

**СЕКЦІЯ
ЕКОНОМІКИ І ОРГАНІЗАЦІЇ ПОЛІГРАФІЇ**

УДК 330.356:330.163.14

*В.В. Шляхетко***МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ
ПІДПРИЄМСТВ**

Розглядаються теоретико-методологічні та методичні положення відносно дослідження стану підприємницької культури підприємств різних форм власності.

Рассматриваются теоретико-методологические и методические положения относительно исследования состояния предпринимательской культуры предприятий разных форм собственности.

Занепад, який переживає в останні роки економіка України, не оминув і поліграфію. Суттєво скоротилося виробництво поліграфічної продукції і, відповідно, збільшало таких негативних процесів, як масове вивільнення робочої сили, незадоволеність персоналу, несприятливий морально-психологічний клімат у колективах і, зрештою, вагоме зниження продуктивності праці в структурах видавничо-поліграфічного комплексу. Встановлено, що на однаково технічно оснащених підприємствах з ідентичними економічними умовами виробничі результати можуть коливатися у співвідношенні 1:3, тобто продуктивність праці може зрости утричі лише за рахунок кращої організованості колективу й використання його соціально-психологічних резервів [2]. Ось чому при вивченні психологічних проблем виробничих колективів в умовах перехідного періоду неможливо абстрагуватися і від їх ширшого соціального та соціально-психологічного контексту – організаційної культури підприємства.

Відомі наукові авторитети Т. Степанов, І. Вернадський, І. Франко, М. Туган-Барановський, М. Гоголь, Г. Сковорода та ін. віддавна надавали великого значення моральним цінностям і національним культурним традиціям. Негативним відхиленням у цьому контексті було ХХ ст., коли держава не усвідомлювала визначальної ролі окремої людини в соціально-економічних перетвореннях. Розуміння вирішального значення людського чинника відбулося лише у другій половині 80-х років, що дало змогу створити певний доробок у цій сфері. Але більшість авторів, наголошуючи на важливості морально-психологічного клімату для ефективної діяльності підприємств, не приділяє уваги проблемам його виміру та аналізу. У зв'язку з тим кожне з досліджень, що спрямовані на з'ясування сутності економічної культури, її форм і типів, систем взаємозв'язків, допомагає пошуку факторів, які прискорюють ринкові перетворення та економічне зростання.

У кожному суспільстві економічну культуру можна розглядати у двох площинах: як елітарну і масову. У даному разі під елітарною культурою розуміють наукові й ідеологічні теорії, що протиставляються реальній господарській культурі суспільства, під масовою – щоденну культуру, яку поділяє більшість реальних суб'єктів господарського життя.

Взаємодія елітарних теорій з масовою економічною культурою носить суперечливий характер. З одного боку, вони постійно адаптуються масовою культурою, засвоюються більшістю і таким чином сприяють її розвитку. З другого боку, елітарні моделі можуть суттєво розходитися з масовими цінностями й нормами, і тоді вони не сприймаються, а навіть активно відкидаються.

На рисунку проілюстровано взаємозв'язок чинників, які впливають на культуру [3].



Склад культурного середовища

У кожному суспільстві економічна культура включає в себе три рівні:

верхній – це теоретична культура, представниками якої є дослідники та науковці;

середній – це культура осіб, що віддають розпорядження в державних, громадських і приватних структурах, представниками якої є керівники, державні чиновники, економісти-виконавці, консультанти та ін.;

нижній – це суспільно-економічна свідомість, що поділяється на виробничі та споживачькі потреби і мотивації.

Для нашого дослідження найбільший інтерес має середній рівень, який по суті і характеризує культуру організації (фірми, компанії, корпорації і т.д.).

Існують три підходи до виміру культури: 1) холістичний (дослідник занурюється в культуру і діє як глибоко співпричетний спостерігач, намагається стати “аборигеном” організації); 2) метафоричний (чи мовний) — дослідник використовує зразки мови документів, звінностей, розповідей і бесід; 3) кількісний — дослідник користується запитальниками і/чи проводить співбесіди для оцінювання конкретних проявів культури. Кількісний підхід допускає безліч точок зору, кожній з яких повинна бути приділена увага при оцінюванні атрибутів культури організації.

У середовищі дослідників культури не вщухають дебати про найкращі методи її оцінювання. Суть головного запитання зводиться до того, чи має кількісний підхід до оцінки культури законну силу, чи тільки певний глибинний якісний підхід залишається єдиним способом дослідити й описати культуру. Треба зауважити, що при відмові від використання кількісного підходу в жертву приноситься широта дослідження. Якщо занурення в кожен культуру є обов'язковим, то стає неможливим вивчення безлічі організаційних культур. Для порівняння багатьох культур без кількісних підходів не можна обійтися. Проте украй важливо, щоб відповіді на питання оцінювальної методики дійсно відбивали в собі базисні цінності і припущення (тобто саме культуру), а не просто вторинне ставлення до суті явищ і уявлення про них (тобто клімат). Найкраще цього можна домогтися за допомогою процедури аналізу деяких сценаріїв, в яких реакція респондентів відбиває міру, коли написані сценарії виявляються визначальними для культури досліджуваної організації. Ці сценарії стимулюють вихід на поверхню стрижневих атрибутів культури.

Можна виділити такі групи важливих атрибутів культури [1], як:
 акумулятивність – здатність культури до зберігання та сприймання коли-небудь відкритих нею чи кимось іншим способів і предметів діяльності, форм взаємодії;
 змінність – спроможність спільноти збагачувати чи оновлювати свої культурні традиції по відношенню до зовнішнього середовища;

мобілізаційна міць – можливість громади самоорганізовуватися, забезпечувати необхідні для її прогресу акумулятивність і змінність культури.

Організаційна культура – це міждисциплінарний напрямок досліджень, який знаходиться на межі таких областей знань, як менеджмент, організаційна поведінка, соціологія, психологія, культурологія. Саме багатодисциплінарність і унікальне інтеграційне ество даної концепції, з одного боку, створюють при її розгляді певні труднощі пізнавального плану, а з другого, – дають можливість грамотно та ефективно керувати підприємством. Як підтверджує досвід багатьох країн, вагоміших економічних і соціальних результатів досягають ті суспільства, які повніше враховують в організації управління особливості господарських традицій і соціальної психології населення, що, у свою чергу, представляють певну націю та культуру, перебувають у тісному зв'язку з власним природним середовищем національної господарської культури й трудової поведінки. І взагалі, саме на традиційні основи господарської культури, властиві українській нації, треба спиратися сьогодні при формуванні та використанні трудового потенціалу в нових умовах.

Кожна організація має свою культуру, що створювалася протягом її розвитку і характеризує функціонування даної організації. Культура організацій безпосередньо впливає на їх успіхи та ефективність діяльності. Так, численні дослідження переконують, що процвітаючі організації відрізняються високим рівнем культури, яка формується в результаті продуманих зусиль, спрямованих на розвиток духу організації для блага всіх зацікавлених сторін.

Враховуючи роль культури в діяльності організації, необхідно зважати на такі моменти:

культура є виразником відносин не тільки між членами, але й комплексу уявлень про призначення організації в цілому, що визначають її ефективність;

не треба спрощувати значення культури та розуміти її як синонім “клімату”, “цінностей” і т.д., адже це поняття більш глибоке. При закладанні культури організації необхідно попередньо з'ясувати бажані й можливі для даної організації цінності та філософію;

не варто вважати, що культура піддається простому маніпулюванню, вона створюється роками, десятиліттями і сама, у значній мірі, визначає характерний для організації стиль управління;

не слід оцінювати культуру як сильну чи слабку і відповідно до цього пробувати коригувати її. Сильна культура, як і слабка, може бути ефективною в одному випадку та нерезультативною в другому – усе залежить від конкретних умов;

не всі аспекти культури безпосередньо впливають на ефективність діяльності організації, існує багато невидимих опосередкованих можливостей для впливу;

організаційну культуру потрібно брати до уваги при розвитку чи у трансформаційному процесі.

1. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991.
2. Порошина Т.С. Социально-психологические резервы повышения качества труда инженерно-технических работников. К., 1978.
3. Томилов В.В. Культура предпринимательства. Спб., 2000.

УДК 336.027:338

Н. Ю. Окренка

МЕХАНІЗМ ЕКОНОМНОГО ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Розглядається механізм економічного використання матеріальних ресурсів як цілісна система управління матеріальними ресурсами на рівні кожного окремого підприємства.