходаківський) і суттєвого чинника конкурентоспроможності та організаційного проектування (О. Драган, В. Кукоба). Проте у більшості зазначених вище праць організаційна культура розглядається відокремлено від системи менеджменту в цілому.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є аналіз процесу формування організаційної культури на підприємстві і на його основі розробка теоретичних та методологічних підходів до її удосконалення та визначення факторів, що впливають на даний процес.

Виклад основного матеріалу. 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 [4].

Дослідження організаційної культури як явища у світовій теорії і практиці управління почали розвиватися в рамках гуманістичного підходу до організації та управління людьми в ній, де основним завданням управління вважається адаптація підприємства до зовнішнього середовища і його подальша зміна за допомогою розвитку організаційної культури, яка допомагає впливати на діяльність підприємства через встановлені цінності, норми, традиції, мову тощо; озброює керівників спеціальною системою понять, яка робить щоденне керівництво людьми осмисленим і зрозумілим [3].

Як будь-яка система, організаційна культура складається з безлічі взаємопов'язаних між собою елементів. Російські вчені О. С. Виханский і А. І. Наумов пропонують своє бачення концепції множинності елементів організаційної культури [1]. Згідно якої потреби, очікування, інформація, ресурси, одержувані підприємством при вході, переробляються під впливом зовнішнього оточення і внутрішніх складових підприємства, які представляють собою єдину систему процесів, елементів, функцій, оснащення обладнанням і багато іншого, на виході виходить продукт, який відображає культуру підприємницької установи.

Таким чином, можна відзначити, що будь-який елемент підприємства характеризує її культуру, впливає на культуру та інші елементи, а також зазнає змін під впливом культури та її складових. Автори пропонують систематизувати всі елементи культури за двома групами приналежності: суб'єктивної організаційної культури, об'єктивної організаційної культури [1].

У першу групу входять елементи, що відображають цінності, етику, зразки поведінки, комунікації і мову спілкування, обряди, ритуали, традиції, тобто все те, що характеризує взаємини між людьми, їх свідомість, ставлення з підприємством. До другої групи можна віднести елементи, пов'язані з фізичним оточенням (будівлі підприємств, їх дизайн і місце розташування, обладнання і дизайн робочих приміщень і т.д.).

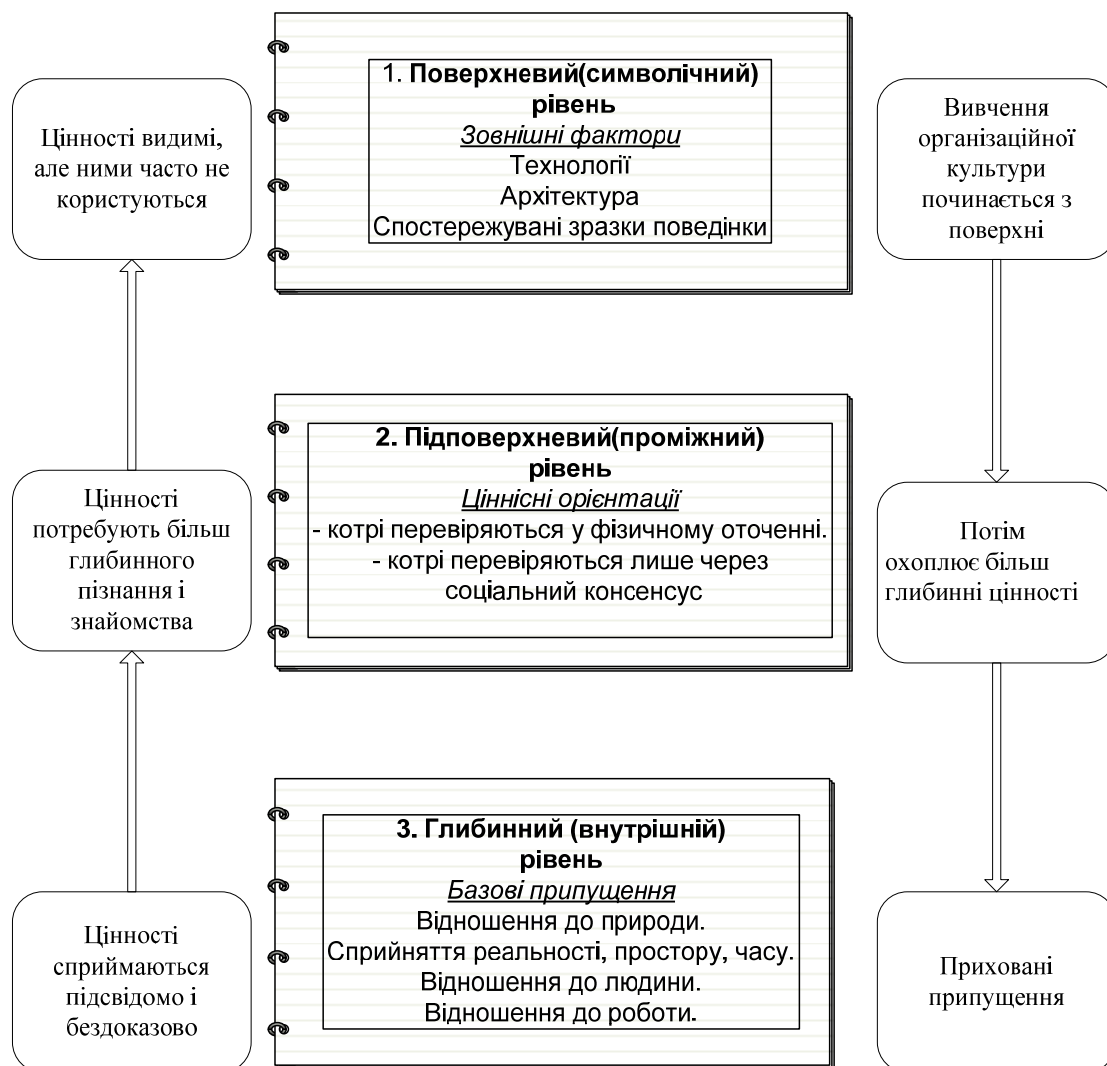


Рис. 1. Структура організаційної культури

Ще одну структуру організаційної культури пропонує Е. Шайн, виділяючи три її рівня [5] (рис. 1). Пізнання організаційної культури починається з «поверхневого» або «символічного» рівня, що включає такі

факти, які можна відчувати і сприймати. На цьому рівні речі та явища легко виявити, але не завжди їх можна розшифрувати в термінах організаційної культури. На наступному рівні вивчають цінності і вірування, що розділяються членами підприємства. Їх сприйняття залежить від свідомості людей. «Глибинний» рівень включає базові припущення, які направляють поведінку людей, допомагаючи їм сприйняти атрибути, що характеризують організаційну культуру.

Таким чином, необхідно відзначити, що організаційна культура має своєрідну структуру, що складається з ієрархії цінностей на відміну від традиційних структур інших об'єктів управління підприємством, в основі яких лежить ієрархія підрозділів.

Управління процесами формування і розвитку організаційної культури здійснюється на кожному з рівнів за допомогою реалізації її функцій. Лафта Д. К. виділяє такі функції організаційної культури: охоронна функція культури; інтегруюча функція; регулююча функція; замінююча функція, або функція субститут формальних відносин; адаптивна функція; освітня і розвиваюча функції; функція управління якістю; функція адаптації до зовнішнього середовища. Дія цієї функції створює найбільш сприятливі зовнішні умови для діяльності підприємства. Її ефект полягає в усуненні бар'єрів, нейтралізації впливів, пов'язаних з порушенням або ігноруванням підприємства правил суспільної гри [2].

Зовнішнє середовище може бути несприятливим і хаотичним тому, що воно містить в собі норми і цінності, що не збігаються з внутрішньоорганізаційними цілями, тому підприємство повинне адаптуватися до зовнішнього середовища. Другий момент, який визначається цією функцією, має внутрішню спрямованість. Він пов'язаний із застосуванням, гармонізацією внутрішніх цінностей працівників підприємства. Окремий працівник, з одного боку, є членом підприємства і розділяє його специфічні цінності. З іншого боку він представник певного соціуму, носій суспільних цінностей. Чим більше будуть розбіжності і протистояння один одному елементів і двох ціннісних груп, тим вища вірогідність внутрішнього конфлікту у працівника, що може призвести до втрати робочої орієнтації, зниження продуктивності праці. Тому функцією організаційної культури є знаходження найбільш узгоджених поєднань організаційних цінностей і цінностей зовнішнього середовища.

Таким чином, на культуру підприємства впливають як фактори зовнішнього, так і внутрішнього впливу. Зовнішнє середовище складається із макро- та мікрооточення. Серед факторів зовнішнього макросередовища, що впливають на організаційну культуру, виділяються основні:

- Національний фактор (культура, менталітет, релігія), який формують національні звичаї, виховання, етикет, властиві різним національним спільнотам, що впливають на організаційну культуру, що, в свою чергу, є своєрідним колективним програмуванням поведінки співробітників і їх груп. Особливо суттєвим цей фактор є для підприємств, персонал яких представлено співробітниками різних національностей, або для підприємств, які виходять на міжнародний ринок. Успіх таких підприємств залежить від того, наскільки їм вдалося ліквідувати розбіжності у відносинах між співробітниками різних національностей, з різними культурними традиціями, а також наскільки їм вдалося адаптуватися до національної культури тієї країни, на ринок якої вони виходять.

- Інституціональний фактор проявляється у політичній, економічній, соціальній ситуації, що визначають рівень життя населення, специфіку умов функціонування підприємств в даній країні. В рамках державного управління даються основні ідеологічні установки. Законодавчі акти прямо або побічно регламентують певні положення організаційної культури, зокрема, в сфері вимог до організації праці, забезпечення харчування та місць відпочинку (кімнат та зон відпочинку), вимог до зовнішнього вигляду, можливих санкцій і заохочень. Все це позначається на економічній політиці і впливає на організаційну культуру шляхом формування ціннісних орієнтацій, соціальної захищеності працівників, рівня соціальної відповідальності підприємства перед суспільством.

- Науково-технічний прогрес як фактор зовнішнього середовища впливає на всі сфери життєдіяльності людини. Розвиток інформаційних технологій, поява нових ринкових сегментів змушує підприємство змінювати акцент у своїй діяльності і вимагає використання нових методів організації управління і організації виробництва, управління персоналом, зокрема, підготовки персоналу до роботи в нових умовах, розробки нових програм підвищення кваліфікації та перепідготовки; пошуку працівників, які володіють новими спеціальностями або перепідготовці власних співробітників. Національна культура, політика, правова система, економічна ситуація – це та сфера, на яку підприємство практично немає впливу. Але вплив цих факторів як на підприємство, так і на окрему людину досить відчутний. Саме вони формують ціннісні характеристики як окремої особистості, так і суспільства в цілому, що безпосередньо позначається на якісних характеристиках особистості (рівень освіти, кваліфікації, дисциплінованість, відповідальність, ініціативність, цілеспрямованість, самостійність, рішучість, гнучкість у спілкуванні та інші).

- Ділові партнери (постачальники, споживачі, фінансові інститути). Особливості та специфіка бізнесу в сучасних умовах формують нову культуру взаємин з постачальниками, яка заснована на довірі, позитивній репутації. Це пов'язано з необхідністю точних і своєчасних поставок потрібних для безперебійного виробництва. Сучасний споживач диктує умови на ринку. Тому для підприємств-виробників все більшого значення набувають способи залучення споживачів для участі або висловлення думки при створенні власної торгової марки, розробки фірмового стилю та бездоганного іміджу. Культура відносин з фінансовими інститутами повинна сприяти можливості отримання кредиту, страхування угод, проведення розрахунків з постачальниками і споживачами, а також надання соціальних гарантій персоналу.

- Власники, інвестори. Вплив власників виявляється в їх та позиції по відношенню до організаційної культури. Але, треба відзначити, що в Україні, нажаль, відносини між власниками та менеджерами характеризуються непрозорістю, прагненням не залежати один від одного, не рахуватися один із одним, тому організаційна культура повинна буди орієнтованою на підвищену увагу до власників і сприяти розвитку системи мотивації менеджерів. Вплив інвесторів на організаційну культуру полягає в тому, що гроші будуть вкладатися в організацію, яка має позитивну репутацію та довіру. При формуванні організаційної культури це слід враховувати, в зв'язку з цим буде створено сприятливий інвестиційний клімат в організації.

- Конкуренти. Сучасні економічні умови диктують нові способи конкуренції. Якщо раніше можна було досягти значних конкурентних переваг за рахунок вдосконалення виробничого процесу або підвищення якості продукції, то на сьогоднішній день цього не достатньо. Актуальним стають питання ступеню довіри з боку споживачів і партнерів, ефективного зв'язку з громадськістю, фірмового стилю. Швидко мінливе зовнішнє середовище потребує виробництва товарів або послуг які завжди відповідають сучасним умовам, що можливо за дотримання кількох умов: проведення досліджень, впровадження інновацій, творчого підходу персоналу до своєї роботи.

Зовнішнє середовище значно впливає на організаційну культуру підприємства, проте, як свідчить практика, дві організації, що функціонують в одному і тому ж оточенні, можуть мати культури які значно відрізняються одна від одної. Серед усієї сукупності факторів на організаційну культуру найбільший вплив мають: національний, особистість керівника, стадія життєвого циклу підприємства, сфера діяльності підприємства, рівень компетенції персоналу, розмір підприємства.

Висновки. Отже, організаційна культура є важливою 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. Врахування вище зазначених факторів дозволить у значній мірі вдосконалити ефективність управлінської діяльності та створить соціальне підґрунтя для подальшої розбудови організаційної культури на підприємстві.

Література

1. Виханский О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 416 с.
2. Лафта Д.К. Эффективность менеджмента организации : учеб. пособие / Д.К. Лафта. – М. : Русская деловая литература, 1999. – 319 с.
3. Управление персоналом : учебник для вузов / под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 423 с.
4. Харчишина О.В. Організаційна культура як важлива складова системи управління підприємствами / О.В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1(7).
5. Шайн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шайн ; [пер. с англ. ; под ред. В.А. Спивака]. – СПб : Питер, 2002. – 336 с.

References

1. Vykhanskiy O. S, Naumov A. Y. Menedzhment: chelovek, stratehiya, orhanyzatsiya, protsess: Uchebnyk. - M.: Yzd-vo MHU, 1995. - 416 s.
2. Lafta D. K. Effektyvnost menedzhmenta orhanyzatsyy: Ucheb. posobyе. -M.: Russkaia delovaia lyteratura, 1999. - 319 s.
3. Upravlenye personalom: Uchebnyk dlia vuzov / Pod red. T. Yu. Bazarova, B. L. Eremyna. - M.: Banky y byrzhы, YuNYTY, 1998.- 423 s.
4. Kharchyshyna O. V. Orhanizatsiina kultura yak vazhlyva skladova systemy upravlinnia pidprijemstvamy / O. V. Kharchyshyna // Ekonomika. Ukpravlinnia. Innovatsii. - 2012. 1(7).
5. Shain E.Kh. Orhanyzatsyonnaia kultura y lyderstvo / E.Kh. Shain; per. s anhl. pod red. V.A. Spyvaka. – SPb: Pyter, 2002. – 336 s.

Рецензія/Peer review : 5.9.2014 р. Надрукована/Printed : 23.09.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Нижник В.М.