

## ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Піскун К., студент, Салогуб О.В., викладач ПТ КІСумДУ

Існує дуже багато факторів, що впливають на організацію, за які пряму відповідальність несе вище керівництво. Вони охоплюють важливі питання, яким повинне займатися керівництво, щоб зберегти нормальний внутрішній і зовнішній стан фірми. Це економічні, політичні, технологічні і міжнародні фактори, фактори конкуренції і соціального поводження. Крім цих, існують і нетрадиційні фактори, які, як виявляється, мають вирішальне значення для успішної діяльності організації в довгостроковій перспективі. До них відносяться культура організації та її образ.

Організаційна культура — система норм і цінностей, характерних для цієї організації.

Організаційна культура визначається сукупністю властивих тільки їй філософії, цінностей, понять, очікувань, поглядів та норм.

Розрізняють три рівні, на яких базується організаційна культура: артефакти і предмети діяльності людини, цінності й основні установки [2].

Перший рівень: артефакти. Найбільш наочним рівнем культури є артефакти і предмети діяльності людини — фізичне і соціальне оточення людей. До цього рівня належать приміщення, особливості їхнього планування, продукти діяльності, усна та письмова мова, а також зовнішні прояви поведінки учасників організації.

Другий рівень: надбані цінності. Культура відображає внутрішні цінності, вірування та переконання окремих людей, які, за певних умов, може поділяти більшість членів організації.

Третій рівень: основні установки. Несвідомо засвоєні реакції на певні ситуації. Саме ці установки лежать в основі поведінки і визначають спосіб сприйняття, мислення і відчуттів членів організації.

На культуру підприємства великий вплив робить організація. Організація - це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальних цілей.

На організацію впливають внутрішні і зовнішні фактори. Внутрішні змінні - це ситуаційні фактори в середині організації. Оскільки вони являють собою створені людьми системи, то внутрішні змінні цілком контролюються керівництвом. Основні змінні в самій організації, які потребують уваги керівництва, це -

цілі, задачі, структура, технологія і люди, що впливають на культуру підприємства.

Однією із самих визначальних характеристик організації є її взаємозв'язок із зовнішнім середовищем. Організація цілком залежить від навколишнього світу - як у відношенні своїх ресурсів, так і у відношенні споживачів, користувачів їхніми результатами, яких вони намагаються досягти. Термін зовнішнє середовище включає економічні умови, споживачів, профсоюзи, урядові акти, законодавство, конкуруючі організації, систему цінностей у суспільстві, суспільні погляди, техніку і технологію та інші складові. Ці взаємозалежні фактори впливають на усе, що відбувається в середині організації, у тому числі і на її культуру.

Важливим засобом управління культурою є кадрова система. Процес починається з підбору людей, їх ретельної оцінки з урахуванням насамперед відповідності організації та її культурі. Іншим інструментом у сфері кадрової роботи є спосіб розвитку персоналу і його соціалізація. Організації, які активно використовують кадрові системи для створення відповідної культури багато уваги і засобів приділяють підготовці і розвитку персоналу. Основна направленість цього процесу - залучення людей до домінуючих цінностей організації.

Нарешті, управління преміюванням є потенційним інструментом створення і розвитку організаційної культури. За рахунок цього здійснюється просування і заохочення тих, хто найбільшою мірою відповідає цінностям даної організації.

Будь-який організований процес, у тому числі й виробництво, здійснюються і регулюються людьми. Його ефективність значною мірою залежить від того, як працівники ставляться до виконання своїх функцій і реалізації мети, задля якої цей процес здійснюється, а, отже, й від продуктивності праці.

Мотивація - це процес спонукування кожного співробітника і всіх членів його колективу до активної діяльності для задоволення своїх потреб і для досягнення цілей організації. Мотивація являється частиною організаційної культури, що направлена на підвищення продуктивності праці [1].

Основні задачі мотивації:

- формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці;
- навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутріфирменного спілкування;

- формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації.

Для вирішення зазначених задач застосовуються різні методи мотивації, але з підвищенням ролі людського чинника найбільш доцільними є психологічні методи. У основі цих методів лежить твердження, що основним чинником, що модифікує, є не тільки матеріальні стимули, але і нематеріальні мотиви, такі, як самоповага, визнання з боку навколишніх членів колективу, моральне задоволення роботою і гордість своєю фірмою.

Для формування організаційної культури можна запропонувати:

- вирішити проблему зовнішньої адаптації (розробка місії та стратегії, цілей, методів їх досягнення, розробка системи контролю діяльності щодо зовнішнього середовища).

- вирішити проблему внутрішньої інтеграції (побудова системи внутрішніх комунікацій, визначення критеріїв розподілу владних повноважень і делегування, втілення системи етичних взаємин, розробка системи внутрішнього контролю і мотивації, спрямованих на підтримку стратегії розвитку організації).

1. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: Підручник. – К.: «Академвидав», 2003.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент: Посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с.
3. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.

## «ЗВЁЗДНАЯ РЕКЛАМА»: ЗА И ПРОТИВ

Биндрим А., Внучкова Д., студентки,  
Салогуб О.В., преподаватель ПТ КИСумГУ

На сегодняшний день самым эффективным методом борьбы с конкурентами является реклама.

Реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.