

УДК 330.356:330.163.14

В. В. Шляхетко

**КВАЛІМЕТРИЧНА ОЦІНКА ЯКОСТІ КУЛЬТУРИ ЯК ФАКТОРА ЗРОСТАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розглядається вплив підприємницької культури на зростання конкурентоспроможності поліграфічних підприємств.

The influence of enterprise culture on increase of competitiveness of the polygraphic enterprises is considered.

Українське суспільство переживає складний переломний стан, динаміка якого характеризується суперечливим поєднанням прогресивних за вектором конструктивних процесів і процесів руйнівних, що поглиблюють кризові явища до критичної величини. При дослідженні психологічних проблем виробничих колективів в умовах перехідного періоду неможливо абстрагуватись і від їх широкого соціального та соціально-психологічного контексту – підприємницької культури.

Підприємницька культура – це міждисциплінарний напрямок досліджень, який знаходиться на межі декількох областей знань, зокрема, менеджменту, організаційної поведінки, соціології, психології, культурології. Саме багатодисциплінарність та унікальне інтеграційне єство (існування) даної концепції, з одного боку, створюють при її розгляді певні труднощі пізнавального плану, а з другого, дають можливість грамотно й ефективно управляти підприємством [1].

Оцінка підприємницької культури в теоретичному плані важлива тому, що, тільки здійснивши її (бажано кількісно), можна якнайповніше усвідомити феномен підприємницької культури. У практичному ж плані це потрібно менеджерам, щоб керувати організацією, а також планувати і реалізовувати необхідні позитивні зміни підприємницької культури. Постановку даного завдання можна розуміти як проблему кваліметрії – визначення якості підприємницької культури, хоча поняття «кваліметрія» тут потрібно розуміти не стільки як вимір якості, скільки як її аналіз з елементами формалізації, використанням моделювання та умовних кількісних оцінок.

Одним із кваліметричних методів опису культури є підхід, що полягає у виділенні та класифікації властивостей оцінюваного об'єкта та встановленні взаємозв'язків між цими властивостями. Графічно структура властивостей подається зазвичай у вигляді блок-схеми або дерева. Властивості об'єкта та їх характеристики відображають ступінь відповідності об'єкта своєму призначенню, тобто цілі його створення та функціонування. Пропонуються різні методи оцінки: диференціальний, коли окремо оцінюється кожна властивість, складова якості; комплексний, коли дається оцінка групі властивостей, або всій якості в цілому; змішаний, або комбінований, коли використовуються одночасно диференціальна й комплексна оцінки.

При дослідженні культури нами використовувався комбінований метод, оскільки деколи важко стверджувати, що одна організація (підрозділ) має більш високу підприємницьку куль-

туру порівняно з іншою, і тим паче оцінити це у балах. Більше того, одним із завдань аналізу якості підприємницької культури є аналіз особливостей кожної організації або її підрозділів, бо підприємницька культура така ж неповторна, як і особистість. Не всі елементи якості підприємницької культури піддаються кількісній оцінці. Тому треба бути готовим до того, що оцінка підприємницької культури буде кількісно-якісною, а запропоновані показники – відносними. Вони будуть справедливими лише для певного середовища, епохи, ситуації на ринку і т.д.

Робота з оцінювання якості підприємницької культури складається з таких етапів:

- 1) структуризація об'єкта-феномена якості підприємницької культури, вичленування складових його властивостей;
- 2) визначення моделей, зокрема таких, які пов'язують комплексні показники з показниками окремих властивостей;
- 3) визначення вагомості цих властивостей;
- 4) оцінка кожної властивості;
- 5) розрахунок узагальненого показника якості підприємницької культури.

Відповідальним вихідним етапом є структуризація об'єкта дослідження, тобто розчленування його на елементи й встановлення зв'язків між ними. Складність цього процесу визначається нескінченною кількістю феноменів, пов'язаних з людиною, їх багатоаспектністю, розмитістю елементів, взаємозалежністю, відсутністю чіткої ієрархії і т.д. Ці труднощі багаторазово зростають, коли структуризація передбачає подальше встановлення певних кількісних показників [2].

Структура якості підприємницької культури як основного фактора структурного капіталу включає (див. рисунок) такі елементи: 1) значимість високих цінностей; 2) ефективність роботи та якість товарів і послуг; 3) вдовolenня співробітників від праці; 4) колективізм і повага до особистості; 5) якість зовнішніх проявів підприємницької культури; 6) здоровий спосіб життя.

Використовуючи сучасні вітчизняні і зарубіжні дослідження, результати експертного опитування й анкетування, проведеного у серпні – вересні 2002 р. на ряді поліграфічних підприємств Львівської області, та застосовуючи структуру якості підприємницької культури як фактора конкурентоспроможності підприємства, ми побудували математичну модель:

$$КП = \Pi_{11}B_{11} + \Pi_{12}B_{12} + \Pi_{13}B_{13} + \Pi_{14}B_{14} + \Pi_{15}B_{15}, \quad (1)$$

де КП – конкурентоспроможність підприємства;

$\Pi_{11}B_{11}$ – оцінка та вагомість ресурсних факторів;

$\Pi_{12}B_{12}$ – оцінка та вагомість управлінських факторів;

$\Pi_{13}B_{13}$ – оцінка та вагомість структурних факторів (підприємницька культура);

$\Pi_{14}B_{14}$ – оцінка та вагомість технічних факторів;

$\Pi_{15}B_{15}$ – оцінка та вагомість ринкових факторів.

Підставивши результати експертного опитування 56 осіб (керівників, інженерно-технічних працівників і провідних робітників ТзОВ “Леопрінт”, ТзОВ “Укрпол”, ВАТ “ЛДКФ “Атлас” та Стрийської міської друкарні), отримані згідно з методикою оцінки якості, одержали рівність

$$КП = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,14\Pi_{23} + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25}. \quad (2)$$

Після підстановки даних анкетування та експертних оцінок бачимо, наскільки рівень підприємницької культури на цих підприємствах відрізняється від ідеального стану та як він впливає на показник конкурентоспроможності підприємства.

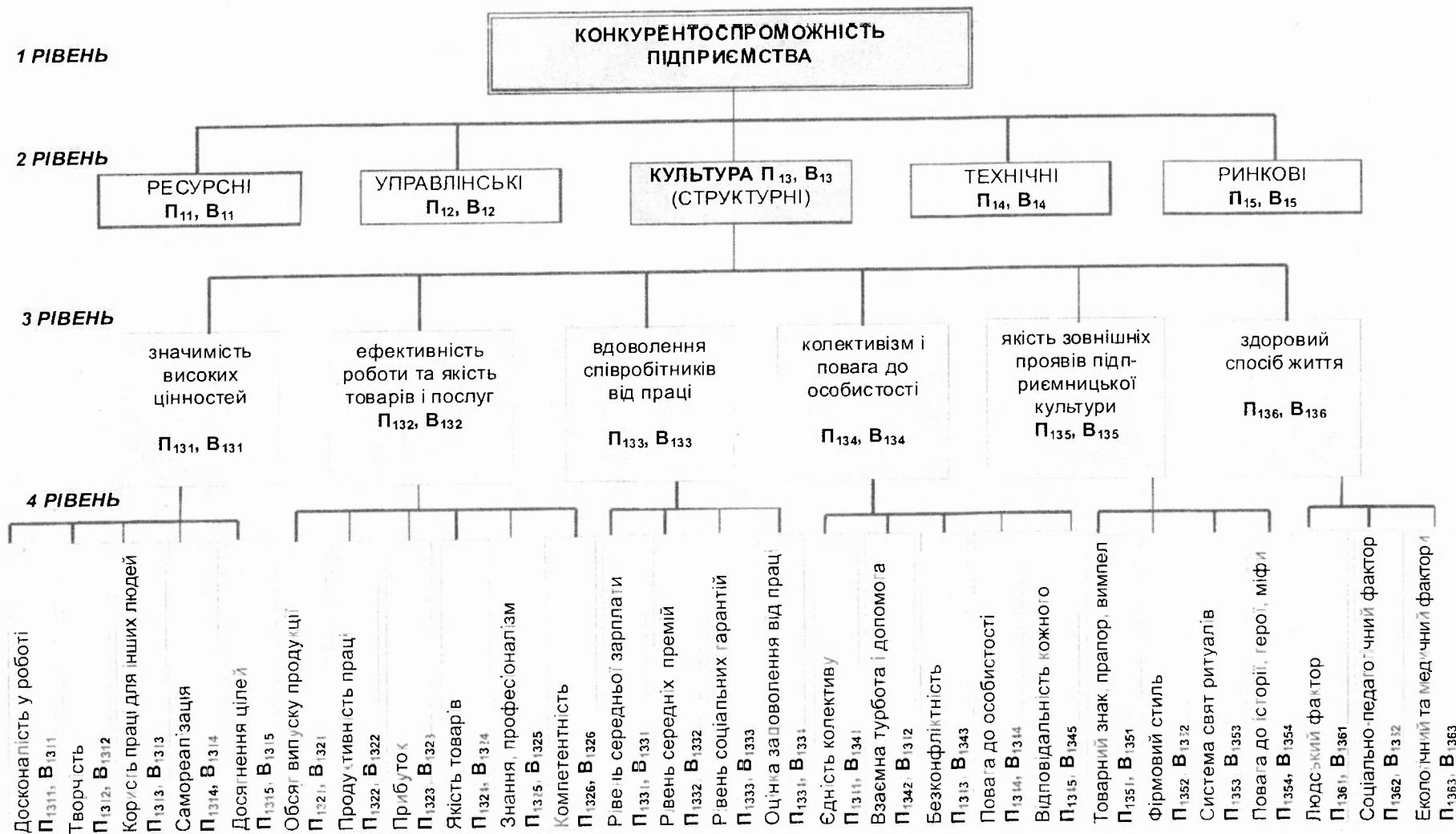
Таким чином, використовуючи дані оцінки корпоративної культури, отримаємо можливість побудувати математичну модель впливу внутрішніх факторів на рівень конкурентоспроможності досліджуваних поліграфічних підприємств:

$$КП_{\text{Леопрінт}} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,14 \cdot 0,819 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,114 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25};$$

$$КП_{\text{Укрпол}} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,14 \cdot 0,804 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,113 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25};$$

$$КП_{\text{Атлас}} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,14 \cdot 0,565 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,079 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25};$$

$$КП_{\text{Стрий}} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,14 \cdot 0,515 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25} = 0,26\Pi_{21} + 0,16\Pi_{22} + 0,072 + 0,28\Pi_{24} + 0,16\Pi_{25}.$$



Структура якості підприємницької культури як фактора конкурентоспроможності підприємства

Тобто ми можемо стверджувати, що підприємницька культура у ТЗОВ “Леопрінт” впливає на конкурентоспроможність підприємства на рівні 11,4%, і разом з тим тут ще є певний резерв впливу – у розмірі 2,6%. Вплив підприємницької культури на рівень конкурентоспроможності у ТЗОВ “Укрпол” складає 11,3%, а резерв становить 2,7%. У ВАТ “ЛДКФ “Атлас” ці показники дорівнюють відповідно 7,9 і 6,1%. Щодо Стрийської міської друкарні, то вплив складає тільки 7,2%, а резерв – 6,8%.

1. Томилов В.В. Культура предпринимательства. Спб., 2000. 2. Хаєт Г.Л. Корпоративна культура: Навч. посіб. К., 2003.