

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ХАРЧИШИНА Олена Володимирівна

УДК 658.1:338.439

**ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ
В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук**

Київ-2012

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Національному університеті харчових технологій
Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України

Науковий консультант: доктор економічних наук, професор
Бутнік-Сіверський Олександр Борисович,
Інститут післядипломної освіти НУХТ МОНМС
України, завідувач кафедри економіки,
обліку і фінансів

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, доцент
Захарчин Галина Миронівна,
Національний університет «Львівська політехніка»
МОНМС України, завідувач кафедри
менеджменту персоналу та адміністрування

доктор економічних наук, професор
Драган Олена Іванівна,
Національний університет харчових технологій
МОНМС України, професор кафедри менеджменту

доктор економічних наук, доцент
Кукоба Володимир Павлович,
ДВНЗ «Київський національний університет
ім. В. Гетьмана» МОНМС України,
професор кафедри економіки підприємств

Захист дисертації відбудеться «17» лютого 2012 р. о 10.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.058.01 у Національному університеті харчових технологій Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 68, ауд. А-311.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету харчових технологій Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 68, ауд. А-311.

Автореферат розісланий «12» січня 2012 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
д.е.н., доцент

В. М. Марченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Суперечливість світових економічних процесів в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства проявляється у якісних масштабних перетвореннях, які унеможливають використання усталених факторів економічного розвитку, сприяють широкому використанню інноваційних стратегій та унікальних технологій, зокрема, в системі управління. Зазнає змін вектор наукових досліджень в структурі менеджменту, за результатами чого основна увага науковців зосередилась на дослідженні людського фактору, його ролі у забезпеченні сталого та ефективного розвитку підприємств. Організація внутрішнього середовища підприємств все частіше починає асоціюватись із формуванням організаційної культури як найоптимальнішого підходу до забезпечення ефективної кооперації праці персоналу і адаптації підприємства до умов зовнішнього оточення.

Теорія організаційної культури дає можливість обґрунтовано пояснити відмінності у рівні ефективності господарської діяльності підприємств, які діють в межах одного сегменту ринку: в умовах одного і того ж зовнішнього середовища, використовуючи однакові фактори виробництва очевидні переваги має те підприємство, характеристики організаційної культури якого є більш досконалими. Формування нової парадигми менеджменту призвело до кардинальних змін щодо розуміння ролі культури у формуванні економічних показників діяльності підприємства, створенні його позитивного іміджу і бренду. По суті, еволюція технології і філософії менеджменту на сучасному етапі сприяла переходу організаційної культури із категорії другорядних факторів виробництва у категорію стратегічних ресурсів.

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, Є. Малінін, М. Дороніна, Н. Гавкалова, Є. Ходаківський) і суттєвого чинника конкурентоспроможності та організаційного проектування (О. Драган, В. Кукоба); вивчення організаційної культури як складової бренд-інтегрованого менеджменту (Г.Тульчинський, Е. Капітонов) та фактору формування інтелектуального капіталу (О. Бутнік-Сіверський, С. Шкарлет, І. Мойсеєнко, Г. Жаворонкова).

Проте у більшості зазначених вище праць організаційна культура розглядається відокремлено від системи менеджменту в цілому, а наукові спроби дослідження організаційної культури як іманентної складової системи управління, обґрунтування її економічної сутності представлені лише фрагментарно. Тому нагальною стала потреба у проведенні ґрунтовного

дослідження організаційної культури з позиції сутності категорії «організаційна культура підприємства» у сучасній парадигмі менеджменту, визначення властивостей і функцій організаційної культури, оцінки її як економічного фактору, важливої складової системи ефективного менеджменту, методології діагностики, оцінки взаємозв'язку з показниками економічної ефективності, систематизації її типології, моделювання рівня формування та обґрунтування емпіричних індикаторів організаційної культури.

Зростаюча значущість організаційної культури як фактору забезпечення сталого розвитку і підвищення ефективності системи управління на підприємствах харчової промисловості визначила актуальність теми і потребу у наукових і прикладних розробках. Сукупність вищезазначених проблемних питань обумовила вибір теми дисертаційної роботи, її логічно-структурну будову, мету, предмет, об'єкт і наукову новизну одержаних результатів.

Зв'язок дисертаційного дослідження з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Національного університету харчових технологій у 2008-2011 рр. Зокрема, дисертаційне дослідження пов'язано із темою: «Удосконалення системи менеджменту на підприємствах харчової промисловості», номер державної реєстрації 0108U010781, в якій особистий внесок автора полягає у розробці концептуальної моделі формування організаційної культури та обґрунтуванні теоретико-методологічних засад формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості; визначенні тенденцій і факторів формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості; розробці математичної моделі організаційної культури підприємств харчової промисловості та емпіричних індикаторів організаційної культури.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є розробка теорії, методології і прикладних науково-методичних засад формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості шляхом.

Відповідно до зазначеної мети в ході дослідження були поставлені та вирішені такі завдання:

- досліджено вагомість і сутність організаційної культури у сучасній парадигмі менеджменту та формування теорії організаційної культури в процесі еволюційного розвитку менеджменту як науки;
- узагальнено теоретико-методологічні підходи до трактування дефініції «організаційна культура» та визначено її економічну сутність;
- узагальнено існуючі теоретико-методологічні підходи і розвинуто теоретичні і прикладні аспекти внутрішньої структури організаційної культури підприємств;
- визначено сутнісну оцінку організаційної культури в системі ефективного менеджменту підприємств;
- розроблено підходи до розуміння властивостей і функцій організаційної культури;

- визначено процес, етапи та методи формування організаційної культури;
- досліджено сучасну методологію діагностики організаційної культури, здійснено порівняльну оцінку найбільш поширених методик оцінки організаційної культури;
- систематизовано типології організаційної культури, здійснено їх оцінку з точки зору придатності до використання у процесі економічної діагностики організаційної культури харчових підприємств;
- розроблено методологію діагностики стану формування організаційної культури та оцінки її впливу на ефективність діяльності підприємств з урахуванням особливостей галузі харчової промисловості та використанням економіко-математичних методів досліджень;
- проведено оцінку сучасного стану та тенденцій розвитку економіки харчової промисловості, здійснено діагностику формування організаційної культури на харчових підприємствах;
- оцінено взаємозв'язок організаційної культури з показниками економічної ефективності;
- визначено синтетичні фактори формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості;
- обґрунтовано базові засади розвитку поняття «ефективна організаційна культура» та поглиблено теоретико-методологічні засади її оцінки;
- обґрунтовано доцільність управління процесом формування організаційної культури на основі математичного моделювання процесу з використанням методу багатофакторної регресії та розраховано емпіричні індикатори формування організаційної культури для харчових підприємств;
- обґрунтовано необхідність і технологію створення органу управління організаційною культурою на підприємствах; розкрито зміст і особливості процесів поширення знань і розробки внутрішніх нормативних документів у формуванні організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості.

Об'єктом дослідження є процеси формування організаційної культури як важливої складової системи управління підприємствами.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні аспекти формування організаційної культури в системі ефективного менеджменту підприємств харчової промисловості.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дисертаційної роботи є сукупність гносеологічних підходів, логічних законів побудови висновків, загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, що безпосередньо зумовлені поставленою метою і завданнями дослідження. Найвагомими теоретичні результати отримані з урахуванням новітніх положень теорії управління, узагальнення досвіду економічних процесів на підприємствах харчової промисловості. Емпіричні висновки дисертації ґрунтуються на використанні економіко-статистичних методів, соціологічного методу, прогнозуванні, а також використанні спеціальних пакетів обробки даних. Нові наукові результати базуються на загальних технологіях аналізу і

синтезу, класифікації і систематизації, ідентифікації та формалізації, моделюванні, а також використанні спеціальних методів: 1) метод багатомірного факторного аналізу – з метою визначення комплексних синтетичних факторів формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості; 2) метод багатфакторного ієрархічного кластерного аналізу – з метою групування підприємств харчової промисловості за рівнем розвитку організаційної культури; 3) методи стохастичного аналізу – з метою визначення тісноти зв'язку рівня розвитку організаційної культури підприємств харчової промисловості з фінансово-економічними показниками ефективності господарської діяльності; 4) метод множинного регресійного аналізу – з метою побудови математичної моделі організаційної культури та визначення емпіричних індикаторів формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості.

Інформаційну базу дослідження склали вітчизняні та зарубіжні наукові праці (монографії, брошури, статті, автореферати дисертацій, тези, збірники наукових праць), офіційні статистичні матеріали Державного комітету статистики України та його регіональних управлінь, документи інших органів виконавчої влади, періодичні видання та щорічники міжнародних організацій, публічні звіти підприємств та об'єднань, матеріали мережі Інтернет, а також законодавчо-нормативні акти України за темою дисертаційного дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні та подальшому розвитку теоретико-методологічних положень та практичних рекомендацій, які в сукупності вирішують важливу наукову проблему – підвищення ефективності управління підприємствами харчової промисловості засобами формування організаційної культури. Результати дослідження, що містять наукову новизну і виносяться на захист, полягають у наступному:

вперше:

- обґрунтовано теоретичні засади організаційної культури в системі ефективного менеджменту з урахуванням, на відміну від усталених підходів, її економічної складової як фактора економічного зростання та ефективності діяльності підприємств, що дозволило запропонувати декомпозицію елементів системи менеджменту і вдосконалити внутрішню структуру організаційної культури, що поглиблює економічну теорію управління сучасними підприємствами;

- запропоновано методологію оцінки формування організаційної культури підприємств харчової промисловості, яка, на відміну від існуючих, головний акцент зосереджує на діагностиці економічної сутності та вагомості організаційної культури, її впливу на ефективність системи управління, використанню у процесі оцінки системи специфічних показників, соціологічного методу та сучасних методів економіко-математичних досліджень, зокрема багатомірного факторного, ієрархічного кластерного та стохастичного аналізу;

- визначено склад і силу впливу чинників на процес формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості, до яких віднесено рівень забезпечення розвитку підприємства засобами експліцитних елементів організаційної культури; ступінь орієнтації на умови зовнішнього середовища; рівень керованості процесу формування організаційної культури; ступінь розвитку імпліцитних елементів організаційної культури; рівень етичного ставлення до персоналу, а також доведено, що в сукупності одержані синтетичні фактори формують суттєвий рівень організаційної культури на досліджуваних підприємствах;

- обґрунтовано доцільність управління діяльністю з формування організаційної культури на основі математичного моделювання процесу і розробки емпіричних індикаторів формування організаційної культури для підприємств харчової промисловості, використання яких у практиці управління дозволяє здійснювати порівняльну оцінку підприємств, а також планування і прогнозування процесу формування організаційної культури;

удосконалено і уточнено:

- понятійний апарат організаційної культури шляхом класифікації існуючих визначень організаційної культури, за якою їх поділено на три групи: атрибутивні, сутнісні та структурні; формулювання понять «організаційна культура» і «ефективна організаційна культура»; розмежування визначень «організаційна культура», «корпоративна культура», «культура підприємства (фірми)», «соціокультура організації» та ін.;

- методологію організаційної культури, яка представлена у вигляді п'яти-компонентної системи, яка включає п'ять підсистем, пов'язаних між собою прямими та зворотними зв'язками: ціннісну (базова підсистема), символічну, комунікативно-управлінську, нормативну та ідентифікаційну. На відміну від існуючих підходів, які ґрунтуються на функціональному принципі, запропонований поділ базується на визначенні окремих підсистем з урахуванням групування однорідних елементів, які мають схожі властивості та вагомість у системі управління, що є доцільним як з гносеологічної точки зору, так і з точки зору більших можливостей діагностики організаційної культури та оцінки її впливу на функціонування системи сучасного менеджменту;

- методологічні засади формування організаційної культури підприємств, які спираються на запропоновану класифікацію зовнішніх і внутрішніх факторів, визначенні, в залежності від стадії життєвого циклу, особливостей процесу формування, побудову моделі процесу і уточнення змісту методів формування організаційної культури підприємств;

- класифікацію типологій організаційної культури, за результатами якої сучасні типології поділено на чотири групи, що дозволило систематизувати та оцінити щодо можливості використання їх у практиці управління підприємствами харчової промисловості;

- взаємозв'язок рівня формування організаційної культури та ефективності господарської діяльності підприємств; на основі методу

стохастичного аналізу доведено існування тісного зв'язку між рівнем формування організаційної культури та обсягом виручки від реалізації продукції і розміром власного капіталу;

- сукупність методів оцінки ефективної організаційної культури на основі визначення рівня прояву восьми парних характеристик, а також розроблено критерії та інформаційну базу оцінки цих характеристик;

одержали подальший розвиток:

- теоретичні засади визначення вагомості та сутності організаційної культури як іманентної складової сучасної парадигми менеджменту шляхом ґрунтового дослідження еволюційного шляху зародження ідей щодо організаційної культури у теоріях управління; визначено, що наслідком поступового розвитку теорій менеджменту стало перетворення організаційної культури із другорядного фактору у вагомий інструмент ефективного управління і чинник сталого розвитку підприємств;

- теоретичні засади організаційної культури за рахунок вдосконалення уявлень про її функції і властивості;

- систематизація напрямів наукових досліджень організаційної культури за рахунок порівняльного аналізу найбільш поширених методик та їх оцінки щодо придатності для цілей використання в практиці управління підприємствами харчової промисловості;

- методичний підхід до оцінки стану та основних тенденцій розвитку підприємств харчової промисловості на макрорівні та на рівні регіону шляхом дослідження традиційних економічних показників, які опосередковано характеризують рівень організаційної культури як передумову інноваційної активності підприємств, розвитку соціальної відповідальності перед споживачами, працівниками, навколишнім середовищем; застосування цього підходу дало можливість поповнити наукову базу емпіричних досліджень організаційної культури та визначити основні тенденції, проблеми і фактори її формування;

- технологія створення органів управління та організаційного забезпечення процесу формування організаційної культури шляхом запровадження посади менеджера з управління організаційною культурою, розробки кодексу організаційної культури, організації системи корпоративного навчання.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розвитку теорії організаційної культури як важливої складової сучасної парадигми менеджменту. У дисертаційній роботі обґрунтовані і розвинуті теоретичні, методологічні та практичні аспекти використання організаційної культури як потужного фактора вдосконалення системи менеджменту підприємств харчової промисловості, які отримали схвальні відгуки і були використані у роботі місцевих органів управління, підприємств та громадських організацій. Сформульовані в дисертаційній роботі науково обґрунтовані положення,

висновки і пропозиції доведені до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій.

Результати дослідження щодо використання потенціалу організаційної культури для вдосконалення системи управління підприємствами отримали схвальний відгук і були використані у роботі Головного управління економіки Житомирської ОДА (довідка № 07/1349 від 23.08.11 р.), Головного управління агропромислового розвитку Житомирської ОДА (довідка №2137 від 02.08.2011 р.), Новоград-Волинського районного управління агропромислового розвитку (довідка №715 від 18.08.11 р.) та Баранівського районного управління агропромислового розвитку (довідка № 08-07/293 від 10.08.11 р.).

Практичні рекомендації щодо вдосконалення системи управління підприємствами харчової промисловості засобами організаційної культури знайшли своє втілення у методичних матеріалах, консультаціях та доповідались на обласних і районних семінарах для керівників і провідних спеціалістів підприємств харчової промисловості і сільського господарства, які проводились Житомирською обласною асоціацією науковців і консультантів «Дорадчий центр» у 2008-2010 рр. (довідка №32/11 від 27.07.2011 р.).

Результати досліджень дисертанта використовувались у практичній роботі Національної асоціації сільськогосподарських дорадчих служб «Дорада» і обласних дорадчих служб, а також обговорювались учасниками міжнародних проектів як під час навчальних семінарів, так і візитів на підприємства з виробництва харчових продуктів і напоїв Республіки Польща у 2009-2010 рр. (довідка №35/11 від 17.08.11 р.).

Практичне впровадження пропозицій щодо формування і діагностики організаційної культури здійснено на підприємствах з виробництва харчових продуктів і напоїв Житомирської області: ВАТ «Житомирський комбінат хлібопродуктів» (довідка №202/01 від 29.08.11 р.), ТОВ «Екопродукт» (довідка №29 від 11.08.11 р.).

Результати дисертаційного дослідження знайшли своє втілення у навчально-методичних розробках і використовуються у викладанні дисциплін «Основи менеджменту», «Організація праці менеджера», «Корпоративна культура», «Лідерство в організаціях» у навчальному процесі Житомирського державного університету імені Івана Франка (довідка №333 від 19.04.2011 р.), а також були заслухані і обговорені під час відкритої лекції для викладачів і студентів Державного навчального закладу підготовки фахівців сільського господарства і галузі харчової промисловості «La Saussaye», Франція (довідка №б/н від 25.03.2011 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеним науковим дослідженням, у якому викладено авторський підхід до вирішення актуальних проблем подальшого розвитку теорії і практики формування організаційної культури в системі ефективного менеджменту підприємств харчової промисловості.

Наукові положення, висновки і рекомендації, які виносяться на захист, отримані автором самостійно і є його особистим внеском у розвиток економічної теорії.

У працях, написаних у співавторстві, автору належить 1,3 друкованих аркуша. При написанні дисертаційної роботи із праць, написаних у співавторстві, були використані лише ті положення і висновки, які належать особисто автору.

Положення кандидатської дисертації у роботі не використовуються.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертаційної роботи доповідались і обговорювались на 21 вітчизняній та міжнародній науково-практичній конференції та знайшли своє відображення в опублікованих тезах.

Публікації. Результати наукових досліджень автора і дані про їх практичне використання, що викладені в дисертаційній роботі, відображені у 53 наукових працях, з яких: 1 одноосібна монографія (12,3 друк. арк.), 1 колективна монографія (особисто автору належить 1,3 друк. арк.), 29 наукових статей у фахових виданнях (12,9 друк. арк.), 22 публікації у інших виданнях (8,9 друк. арк.). Загальний обсяг опублікованих праць, що належать особисто автору, становить 35,4 друк. арк.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 439 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 345 сторінок основного тексту (15,3 друк. арк.), який включає 40 рисунків, 72 таблиці, 13 формул. Дисертація містить 16 додатків на 63 сторінках. Список використаних джерел включає 285 найменувань і розміщений на 31 сторінці.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У розділі 1 «**Теоретичні засади організаційної культури в контексті сучасної парадигми управління**» розглянуто еволюцію становлення теорії організаційної культури як важливого напрямку науки менеджменту, її важливе місце у сучасній парадигмі управління, досліджено економічну сутність категорії «організаційна культура підприємства» та розвиток концептуальних уявлень про її внутрішню структуру.

В умовах глобалізації, розвитку економіки знань і постійної загрози поглиблення фінансової кризи підвищується потреба у використанні таких економічних інструментів, які при порівняно низьких витратах можуть забезпечити суттєве зростання економічної ефективності діяльності підприємства. Одним із таких інструментів є організаційна культура. Поява і розвиток теорії організаційної культури є логічним наслідком розвитку науки менеджменту і суспільної свідомості на фоні глобальних економічних процесів.

Як концепція, яка концентрує в собі найважливіші постулати і надбання науки управління, теорія організаційної культури утвердилась як важлива складова сучасної парадигми менеджменту. Автором доведено, що усі складові сучасної парадигми менеджменту об'єднані спільною ідеєю: забезпечення виживання організації в довгостроковому періоді за рахунок ефективного використання людських ресурсів, формування і вдосконалення знань, стимулювання творчості та інновацій, а ступінь прагнення персоналу до здобуття нових знань, характер поведінки в нестандартних ситуаціях, ставлення до праці і споживачів в значній мірі обумовлюються параметрами організаційної культури. Тому успішна реалізація п'яти основних концепцій сучасного менеджменту (управління знаннями та інтелектуальним потенціалом, стратегічне управління, менеджмент якості, стратегічний маркетинг та соціальна відповідальність бізнесу) без змістового наповнення основними положеннями теорії організаційної культури втратили б важливу частину своєї економічної суті (рис.1).

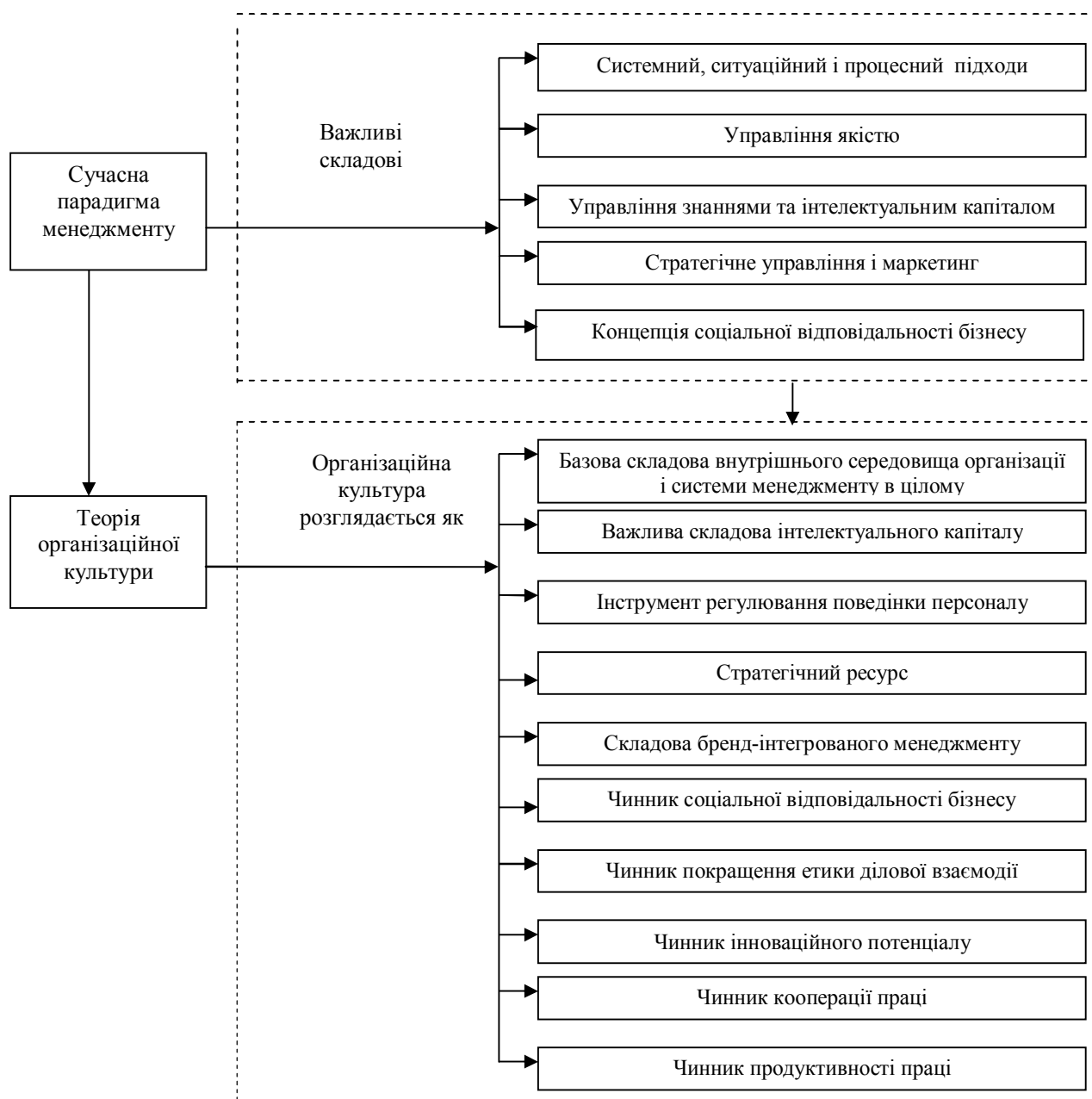


Рис. 1. Місце організаційної культури в сучасній парадигмі менеджменту

Автором детально досліджена хронологія появи у теорії менеджменту передумов та ідей, які пізніше склали теоретичні засади організаційної культури. З урахуванням узагальнення наукових джерел обґрунтовано висновок, що термін «організаційна культура» з'явився в науковій літературі на початку 70-х років минулого століття, а базою для вивчення культури підприємства були праці таких видатних представників школи людських стосунків, як Е. Мейо, М. Фоллетт, Ч. Бернард та ін. Саме ці вчені довели, що соціально-психологічні фактори виробництва є вагомими, а неформальні і нематеріальні засади співробітництва є важливішими, ніж формальні і матеріальні. Подальший розвиток теорії організаційної культури здійснювався як синтез надбань гуманістичного і сучасного напрямів менеджменту.

Узагальнення наукової та навчально-методичної літератури з питань менеджменту дозволило автору обґрунтувати висновок про наявність суттєвих

розбіжностей у трактуванні терміну «організаційна культура». Автором доведено, що причиною таких розбіжностей є міждисциплінарний характер досліджуваної концепції, яка найчастіше розглядається з позицій соціально-психологічного підходу. Натомість підвищення ролі організаційної культури в сучасній парадигмі менеджменту і утвердження її як іманентної складової ефективного управління дозволяє трактувати її як економічну категорію.

Систематизація існуючих визначень організаційної культури дозволила автору об'єднати їх у три групи в залежності від змістового наповнення: атрибутивні, сутнісні і структурні. Узагальнення змісту існуючих визначень організаційної культури та досвіду емпіричних досліджень автора щодо економічної сутності та переліку основних характеристик досліджуваного явища дозволили сформулювати власне визначення: «організаційна культура – це базовий елемент внутрішнього середовища організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку; формується в результаті міжособистісної взаємодії членів організації в процесі її еволюційного розвитку та цілеспрямованого впливу керівництва; включає імпліцитну (переконання, цінності, принципи, соціально-психологічний клімат) та експліцитну (документально-нормативне забезпечення управління, символи, традиції, імідж, бренд) складові».

Автором здійснено порівняльне дослідження понять, які є близькими за змістом і вживаються як синоніми до терміну «організаційна культура»: корпоративна культура, культура управління, культура підприємства (фірми), соціокультура організації. На основі семантичного аналізу доведено, що ці поняття не є синонімами і можуть вживатись паралельно із досліджуваною категорією лише частково. Також це дозволило трактувати організаційну культуру як найбільш широкий і універсальний термін.

У роботі узагальнено еволюцію концептуальних уявлень про внутрішню структуру організаційної культури у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Зазначено, що у позиціях науковців є суттєві розбіжності, проте усі наголошують на наявності у складі організаційної культури базової, ціннісної основи і надбудови у вигляді принципів, норм і артефактів. Систематизація зазначених підходів та їх імплементація до умов сучасних економічних процесів дозволила запропонувати п'яти-компонентну модель організаційної культури як системи, яка включає такі підсистеми, пов'язані прямими і зворотними зв'язками: ціннісну, символічну, нормативну, комунікативно-управлінську, ідентифікаційну.

У розділі 2 **«Формування організаційної культури як інструменту підвищення ефективності управління підприємствами»** обґрунтовано вагоме місце організаційної культури як іманентної складової системи управління, розглянуто властивості, функції, теоретичні і прикладні аспекти внутрішньої структури організаційної культури, а також подано авторський підхід до процесу формування організаційної культури підприємств.

Зміна концептуальних уявлень про зв'язки і внутрішню структуру організації в процесі формування нової парадигми менеджменту сприяла підвищенню ролі організаційної культури у забезпеченні ефективності, виділенню її як окремої, важливої, іманентної складової системи ефективного менеджменту. Зсув парадигми проявився також у розумінні процесу менеджменту та його головної мети, сприяв переходу від цільового менеджменту, за якого центром системи управління є мета підприємства, до процесного, базою якого виступають цінності (рис. 2.).

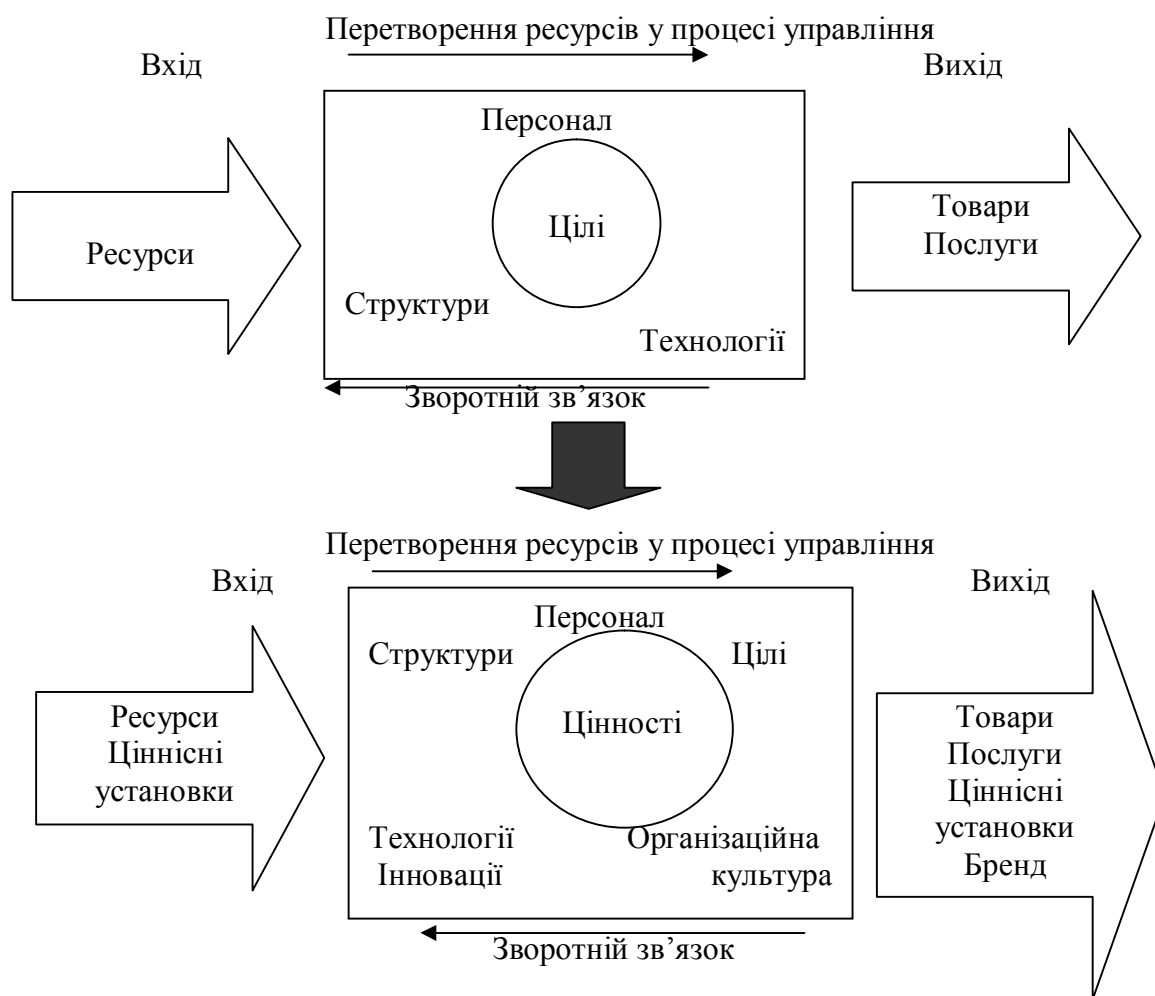


Рис. 2. Трансформація моделі підприємства як відкритої динамічної системи під впливом організаційної культури

Відповідно до цього організаційна культура відіграє ключову роль в системі управління: будучи, в більшості випадків, імпліцитними за своєю природою, елементи і підсистеми організаційної культури впливають на всі бізнес-процеси, які відбуваються в організації, обумовлюють результати і ефективність, виступаючи в цьому сенсі квінтесенцією системи менеджменту. Доведено, що організаційна культура як важлива складова системи менеджменту забезпечує ефективну взаємодію між підсистемами на основі спільних цінностей, норм, правил і принципів; встановлення цілей відбувається під впливом ціннісних установок зовнішнього середовища та цінностей

організаційної культури даного підприємства, що забезпечує виконання принципу реалістичності цілей; здатність організаційної культури підвищувати адаптивність підприємства забезпечує ефективний зворотній зв'язок, постійний розвиток і стійкість організації.

Автором обґрунтовано вагомість організаційної культури та здійснено декомпозицію елементів системи менеджменту, що дозволило визначити ефекти використання теорії організаційної культури у процесі управління сучасними підприємствами, до яких віднесено економічний, інноваційний, соціальний, ефект гармонійності соціально-культурного розвитку підприємства (рис. 3). Теоретико-методологічне значення запропонованого підходу полягає у поглибленні можливостей економічного аналізу функціонування підприємств харчової промисловості на макро- і мікрорівні, створенні засад більш повного використання внутрішніх резервів підприємств і підвищення ефективності господарювання, а також у розробці методології діагностики особливостей формування організаційної культури та оцінки рівня її ефективності на підприємствах досліджуваної галузі.



Рис. 3. Результат ефективного менеджменту діяльності організації на засадах теорії організаційної культури

Теоретико-методологічне обґрунтування засад організаційної культури передбачає систематизацію її загальних характеристик, які будуть проявлятися незалежно від розміру, галузі діяльності і стадії життєвого циклу підприємства, а також функцій, які в концентрованій формі дають уявлення про організаційну культуру як складову системи ефективного управління. Визначено, що організаційна культура має 10 властивостей (системність, економічний характер, соціальність, багатогранність, об'єктивність, динамічність, унікальність, неоднорідність, адаптивність та об'єднувальна властивість) та виконує десять функцій за відповідними ознаками (внутрішні: ціннісна, інтеграційна, пізнавально-інформаційна, мотиваційна, інноваційна, контрольно-регулятивна, економічна; зовнішні: адаптивна, іміджева, маркетингова).

Узагальнення і систематизація наукових поглядів на внутрішню структуру організаційної культури дозволили автору отримати декомпозицію її елементів і представити її структуру і зв'язки відповідно до запропонованої автором моделі – п'яти-компонентної системи. Ґрунтуючись на узагальненні праць сучасних вчених та власних теоретичних і прикладних досліджень, автором детально розглянуто та обґрунтовано функціональне призначення основних елементів кожної із підсистем організаційної культури з позиції їх складу і вагомості. Зазначено, що кожна із підсистем включає як експліцитні, так і імпліцитні елементи. Перевагою запропонованого підходу є використання у якості групувальних ознак особливостей, властивостей і вагомості окремих елементів у системі ефективного управління, що є виправданим як ґносеологічної точки зору, так і з точки зору покращення можливостей економічної діагностики організаційної культури.

Діяльність з формування організаційної культури має суттєві відмінності в залежності від етапу життєвого циклу підприємства. Так, на етапі зародження підприємства ключову роль у формуванні організаційної культури відіграють засновники, які створюють передумови її керованого формування, визначають систему цінностей, принципів, цілей, місії, філософії діяльності підприємства. Безпосереднє формування організаційної культури розпочинається на етапі розвитку підприємства і продовжується на етапі його розквіту. Надзвичайно важким і відповідальним етапом у життєвому циклі є етап спаду. На цьому етапі саме діяльність із вдосконалення, трансформації організаційної культури може стати запорукою збереження підприємства і переходу його на якісно новий рівень розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

**Особливості діяльності з формування організаційної культури
залежно від стадії життєвого циклу підприємства**

Стадія життєвого циклу підприємства	Особливості діяльності з формування організаційної культури
Зародження	Створення передумов формування організаційної культури. Визначення системи цінностей, принципів, цілей, місії та філософії діяльності
Розвиток	Формування організаційної культури відповідно до умов зовнішнього та внутрішнього середовища
Розквіт	Підтримка бажаних якісно-кількісних характеристик організаційної культури. Подальше формування організаційної культури, яке направлене на її розвиток і вдосконалення
Спад / Занепад	Трансформація організаційної культури шляхом внесення суттєвих змін у її якісно-кількісні характеристики

При здійсненні роботи з формування організаційної культури слід враховувати, що вплив на неї завжди має подвійний характер: з одного боку, в результаті успішного вирішення організацією проблем, пов'язаних із зовнішньою адаптацією і внутрішньою інтеграцією (особливо, якщо

позитивний досвід має тенденцію до багаторазового повторення), а, з іншого боку, як наслідок цілеспрямованого владного впливу з боку керівників і власників компанії. Організаційна культура є достатньо інерційним об'єктом управління, адже досягнення кінцевої мети – підвищення ефективності на основі приведення ціннісних установок індивіда у відповідність до системи цінностей компанії – передбачає не просто поверхневий вплив на діяльність працівника.

Вважаємо, що процес формування організаційної культури доцільно розглядати як комплекс трьох взаємодоповнюючих видів діяльності: а) оцінка поточного стану організаційної культури, її впливу на економічні результати діяльності підприємства, його конкурентоспроможність, вплив організаційної культури на мотивацію та продуктивність праці персоналу, вплив організаційної культури на здійснення організаційних змін; б) формування системи заходів, направлених на зміну, вдосконалення існуючих характеристик організаційної культури; в) оцінка ефективності заходів, направлених на вдосконалення організаційної культури (рис.4).



Рис. 4. Етапи формування організаційної культури підприємства

У розділі 3 «Сучасна методологія дослідження організаційної культури підприємств харчової промисловості» розглянуто теоретичні засади і напрями розвитку сучасної методології дослідження організаційної культури, здійснено порівняльний аналіз типологій організаційних культур і

сучасних методик діагностики організаційної культури підприємств, а також обґрунтовано необхідність і особливості використання економіко-математичних методів досліджень в процесі діагностики організаційної культури та оцінки її впливу на ефективність діяльності підприємств.

Розмаїття точок зору щодо розуміння суті організаційної культури спричинило появу значної кількості наукових підходів і методик її оцінки. Узагальнення і систематизація цих підходів дозволили автору визначити, що значна частина з них не дозволяє дати організаційній культурі оцінку як складовій системи менеджменту. Більша частина методик не враховує економічну природу організаційної культури, а розглядає її з позицій соціально-психологічного підходу.

Важливою складовою методології дослідження організаційної культури є відповідні типології. Визначено, що типології на рівні наукової абстракції дають можливість узагальнити спільні і відмінні властивості організаційних культур різних підприємств, проте не дають можливості оцінити рівень ефективності організаційної культури, переваги і недоліки особливостей процесу її формування на конкретному підприємстві.

З метою систематизації значної кількості сучасних типологій автором запропоновано їх класифікацію, в основу якої покладено відмінності у змістовому наповненні і властивостях факторних ознак: 1) типології за особливостями національно-етнічного менталітету; 2) типології на основі економічних параметрів зовнішнього середовища та його взаємозв'язку із підприємством; 3) типології за особливостями організації внутрішнього середовища компанії; 4) типології, які ґрунтуються на особливостях соціально-психологічного клімату у колективі. Критичний аналіз типологій у розрізі кожної із чотирьох груп показав, що лише типології другої групи є придатними для використання в процесі діагностики організаційної культури підприємств харчової промисловості.

Типологізація організаційної культури дає можливість одержати про неї лише часткове уявлення, а ґрунтовні висновки щодо рівня її розвитку і ролі у забезпеченні ефективної діяльності суб'єкта господарювання можна зробити лише на основі застосування спеціальних методик оцінки. Систематизація найбільш ґрунтовних і поширених методик за ознаками їх цільової спрямованості, використовуваних інструментів, можливостей, переваг і недоліків дозволила автору обґрунтувати висновок про те, що кожна із них за однією або кількома ознаками не відповідає умовам економічних параметрів зовнішнього середовища та його взаємозв'язку із підприємством харчової промисловості.

Тестування найбільш відомої методики діагностики – ОСАІ К. Камерона – Р. Куїнна на підприємствах харчової промисловості Житомирської області дало можливість визначити переважний тип організаційної культури на досліджуваних підприємствах, обґрунтувати висновок про достатньо високий рівень її однорідності. Так, на ПАТ «Житомирський маслозавод» переважає організаційна культура кланового типу, а на ДП «Молочний завод» ТОВ

«Рейнфорд» - ієрархічного. Як недолік досліджуваної методики було зазначено відсутність можливості визначення ступеня впливу організаційної культури та її складових на рівень економічної ефективності підприємства, складність роботи з анкетною для респондентів. У зв'язку із цим методика ОСАІ була рекомендована в якості допоміжного інструменту та для проведення експрес-оцінки організаційної культури на підприємствах харчової промисловості.

Нематеріальний характер більшості елементів та опосередкований вплив організаційної культури на результати діяльності підприємств унеможливають використання усталених методик для її оцінки, вимагають пошуку принципово нових підходів до проведення її економічної діагностики. Доведено, що для об'єктивної оцінки стану формування організаційної культури підприємств харчової промисловості доцільним є комплексне використання методів економічних досліджень, серед яких важливе місце посідають соціологічний та економіко-математичні методи (багатомірний факторний, кластерний аналіз, стохастичний та регресійний аналіз).

Для цілей аналізу стану і тенденцій формування організаційної культури автором запропоновано методику, яка ґрунтується на визнанні економічної сутності і вагомості організаційної культури в системі менеджменту. Методика передбачає проведення загальної оцінки стану та передумов формування організаційної культури на макро- і мезорівні з наступною деталізацією одержаних результатів на основі анкетного обстеження вибіркової сукупності підприємств і обробки результатів з використання економіко-математичних методів і спеціальних пакетів обробки даних. Такий підхід до дослідження дає можливість не тільки оцінити організаційну культуру як економічний фактор, а й враховує особливості її формування на досліджуваних вітчизняних підприємствах з виробництва харчових продуктів і напоїв.

У розділі 4 **«Стан і тенденції формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості України»** охарактеризовано сучасний стан та основні тенденції розвитку економіки харчової промисловості України і особливості сучасного стану та тенденцій розвитку підприємств харчової промисловості Житомирської області. Автором здійснена діагностика рівня організаційної культури та тенденцій її формування методом анкетного обстеження підприємств харчової промисловості, проведено оцінку чинників формування організаційної культури та її впливу на ефективність діяльності підприємств з використанням економіко-математичних методів досліджень.

Аналіз стану харчової промисловості України свідчить про створення певних передумов для формування організаційної культури на підприємствах досліджуваної галузі протягом 2003-2009 рр. (зростання рівня рентабельності до 5,1%, обсягу інвестиційної у 2,5 рази), проте рівень значної кількості показників (особливо соціально-економічних, показників плинності кадрів та показників інноваційної активності) ще залишається недостатнім. Результати аналізу переконливо свідчать про недостатню увагу керівництва підприємств харчової промисловості до розвитку персоналу та покращення умов праці, про

недостатній рівень соціальної відповідальності керівництва перед працівниками та суспільством, а отже, про невисокий рівень організаційної культури.

Проведений аналіз стану соціально-економічного розвитку підприємств харчової промисловості Житомирської області дозволяє зробити висновок, що стан досліджуваної галузі в регіоні є гіршим, ніж в цілому по Україні (рівень рентабельності у 2009 р. склав 2,9%, поступове скорочення індексів обсягу виробництва із різким зменшенням (до 89,7%) у 2009 р., зменшення індексу інвестицій в основний капітал до 64,6% у 2009 р.). В досліджуваному регіоні в більшій мірі проявляється вплив негативних макроекономічних тенденцій на господарську діяльність підприємств з виробництва харчових продуктів і напоїв, що призвело до скорочення кількості харчових підприємств протягом аналізованого періоду майже у 1,5 рази. Вивчення особливостей регіональної ситуації (зокрема, стану сировинної бази, динаміки доходів населення, динаміки рівня споживання продуктів харчування в розрахунку на одну особу) дає підстави стверджувати, що основною причиною недостатнього рівня ефективності господарської діяльності є причини не зовнішні, а внутрішні.

Аналіз інформації про стан корпоративного управління, представленої у складі обов'язкової звітності акціонерних товариств, свідчить, що керівництво підприємств харчової промисловості у більшості випадків не приділяє достатньо уваги внутрішнім факторам розвитку, не забезпечує належний рівень стратегічному плануванню (у складі спостережної ради відсутній комітет із стратегічного планування, до членів спостережної ради у Статуті відсутні будь-які професійні вимоги, відсутній кодекс корпоративного управління). В таких умовах забезпечення належного рівня формування організаційної культури є неможливим.

Важлива інформація щодо стану організаційної культури та рівня управління нею була одержана за допомогою соціологічного методу дослідження підприємств харчової промисловості Житомирської області. До участі у анкетуванні було залучено 35 підприємств, що становить 33% підприємств області, які виробляють статистично значимі обсяги продуктів харчування та напоїв. Аналіз відповідей респондентів свідчить, що формування окремих складових організаційної культури підприємств здійснюється нерівномірно, відсутнє глибоке розуміння цінностей і норм як бази організаційної культури. Рівень закріплення цінностей і принципів у внутрішніх нормативних документах підприємств є недостатнім. Як результат, більшість підприємств при формуванні організаційної культури фокусує свою увагу на її зовнішніх проявах, які, будучи позбавлені своїх глибинних основ, не можуть дати очікуваного економічного і соціального ефекту.

Розрахований за анкетними даними узагальнений показник дозволяє констатувати наявність суттєвих відмінностей між досліджуваними підприємствами щодо рівня формування організаційної культури. Так, найвищий рівень було виявлено на ПАТ «Житомирський маслозавод», а найнижчий – на ВАТ «Корнинський цукровий завод».

З метою систематизації одержаної у процесі соціологічного обстеження інформації на базі питань анкети, автором були сформовані показники, які дають можливість оцінити ефективність діяльності підприємств, рівень розвитку окремих підсистем організаційної культури та рівень управління нею: 1) динамічність і результативність розвитку підприємства; 2) адаптивність підприємства; 3) загальний рівень соціальної відповідальності підприємства; 4) рівень лояльності; 5) рівень розвитку символічної підсистеми організаційної культури; 6) рівень розвитку нормативної підсистеми організаційної культури; 7) рівень розвитку комунікативно-управлінської підсистеми організаційної культури; 8) рівень розвитку ідентифікаційної підсистеми організаційної культури; 9) рівень розвитку ціннісної підсистеми організаційної культури; 10) рівень етичності підприємства до персоналу; 11) рівень етичності підприємства до споживачів; 12) рівень керованості процесу управління організаційною культурою; 13) рівень тактичного управління організаційною культурою; 14) рівень стратегічного управління організаційною культурою (табл. 2).

Таблиця 2

**Відображення ефектів формування організаційної культури
у системі показників**

Назва ефекту	Показники
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> • динамічність і результативність розвитку підприємства; • адаптивність підприємства
Соціальний	<ul style="list-style-type: none"> • загальний рівень соціальної відповідальності підприємства; • рівень етичності підприємства до персоналу; • рівень лояльності; • рівень етичності підприємства до споживачів
Інноваційний	<ul style="list-style-type: none"> • рівень керованості процесу управління організаційною культурою
Ефект гармонійності соціально-культурного розвитку підприємства	<ul style="list-style-type: none"> • рівень розвитку символічної підсистеми організаційної культури; • рівень розвитку нормативної підсистеми організаційної культури; • рівень розвитку комунікативно-управлінської підсистеми організаційної культури; • рівень розвитку ідентифікаційної підсистеми організаційної культури; • рівень розвитку ціннісної підсистеми організаційної культури; • рівень тактичного управління організаційною культурою; • рівень стратегічного управління організаційною культурою

При розробці системи показників організаційної культури автор виходив із загальної логіки дослідження цього складного економічного явища, а також прагнення оцінити за їх допомогою ефекти організаційної культури. Так, запропонована система показників дає можливість оцінити загальний рівень організаційної культури, рівень розвитку окремих її складових, а також такі ефекти як економічний, соціальний, інноваційний та ефект гармонійності соціально-економічного розвитку підприємства.

З метою систематизації одержаної в процесі анкетування, автором був проведений багатомірний факторний аналіз із застосуванням спеціального

програмного пакету SPSS 13.0. Результати проведених розрахунків (табл. 3) дозволили зробити висновок про те, що чотирнадцять сформованих автором показників рівня організаційної культури доцільно об'єднати у п'ять синтетичних факторів, кожен з яких має вагомий (за значенням) вплив на рівень організаційної культури: показник забезпечення розвитку підприємства засобами експліцитних елементів організаційної культури (39,0); показник орієнтації на умови зовнішнього середовища (11,1); рівень керованості процесу формування організаційної культури (10,4); показник розвитку імпліцитних елементів організаційної культури (9,3); рівень етичного ставлення до персоналу (7,9). В сукупності одержані синтетичні показники обумовлюють 77,6% варіації досліджуваної ознаки – рівня формування організаційної культури на досліджуваних підприємствах.

Таблиця 3

**Матриця значень синтетичних факторів
(метод обернення - варімакс із нормалізацією Кайзера;
обернення здійснене за 7 ітерацій)**

Номер показника	Значення навантажувальних характеристик				
	фактор 1	фактор 2	фактор 3	фактор 4	фактор 5
ОК-1	0,782	0,194	0,291	-0,151	-0,283
ОК-2	0,100	0,865	0,184	0,048	0,091
ОК-3	0,184	0,851	-0,010	0,009	0,053
ОК-4	0,073	-0,075	0,082	0,922	-0,028
ОК-5	0,712	-0,048	-0,031	0,338	0,383
ОК-6	0,817	0,009	0,182	0,181	0,036
ОК-7	0,769	0,264	0,256	-0,013	0,228
ОК-8	0,625	0,455	-0,091	0,433	-0,029
ОК-9	0,366	0,326	0,120	0,712	0,302
ОК-10	0,315	0,190	0,198	0,118	0,792
ОК-11	0,702	0,193	0,058	0,177	0,201
ОК-12	0,158	0,038	0,878	-0,048	-0,017
ОК-13	0,107	0,131	0,783	0,191	0,397
ОК-14	0,270	0,075	0,504	0,295	-0,442

Багатомірний ієрархічний кластерний аналіз результатів анкетного обстеження дозволив поділити загальну сукупність досліджених підприємств на три кластери. При формування кластерів враховувались міра схожості підприємств за загальними рівнем та окремими показниками формування організаційної культури, відстань між кластерами визначалась методом розрахунку квадрату евклідової відстані. Результати кластеризації засвідчили, що більшість підприємств мають рівень формування організаційної культури нижче від середнього (табл.4).

Для підтвердження тісноти зв'язку між показниками ефективності діяльності підприємств та рівнем формування організаційної культури здійснено стохастичний аналіз. Розрахунок кореляційних коефіцієнтів за методом Пірсона показав, що має місце прямий тісний парний кореляційний

зв'язок між рівнем формування організаційної культури і такими показниками ефективності як обсяг виручки від реалізації продукції та обсяг власного капіталу (коефіцієнти кореляції більше 0,7). З іншими показниками економічної ефективності (рівень рентабельності, чистий прибуток/збиток) зв'язок є менш тісним (коефіцієнти кореляції коливаються в межах від 0,5 до 0,7). Результати оцінки показали, що статистична вірогідність помилки є незначною ($p < 0,01$). Коефіцієнт детермінації становить 0,597 при допустимому інтервалі значень від 0 до 1, що свідчить про високий ступінь відповідності між регресійною моделлю та вихідними даними. Вірогідність коефіцієнтів кореляції, визначена за t-критерієм, показала, що фактичний рівень значень t є значно більшим критичного значення t-критерію Стюдента ($t_{0,01}=2,75$) і більш ніж у три рази перевищує значення середньої помилки z-розподілу. Усі зазначені критерії перевірки достовірності результатів кореляційного аналізу свідчать, що зв'язок між досліджуваними показниками можна вважати доведеним.

Таблиця 4

**Результати кластеризації за показниками рівня формування
організаційної культури підприємств харчової промисловості
Житомирської області**

Номер кластера	Кількість підприємств у кластері	Номери підприємств	Середнє значення рівня організаційної культури
1	1	6	92,0
2	8	3, 5, 8, 14, 17, 25, 26, 28	65,4
3	26	1, 2, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35	42,4
Разом	35		49,2

У розділі 5 «Впровадження новітніх систем управління формуванням організаційної культури на підприємствах харчової промисловості» обґрунтовано методологію розвитку ефективної організаційної культури, запропоновано математичну модель та розроблено емпіричні індикатори формування організаційної культури для підприємств харчової промисловості на засадах методу багатфакторної регресії. Удосконалена технологія створення органів управління та організаційного забезпечення процесу формування організаційної культури за рахунок введення посади менеджера з управління організаційною культурою, запровадження кодексу організаційної культури та системи поширення знань. Зазначені заходи розглянуто як найважливіші і універсальні складові процесу формування організаційної культури підприємств харчової промисловості в сучасних умовах.

Оцінка стану організаційної культури окремо взятого підприємства вимагає побудови системи еталонних орієнтирів. З цією метою автором запропоновано модель ефективної організаційної культури та комплекс її полярних характеристик, на основі яких підприємство може розробити

відповідну систему показників і методів оцінки. Обґрунтовано, що ефективною є така організаційна культура, яка, сприяючи внутрішній інтеграції та зовнішній адаптації, забезпечує довгострокову економічну ефективність, яка досягається в умовах ефективного менеджменту підприємства. Оцінку організаційної культури запропоновано здійснювати на основі дослідження ступеня прояву восьми парних характеристик: сильна – слабка; адаптивна – не адаптивна; етична – неетична; розвинена – латентна; гармонійна – негармонійна; креативна – бюрократична; керована – спонтанна; із високим – низьким рівнем сприяння економічній ефективності. Для кожної із зазначених парних характеристик автором розроблено відповідну систему показників, інформаційну базу їх формування та методологію їх інтерпретації.

Характеристика «сильна – слабка» означає міру, із якою персонал організації поділяє цінності і норми, які діють на даному підприємстві та рівень лояльності персоналу. Характеристика «сильна – слабка» вимірюється п'ятьма частковими показниками, загальне значення характеристики визначається як середнє арифметичне із значень часткових показників (табл. 5). Ступінь прояву кожної характеристики вимірюється значенням показника від 0 до 5, де 0 – це теоретично початковий рівень прояву даної ознаки, а 5 – максимально можливий рівень прояву.

Таблиця 5

Опис часткових показників базової характеристики організаційної культури «сильна – слабка»

№ п/п	Назва часткового показника	Джерело одержання інформації
1	Міра поінформованості персоналу про цінності, принципи, місію підприємства	Анкетування персоналу
2	Міра згоди із цінностями, принципами, місією підприємства	Анкетування персоналу
3	Міра задоволеності персоналу роботою на підприємстві	Анкетування персоналу
4	Якісна оцінка процесу відбору і адаптації	Контент-аналіз документації, експертна оцінка на основі результатів опитування менеджера з персоналу та менеджера з розвитку організаційної культури
5	Якісна оцінка процесу формування бажаних моделей трудової поведінки	Контент-аналіз документації, експертна оцінка на основі результатів опитування менеджера з персоналу та менеджера з розвитку організаційної культури

З метою розробки методичних засад прогнозування рівня формування організаційної культури автором запропонована модель на основі застосування методу багатомірної лінійної регресії, а також визначено емпіричні індикатори організаційної культури. В процесі регресійного аналізу два з чотирнадцяти показників були вилучені із моделі, проведені розрахунки підтвердили гіпотезу про лінійну залежність рівня організаційної культури від показників моделі. Як свідчать результати розрахунків, на рівень формування організаційної культури

включені у модель показники впливають з різною силою, за ступенем впливу їх можна розташувати в такому порядку (від найбільшого до найменшого значення): рівень тактичного управління організаційною культурою (x_{12}) → рівень керованості процесу формування організаційної культури (x_{11}) → динамічність і результативність розвитку підприємства (x_1) → рівень розвитку ідентифікаційної підсистеми (x_7) → рівень лояльності (x_3) → загальний рівень соціальної відповідальності підприємства (x_2) → рівень етичності до персоналу (x_9) → рівень розвитку нормативної підсистеми (x_5) → рівень розвитку ціннісної підсистеми (x_8) → рівень розвитку комунікативно-управлінської підсистеми (x_6) → рівень етичності до споживачів (x_{10}) → рівень розвитку символічної підсистеми (x_4).

За результатами багатофакторного регресійного аналізу була побудована модель рівня організаційної культури підприємств харчової промисловості у вигляді математичного рівняння:

$$P_{ок} = -0,436 + 0,181x_1 + 0,122x_2 + 0,125x_3 + 0,082x_4 + 0,109x_5 + 0,095x_6 + \\ + 0,144x_7 + 0,102x_8 + 0,110x_9 + 0,087x_{10} + 0,212x_{11} + 0,231x_{12}$$

Емпіричні індикатори, розраховані на основі коефіцієнтів регресії, дали можливість визначити фактори, до яких рівень організаційної культури є найбільш чутливим. В основі розрахунку емпіричних індикаторів організаційної культури було покладено коефіцієнти еластичності. Відповідно, в дослідженні зміст емпіричних індикаторів полягає в наступному: вони показують, на скільки зміниться рівень організаційної культури при зміні кожного із 12 факторів, включених у регресійну модель, на 1% при фіксованому положенні інших факторів. Перевагою такого підходу до розрахунку індикаторів організаційної культури є те, що використовується не весь набір факторів, а лише та їх частина, яка має найбільший вплив на формування організаційної культури.

Результати розрахунків показують, що найбільшим є коефіцієнт еластичності у показника x_{11} , відповідно зміна рівня керованості процесу формування організаційної культури для забезпечення сталого розвитку підприємства є фактором, до якого рівень організаційної культури є найбільш чутливим. Саме із змін у свідомості керівників, підвищення розуміння ними необхідності зваженого підходу до формування організаційної культури на підприємстві починаються позитивні зміни. Також рівень організаційної культури є чутливим до таких факторів як динамічність і результативність розвитку підприємства, рівень розвитку нормативної підсистеми, рівень лояльності персоналу, рівень розвитку ціннісної підсистеми, рівень тактичного управління організаційною культурою.

Автором запропонована комплексна програма формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості, яка базується на понятті «ефективна організаційна культура» і включає комплекс заходів, до яких рівень формування організаційної культури є найбільш чутливим. Відповідно до

змісту емпіричних індикаторів, які мають найбільші значення, до складу комплексної програми формування організаційної культури запропоновано включити також і такі заходи як запровадження посади менеджера з управління організаційною культурою, розробка корпоративного кодексу, розвиток системи поширення знань. Зазначені заходи при відносно невеликих витратах здатні дозволяють отримати максимальний ефект як з точки зору розвитку організаційної культури, так і з точки зору впливу на ефективність діяльності підприємства.

Запровадження посади менеджера з управління організаційною культурою дозволяє суттєво підвищити рівень керованості процесу формування організаційної культури. Тому автором обґрунтовано необхідність і умови запровадження цієї посади, розроблено відповідну посадову інструкцію.

Кодекс організаційної культури є важливою умовою розвитку нормативної і ціннісної підсистеми, так як в концентрованій формі описує принципи, цілі, місію, норми і правила діяльності підприємства. Без створення дієвого корпоративного кодексу неможливо сформувати позитивний імідж підприємства як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі підприємства, донести важливу інформацію про ціннісно-етичні засади діяльності організації до усіх зацікавлених сторін. В роботі обґрунтовані теоретико-методологічні засади кодексу організаційної культури як внутрішнього нормативного документу, розглянуто його значення для різних суб'єктів цільової аудиторії, розроблена рекомендована структура кодексу та пропозиції щодо процедури його розробки і впровадження у практичну діяльність підприємств.

Обсяг і структура кодексу організаційної культури повинні відповідати не тільки галузевим особливостям діяльності підприємства, але й стадії його життєвого циклу. Тому не може бути стандартного кодексу, який би однаково ефективно регулював би взаємовідносини в будь-якій організації. При створенні цього документа обов'язково повинні бути враховані галузь і специфіка діяльності підприємства, розмір компанії та світоглядне бачення власників і засновників.

Визначено, що важливим напрямом формування організаційної культури в умовах підприємств харчової промисловості є використання можливостей системи поширення знань, зокрема широке впровадження системи наставництва, адаптації нових працівників, підвищення кваліфікації (у т. ч. на робочому місці), проведення конференцій.

З метою впровадження системи поширення знань у практику діяльності підприємств харчової промисловості автором обґрунтовано функції корпоративного навчального центру, зміст основних напрямів корпоративної освіти та їх вплив на формування організаційної культури. Даний підхід ґрунтується на уявленні про те, що цінності є базовими компонентами організаційної культури, а система поширення знань є головним рушієм, який запускає в дію процеси змін, інновацій та розвитку.

З точки зору впливу на формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості найбільш доцільно використовувати

такі напрями організації корпоративного навчання як семінари та тренінги, які проводяться в рамках програм адаптації персоналу; підвищення кваліфікації та професійне навчання працівників; семінари та конференції для обміну досвідом. Незалежно від тематичного спрямування навчальних заходів, вони матимуть позитивний вплив на формування організаційної культури, адже сам факт того, що керівництво підприємства витрачає кошти на розвиток персоналу, позитивно впливає на почуття причетності до загальної справи, лояльність працівників. Крім того, включення в навчальну програму питань, які стосуються стратегічних цілей компанії, інформації про її досягнення і плани, змісту місії, принципів діяльності підприємства додатково сприяє підвищенню згуртованості колективу, вирішенню проблем внутрішніх комунікацій. В умовах підприємств харчової промисловості поширення знань повинно мати не одноразовий чи періодичний характер, а існувати у формі системи безперервного навчання працівників.

У чинному законодавстві України задекларовано важливу роль системи підвищення кваліфікації для забезпечення ефективного функціонування і сталого розвитку економіки. Законодавчо закріплені норми і принципи організації підвищення кваліфікації цілком можуть стати основою побудови системи поширення знань на промислових підприємствах України. Проте більшість задекларованих норм не знаходять свого відображення у практичній діяльності органів влади і управління, а тому за роки незалежності України існуюча система підвищення кваліфікації була практично зруйнована. Якщо в системі освіти та державної служби підвищенню кваліфікації приділяється увага, то на промислових підприємствах цей напрям роботи практично не виконується, ліквідовано відповідні підрозділи підприємств та навчально-методичні установи.

Автор вважає, що основними чинниками, які стримують розвиток системи поширення знань є: 1) складний фінансовий стан та економічна неспроможність підприємств харчової промисловості щодо забезпечення системи підвищення кваліфікації власних працівників і розвитку інтелектуального капіталу; 2) незадовільний стан стратегічного планування на підприємствах, відсутність у керівників і власників розуміння важливого значення цілеспрямованого формування організаційної культури і вдосконалення знань персоналу; 3) низький ступінь економічної культури і соціальної відповідальності роботодавців; 4) низький ступінь економічної культури найманих працівників, відсутність у них мотивації до підвищення професійного рівня і розширення знань.

ВИСНОВКИ

У дисертації поставлено та вирішено актуальну наукову проблему, яка полягає у розробці теоретико-методологічних і методичних підходів до дослідження процесу формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості; обґрунтуванні теоретичних

підходів, які збагачують і доповнюють розуміння сутності і вагомості організаційної культури у сучасній парадигмі менеджменту; розробці теоретико-методологічних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесу формування організаційної культури.

За результатами дослідження автор прийшов до наступних висновків, які мають теоретичне, методологічне та прикладне значення:

1. Поява і значний розвиток теорій організаційної культури є результатом змін у парадигмі менеджменту та еволюційного розвитку управління як науки. Визначено, що важливими складовими сучасної парадигми управління є: визнання ролі інтелектуального капіталу і розвиток системи знань на підприємстві; використання принципів стратегічного управління та стратегічного маркетингу; формування концепції соціальної відповідальності бізнесу; менеджмент якості. Доведено, що вагомість і сутність організаційної культури проявляється в тому, що реалізація основних концепцій сучасної парадигми менеджменту є неможливою без змістового наповнення положеннями теорії організаційної культури.

2. Міждисциплінарний характер та недостатній рівень вивчення організаційної культури як економічного явища є причиною значних розбіжностей у її трактуванні і появи великої кількості термінів-синонімів. Систематизація існуючих визначень дозволила автору класифікувати їх на три групи за змістовим наповненням: атрибутивні, сутнісні та структурні. Аналіз базових категорій менеджменту дозволив розмежувати терміни «організаційна культура» і «корпоративна культура», а також інші близькі за змістом поняття. Це дозволило трактувати організаційну культуру як найбільш широкий і універсальний термін.

Дослідження сутності категорії «організаційна культура» показало, що, незважаючи на її велике значення як складової системи управління, в даний час відсутні визначення, які б у повній мірі відображали її економічний зміст. Автором запропоновано таке її визначення: «організаційна культура – це базовий елемент внутрішнього середовища організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку; формується в результаті міжособистісної взаємодії членів організації в процесі її еволюційного розвитку та цілеспрямованого впливу керівництва; включає імпліцитну (переконання, цінності, принципи, соціально-психологічний клімат) та експліцитну (документально-нормативне забезпечення управління, символи, традиції, імідж, бренд) складові».

3. Обґрунтовано, що організаційна культура є важливою та іманентною складовою системи менеджменту сучасного підприємства. Відповідно до цього запропоновано трансформувати розуміння організації як відкритої динамічної системи: представити як базовий елемент внутрішнього середовища не цілі підприємства, а організаційні цінності як першопричину формування цілей і місії. Поєднання в організаційній культурі характеристик високого рівня вагомості з точки зору досягнення результативності діяльності підприємства та

нематеріальної форми більшості її елементів дозволило трактувати організаційну культуру не тільки як базову складову, але і як квінтесенцію системи ефективного менеджменту. Обґрунтування вагомості організаційної культури та декомпозиція елементів системи менеджменту дозволили також визначити ефекти використання теорії організаційної культури у процесі управління сучасними підприємствами і запропонувати відповідну систему якісних та кількісних показників.

4. З метою поглиблення теоретичної складової концепції організаційної культури проведено узагальнення і систематизацію наукових підходів вітчизняних і зарубіжних шкіл до визначення функцій та властивостей цього важливого економічного явища. Автором визначено, що організаційна культура має десять загальних властивостей (системність, економічний характер, соціальність, багатогранність, об'єктивність, динамічність, унікальність, неоднорідність, адаптивність та об'єднувальна властивість) та десять функцій, в тому числі сім внутрішніх (ціннісна, інтеграційна, пізнавально-інформаційна, мотиваційна, інноваційна, контрольно-регулятивна, економічна) та три зовнішні (адаптивна, іміджева, маркетингова).

5. Встановлено, що складність і багатогранність організаційної культури як об'єкту дослідження породжує велику кількість уявлень щодо її внутрішньої будови. Проте у більшості досліджень акцент зроблено на соціальній природі організаційної культури, а не на її економічному характері, що не дозволяє використовувати такі концепції в процесі управління сучасними підприємствами. Автором удосконалено розуміння структури організаційної культури, яку представлено як систему, яка складається із п'яти підсистем, пов'язаних між собою прямим і зворотними зв'язками: ціннісна (базова підсистема), символічна, комунікативно-управлінська, нормативна та ідентифікаційна. Кожна із підсистем включає як експліцитні, так і імпліцитні елементи. Перевагою запропонованого підходу є використання у якості групувальних ознак особливостей, властивостей і вагомості окремих елементів у системі управління, що є виправданим як ґносеологічної точки зору, так і з точки зору покращення можливостей економічної діагностики організаційної культури.

6. Цілеспрямований вплив на організаційну культуру передбачає управління процесом її формування, на реалізацію якого впливає ціла низка зовнішніх та внутрішніх факторів. Автором визначено, що процес формування включає три етапи (попередній – оцінка поточного стану організаційної культури, основний – формування системи заходів з метою внесення змін в організаційну культуру та завершальний – контроль та оцінка ефективності заходів). Доведено, що цілі і зміст діяльності з формування організаційної культури мають суттєві відмінності в залежності від стадії життєвого циклу підприємства.

7. Важливою складовою методології дослідження організаційної культури є відповідні типології. Визначено, що типології на рівні наукової абстракції дають можливість узагальнити спільні і відмінні властивості

організаційних культур різних підприємств, проте не дають можливості оцінити рівень її ефективності, переваги і недоліки особливостей процесу її формування на конкретному підприємстві.

Наявність значної кількості типології організаційної культури вимагає їх впорядкування і систематизації. Автором запропоновано класифікацію типологій, в основу якої покладено відмінності у змістовому наповненні і властивостях факторних ознак. Зазначено, що лише типології, які використовують в якості групувальних ознак економічні параметри зовнішнього середовища та їх взаємозв'язок із підприємством, є придатними для використання в процесі діагностики організаційної культури у галузі харчової промисловості.

8. Розмаїття проявів організаційної культури та її різнобічний вплив на функціонування системи менеджменту спричинили появу значної кількості методик дослідження. Автором систематизовано найбільш ґрунтовні і поширені методики за ознаками їх цільової спрямованості, використовуваних інструментів, функціональних можливостей, наявних сильних і слабких сторін. Визначено, що серед досліджуваних методик відсутні такі, які у повній мірі відповідають умовам підприємств харчової промисловості.

9. Нематеріальний характер більшості елементів та опосередкований вплив організаційної культури на результати діяльності підприємств вимагають пошуку принципово нових підходів до проведення її економічної діагностики. Доведено, що для об'єктивної оцінки стану формування організаційної культури підприємств харчової промисловості доцільним є комплексне використання методів економічних досліджень, серед яких важливе місце посідають соціологічний та економіко-математичні методи (багатомірний факторний, кластерний аналіз, стохастичний та регресійний аналіз).

Для цілей аналізу стану і тенденцій формування організаційної культури запропоновано методика, яка ґрунтується на визнанні економічної сутності і вагомості організаційної культури в системі менеджменту. Методика передбачає проведення загальної оцінки стану та передумов формування організаційної культури на макро- і мезорівні з наступною деталізацією одержаних результатів на основі анкетного обстеження вибіркової сукупності підприємств, обробку результатів з використанням економіко-математичних методів і спеціальних пакетів обробки даних.

10. Дослідження сучасного стану підприємств харчової промисловості України і Житомирської області, зокрема, показало, що має місце позитивна динаміка окремих процесів, проте ціла низка показників економічного і соціального розвитку підприємств галузі є незадовільними і свідчать про недостатній рівень формування організаційної культури. Обсяг виробництва харчових продуктів і напоїв значною мірою залежить від рівня розвитку сировинної бази. Аналіз показників, які опосередковано характеризують рівень організаційної культури, дозволив висловити припущення про низький її рівень на підприємствах досліджуваної галузі. Зокрема, недостатніми є рівень інвестиційної та інноваційної активності підприємств, рівень використання

робочого часу і рівень соціальної відповідальності підприємств (рівень оплати праці, безпечність умов праці, укладання колективних договорів, використання відпусток).

11. З метою визначення факторів, тенденцій і проблем формування організаційної культури було проведено анкетування керівників 35 підприємств з виробництва харчових продуктів і напоїв Житомирської області. Результати анкетного обстеження засвідчили, що рівень розвитку окремих підсистем організаційної культури є недостатнім і нерівномірним, а якісно-кількісні показники організаційної культури знаходяться у тісному взаємозв'язку із показниками ефективності господарської діяльності суб'єктів господарювання. Розрахунок кореляційних коефіцієнтів за методом Пірсона показав, що має місце прямий тісний парний кореляційний зв'язок між рівнем формування організаційної культури і такими показниками ефективності як обсяг виручки від реалізації продукції та обсяг власного капіталу (коефіцієнти кореляції більше 0,7). З іншими показниками економічної ефективності зв'язок є менш тісним (коефіцієнти кореляції коливаються в межах від 0,5 до 0,7).

Багатомірний ієрархічний кластерний аналіз результатів анкетного обстеження дозволив поділити загальну сукупність досліджених підприємств на три кластери і констатувати низький рівень формування організаційної культури на більшості досліджуваних підприємств. При формуванні кластерів враховувались міра схожості підприємств за загальним рівнем та окремими показниками формування організаційної культури, відстань між кластерами визначалась методом розрахунку квадрату евклідової відстані. В результаті у першу групу (з найвищим рівнем формування організаційної культури) віднесено одне підприємство, показники якого суттєво відрізняються від інших у сукупності (ПАТ «Житомирський маслозавод»), у другу – вісім та у третю – двадцять шість підприємств.

12. Виявлення найважливіших чинників формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості здійснено за допомогою методу багатомірного факторного аналізу, результати якого показали, що на рівень організаційної культури підприємств харчової промисловості впливають такі синтетичні фактори: рівень забезпечення розвитку підприємства засобами експліцитних елементів організаційної культури; показник орієнтації на умови зовнішнього середовища; рівень керованості процесу формування організаційної культури; ступінь розвитку імпліцитних елементів організаційної культури; рівень стратегічної спрямованості управління організаційною культурою. В сукупності одержані синтетичні фактори формують 77,6% рівня організаційної культури досліджуваних підприємств.

13. Важливим аспектом вдосконалення управління процесом формування організаційної культури є забезпечення її ефективності. Автором визначено, що ефективною є така організаційна культура, яка, сприяючи внутрішній інтеграції та зовнішній адаптації, забезпечує довгострокову економічну ефективність підприємства. Оцінку рівня ефективності організаційної культури запропоновано проводити на основі дослідження

ступеня прояву восьми парних характеристик: сильна – слабка; адаптивна – не адаптивна; етична – неетична; розвинена – латентна; гармонійна – негармонійна; креативна – бюрократична; керована – спонтанна; із високим – низьким рівнем сприяння економічній ефективності. Для кожної із зазначених парних характеристик автором розроблено відповідну систему показників, інформаційну базу їх формування та методологію інтерпретації.

14. На основі методу багатомірного регресійного аналізу автором запропоновано математичну модель формування організаційної культури. Як свідчать результати розрахунків, включені у модель показники впливають на рівень організаційної культури з різною силою. Найбільшим є вплив таких показників як рівень тактичного управління організаційною культурою та рівень керованості процес формування організаційної культури. Практичне значення зазначеної моделі полягає у можливості її застосування у процесі планування і прогнозування процесу формування організаційної культури в умовах підприємств харчової промисловості.

Розраховані на основі регресійної моделі емпіричні індикатори формування організаційної культури для підприємств харчової промисловості на 2011-2014 рр. дозволили обґрунтувати висновок про те, що рівень формування організаційної культури є найбільш чутливим до таких чинників як: рівень керованості процесу формування організаційної культури, динамічність і результативність розвитку підприємства, рівень розвитку нормативної підсистеми, рівень лояльності персоналу, рівень розвитку ціннісної підсистеми, якість тактичного управління організаційною культурою. На основі результатів регресійного аналізу та розрахунку емпіричних індикаторів було обґрунтовано доцільність і напрями управління процесом формування організаційної культури на харчових підприємствах.

15. Новітній підхід до розробки системи управління процесом формування організаційної культури на підприємствах харчової промисловості повинен базуватись на понятті «ефективна організаційна культура» і включати комплекс заходів, до яких рівень формування організаційної культури є найбільш чутливим. Важливими складовими сучасного підходу є вдосконалення технології створення органів управління та організаційного забезпечення процесу формування організаційної культури. Автором обґрунтовано необхідність і умови запровадження посади менеджера з управління організаційною культурою, розроблено посадову інструкцію; узагальнено нормативну базу та передумови формування кодексу організаційної культури, подано методичні рекомендації щодо його змісту і процедури розробки; систематизовано теоретико-методологічні підходи щодо формування системи поширення знань на сучасному підприємстві, обґрунтовано пропозиції щодо створення внутрішньо фірмового начального центру з урахуванням особливостей галузі харчової промисловості. Запропонований у дисертації новітній підхід до розробки системи управління процесом формування організаційної культури ґрунтується на уявленні про те, що цінності є базовими компонентами організаційної культури, а система

поширення знань є головним рушієм, який запускає в дію процеси змін, інновацій та розвитку.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості [Текст] : [монографія] / О. В. Харчишина. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 290 с. (12,3 д.а.)
2. Харчишина О. В. Організаційна культура: теоретичні засади та взаємозв'язок із конкурентоспроможністю підприємства / О. В. Харчишина // Забезпечення соціально-економічного розвитку господарюючих систем в умовах транзитивної економіки : [колективна монографія] / за заг. ред. д.е.н., проф. В. К. Данилка, д.е.н., проф. Г. М. Тарасюк. – Житомир : Вид-во ЖДТУ, 2010. – С. 182–202. (особисто автору належить 1,3 д. а.)

Публікації у наукових фахових виданнях:

3. Харчишина О. В. Використання методу багатомірного факторного аналізу в процесі діагностики організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 3. – С. 48-52
4. Харчишина О. В. Дослідження сутності категорії „організаційна культура” / О. В. Харчишина // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 2 (56). – С. 148 – 151.
5. Харчишина О. В. Економічні та організаційно-культурні чинники розвитку галузі харчової промисловості України / О. В. Харчишина // Економіка Криму. – 2011. – № 2. – С. 56 – 63
6. Харчишина О. В. Методологічні аспекти діагностики організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка. – 2011. – № 3. – С. 126-129
7. Харчишина О. В. Корпоративний кодекс як засіб формування позитивного іміджу підприємств харчової промисловості в умовах міжнародного співробітництва / О. В. Харчишина // Стратегія розвитку України. – 2011. – № 1. – С. 216-220
8. Харчишина О. В. Корпоративний навчальний центр та його роль у формуванні організаційної культури / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка. – 2011. – № 2 (21). – С. 31–33
9. Харчишина О. В. Перспективи використання методу ієрархічного кластерного аналізу в процесі діагностики організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. – 2011. – № 3. – С. 48 – 54
10. Харчишина О. В. Побудова математичної моделі організаційної культури підприємств харчової промисловості на основі методу багатфакторної регресії / О. В. Харчишина // Економіка Криму. – 2011. – № 3. – С. 67 – 71

11. Харчишина О. В. Порівняння методологічних підходів до оцінки організаційної культури та перспективи їх використання на підприємствах харчової промисловості [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 1 (5). – Режим доступу до журн. : http://www/nbuu.gov.ua/e-journals/eui/2011_1/11hovtok.pdf.
12. Харчишина О. В. Створення корпоративного навчального центру як інструмент формування організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 2. – С. 181 – 184.
13. Харчишина О. В. Теоретико-методологічні засади розробки корпоративного кодексу підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 2. – С. 152 – 156
14. Харчишина О. В. Теоретико-методологічні засади формування організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 1 (55). – С. 288–290.
15. Харчишина О. В. Ціннісна підсистема як базовий компонент організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 3. – С. 68 – 72
16. Харчишина О. В. Формування організаційної культури як інструмент управління персоналом підприємства / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5 (19). – С. 147–150.
17. Харчишина О. В. Характеристика процесу формування організаційної культури / О. В. Харчишина // Продуктивні сили і регіональна економіка : зб. наук. праць : у 2 ч. – К. : РВПС України НАН України, 2010. – Ч. 1. – С. 225–228.
18. Харчишина О. В. Структура організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2010. – № 2 (52). – С. 295–298.
19. Харчишина О. В. Сучасний стан підприємств харчової промисловості Житомирської області та його зв'язок із організаційною культурою / О. В. Харчишина // Економіка та підприємництво. – 2010. – № 24. – С. 153–159.
20. Харчишина О. В. Харчова промисловість Житомирської області: економічні та організаційно-культурні чинники розвитку / О. В. Харчишина // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії : зб. наук. праць. – 2010. – Вип. 2 (19) : Економічні науки. – С. 249–255.
21. Харчишина О. В. Властивості організаційної культури: системний підхід [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 2 (4). – Режим доступу : http://www/nbuu.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10hovtok.pdf
22. Харчишина О. В. Вплив наукових шкіл менеджменту на формування теорії організаційної культури [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації : електронне видання. – 2010. – № 1 (3). –

Режим доступу до журн. : http://www/nbuu.gov.ua/e-journals/eui/2010_1/10hovtok.pdf

23. Харчишина О. В. Застосування методики ОСАІ для оцінки організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка. – 2010. – № 1 (15). – С. 97–100.

24. Харчишина О. В. Дискусійні питання організаційно-культурного підходу в системі управління підприємствами [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 1 (1). – Режим доступу до журн. : http://www/nbuu.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09hovsup.pdf

25. Харчишина О. В. Діагностика організаційної культури підприємств / О. В. Харчишина // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2010. – № 36. – С. 124–129

26. Харчишина О. В. Економічні та організаційно-культурні проблеми розвитку харчової промисловості / О. В. Харчишина // Інноваційна економіка (ТІАПВ). – 2009. – № 2 (12). – С. 119–123.

27. Харчишина О. В. Організаційна культура як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. В. Харчишина // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2009. – № 29. – С. 139–141.

28. Харчишина О. В. Порівняльний аналіз сучасних підходів до типології організаційних культур [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 2 (2). – С. 67–72. – Режим доступу: www/nbuu.gov.ua/e-journals/eui/2009_2/09hovtok.pdf

29. Харчишина О. В. Організаційна культура як фактор мотивації персоналу підприємства / О. В. Харчишина // Вісник Державного агроєкологічного університету. – 2008. – № 1. – С. 226–235.

30. Харчишина О. В. Концепція організаційної культури підприємств: ретроспективний аналіз та перспективи практичного застосування / О. В. Харчишина // Вісник Державного агроєкологічного університету. – 2007. – № 2. – С. 202–208.

31. Харчишина О. В. Формування кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах транзитивної економіки / О. В. Харчишина // Вісник Державного агроєкологічного університету. – 2007. – № 1. – С. 227–232.

Тези доповідей і матеріали науково-практичних конференцій:

32. Харчишина О. В. Корпоративний кодекс як інструмент формування організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: міжнар. наук.-практ. конф., 27 квіт. 2011 р.: тези доповідей / Національний авіаційний університет. – К., 2011. – С. 42-43

33. Харчишина О. В. Сучасний стан та основні тенденції розвитку харчової промисловості України / О. В. Харчишина // Конкурентоспроможність в

умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: V міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 червня 2011 р.: тези доповідей / Київський інститут бізнесу і технологій, Житомирська філія. – Житомир, 2011. – С. 39–42.

34. Харчишина О. В. Організаційно-культурні проблеми забезпечення інноваційного розвитку підприємств / О. В. Харчишина // Перспективні наукові дослідження – 2011: VII міжнар. наук.-практ. конф., 17–25 лют. 2011 р.: тези доповідей – Т. 2. Економічні науки. – Софія, Болгарія, 2011. – С. 50 – 52.

35. Харчишина О. В. Формування організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Стратегічні питання світової науки – 2011: VII міжнар. наук.-практ. конф., 7–15 лют. 2011 р.: тези доповідей. – Т. 3. Економічні науки. – Przemysl, Respublica Polska, 2011. – С. 46 – 48.

36. Харчишина О. В. Корпоративний навчальний центр: функції та роль у формуванні організаційної культури / О. В. Харчишина // Інноваційний розвиток національної економіки: міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 7–8 квіт. 2011 р.: тези доповідей / Тернопільський інститут агропромислового виробництва УААН. – Тернопіль, 2011. – С. 369–370.

37. Харчишина О. В. Формування теорії організаційної культури в процесі еволюції наукових шкіл менеджменту [Електронний ресурс] / О. В. Харчишина // Актуальні наукові розробки – 2011: міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 17–25 січ. 2011 р.: тези доповідей. – Софія, Болгарія, 2011. – Режим доступу: www.rusnauka.com/Page_ru.htm

38. Харчишина О. В. Роль корпоративного навчального центру у формуванні організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // XXXVI наук.-практ. міжвуз. конф., присвячена Дню науки, 12–13 травня 2011 р.: тези доповідей / Житомирський державний технологічний університет. – Т. II. – Житомир, 2011. – С. 187–188.

39. Харчишина О. В. Сучасний інструментарій діагностики організаційної культури підприємства / О. В. Харчишина // Фінансово-економічне, обліково-аналітичне та організаційно-правове забезпечення відтворювальних процесів на шляху до економіки знань: міжнар. наук.-практ. конф., 25–26 лист. 2010 р.: тези доповідей / Буковинська державна фінансова академія. – Чернівці, 2010. – С. 257–259.

40. Харчишина О. В. Технологія розробки корпоративного кодексу підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Наукові засади сталого розвитку економіки: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 16–17 червня 2011 р.: тези доповідей / Тернопільський інститут агропромислового виробництва НААНУ. – Тернопіль, 2011. – С. 318 – 320.

41. Харчишина О. В. Управління організаційною культурою / О. В. Харчишина // Проблеми, напрями і механізми забезпечення сталого розвитку суб'єктів національної економіки: всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 6–7 травня 2010 р.: тези доповідей / Тернопільський інститут агропромислового виробництва НААНУ. – Тернопіль, 2010. – С. 165 – 168.

42. Харчишина О. В. Теоретико-методологічні аспекти оцінки організаційної культури підприємств харчової промисловості / О. В. Харчишина // Регуляторні механізми у сфері виробництва та споживання продовольчих товарів в умовах інтеграційних процесів: міжнар. наук.-практ. конф., 25 червня 2010 р.: тези доповідей / Миколаївська філія Європейського університету. – Миколаїв, 2010. – С. 155–157.
43. Харчишина О. В. Теоретико-методологічні питання визначення категорії „організаційна культура” / О. В. Харчишина // Важелі і механізми сталого розвитку економіки в умовах світової глобалізації: міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 9–10 грудня 2010 р.: тези доповідей / Тернопільський інститут агропромислового виробництва НААНУ. – Ч. 2. – Тернопіль, 2010. – С. 268–269.
44. Харчишина О. В. Властивості організаційної культури: системний підхід / О. В. Харчишина // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: IV міжнар. наук.-практ. конф., 3–4 червня 2010 р.: тези доповідей / Київський інститут бізнесу і технологій, Житомирська філія. – Житомир, 2010. – С. 296–300.
45. Харчишина О. В. Властивості організаційної культури / О. В. Харчишина // Соціально-економічні і правові аспекти формування та розвитку організаційної культури підприємств як шлях до інтеграції національної економіки в європейський простір: IV між нар. наук.-практ. конф., 15–16 травня 2009 р.: тези доповідей / Львівський університет бізнесу і права. – Львів, 2009. – С. 30–32.
46. Харчишина О. В. Економічна ефективність діяльності підприємств харчової промисловості та її зв'язок із організаційною культурою / О. В. Харчишина // Перспективні напрями розвитку галузей АПК і підвищення ефективності наукового забезпечення агропромислового виробництва: I всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених, 23–24 вересня 2009 р.: тези доповідей / Тернопільський інститут агропромислового виробництва НААНУ. – Тернопіль, 2009. – С. 313–316.
47. Харчишина О. В. Організаційна культура як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / О. В. Харчишина // Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах: V міжнар. наук.-практ. конф., 19–20 березня 2009 р.: тези доповідей / Національний університет харчових технологій. – Київ, 2009. – С. 115–116.
48. Харчишина О. В. Порівняльний аналіз сучасних підходів до типології організаційних культур / О. В. Харчишина // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: III міжнар. наук.-практ. конф., 4-5 червня 2009 р.: тези доповідей / Київський інститут бізнесу і технологій, Житомирська філія. – Житомир, 2009. – С. 67–72
49. Харчишина О. В. Організаційна культура: суть та місце в сучасній теорії менеджменту / О. В. Харчишина // XXXIV наук.-практ. міжвуз. конф., присвячена Дню університету, 16–18 березня 2009 р.: тези доповідей /

Житомирський державний технологічний університет. – Т. II. – Житомир, 2009. – С. 233–234.

50. Харчишина О. В. Організаційна культура: суть, функції та вплив на конкурентоспроможність підприємства / О. В. Харчишина // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: II міжнар. наук.-практ. конф., 17–18 квітня 2008 р.: тези доповідей / Київський інститут бізнесу і технологій, Житомирська філія. – Житомир, 2008. – С. 151–155.

51. Харчишина О. В. Проблеми формування кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств / О. В. Харчишина // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: I міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 квітня 2007 р.: тези доповідей / Київський інститут бізнесу і технологій, Житомирська філія. – Житомир, 2007. – С. 98–100.

52. Харчишина О. В. Використання моделей компетенцій для оцінки і добору управлінського персоналу / О. В. Харчишина // Соціально-економічні проблеми реформування українського суспільства: II всеукр. наук.-практ. конф., 16-17 листопада 2006 р.: тези доповідей / Житомирський державний університет ім. І. Франка. – Житомир, 2006. – С. 141–144.

Публікації у інших виданнях:

53. Харчишина О. В. Кадровий потенціал як фактор забезпечення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств Житомирської області / О. В. Харчишина // Житомирщина: минуле, сьогодення, поступ у майбутнє : наук. зб. / за заг. ред. П. Ю. Саух, О. М. Швидак, І. І. Ярмошик та ін. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007. – Т. 2. – С. 198–203.

АНОТАЦІЯ

Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) – Національний університет харчових технологій Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Київ, 2011.

Дисертаційна робота присвячена дослідженню теоретичних, методичних та практичних питань формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості.

У роботі обґрунтовано теоретичний підхід, згідно якого організаційна культура є квінтесенцією системи ефективного менеджменту; на відміну від усталених підходів, акцент зроблено на економічну складову вагомості організаційної культури для її оцінки як фактору економічного зростання.

Уточнено вагомість і сутність організаційної культури як іманентної складової системи менеджменту, доповнено концептуальне розуміння її внутрішньої структури. Декомпозиція елементів системи менеджменту дозволила визначити ефекти використання теорії організаційної культури у процесі управління сучасними підприємствами.

Розроблено класифікацію типологій організаційної культури та узагальнено існуючі методології її діагностики. Запропоновано методику оцінки формування організаційної культури підприємств харчової промисловості, яка ґрунтується на діагностиці її економічної сутності та вагомості, а також визначення рівня впливу на ефективність управління.

Досліджено стан галузі харчової промисловості і особливості організаційної культури підприємств з виробництва харчових продуктів і напоїв. На основі результатів соціологічного обстеження підприємств харчової промисловості визначено п'ять синтетичних факторів формування організаційної культури. Застосування методів кластерного та кореляційного аналізу дозволило довести наявність тісного зв'язку між рівнем формування організаційної культури та економічною ефективністю господарської діяльності підприємств харчової промисловості.

Запропоновано математичну модель та розроблено емпіричні індикатори формування організаційної культури для підприємств харчової промисловості, використання яких у практиці управління дозволяє здійснювати порівняльну оцінку підприємств, планування і прогнозування процесу формування організаційної культури.

Розроблено комплексну програму формування організаційної культури підприємств харчової промисловості, яка спирається на поняття «ефективна організаційна культура» і передбачає використання емпіричних індикаторів для визначення переліку заходів програми.

Ключові слова: організаційна культура, система менеджменту, харчова промисловість, ефективність господарської діяльності

АННОТАЦІЯ

Харчишина О. В. Формирование организационной культуры в системе менеджмента предприятий пищевой промышленности. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.04. – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности) – Национальный университет пищевых технологий Министерства образования, науки, молодежи и спорта Украины, Киев, 2011.

Диссертационная работа посвящена исследованию теоретических, методических и практических вопросов формирования организационной культуры в системе менеджмента предприятий пищевой промышленности.

Исследована теоретическая сущность организационной культуры, обоснована ее важная роль в современной парадигме управления. Исследовано зарождение идей теории организационной культуры в процессе развития научных теорий менеджмента.

В работе обосновано теоретический подход, согласно которого организационная культура является квинтэссенцией эффективного менеджмента; в отличие от устоявшихся подходов, акцент сделан на экономической составляющей значимости организационной культуры для ее оценки как фактора экономического роста и эффективности деятельности предприятий.

Систематизация существующих определений организационной культуры позволила классифицировать их на три группы: атрибутивные, сущностные и структурные. Получил дальнейшее развитие понятийный аппарат организационной культуры за счет формулирования определений «организационная культура» и «эффективная организационная культура», а также размежевания понятий «организационная культура», «корпоративная культура», «культура предприятия (фирмы)» и др.

Уточнено значимость и сущность организационной культуры как имманентной составляющей системы менеджмента, дополнено концептуальное понятие ее внутренней структуры. Декомпозиция элементов системы менеджмента позволила определить эффекты использования теории организационной культуры в процессе управления современными предприятиями. В частности, рассмотрены такие эффекты как экономический, инновационный, социальный и эффект гармоничности социально-культурного развития предприятия.

На основе систематизации трудов отечественных и зарубежных ученых, а также результатов собственных эмпирических исследований определено, что организационная культура имеет десять общих свойств, которые проявляются независимо от фазы жизненного цикла, размера, отрасли деятельности предприятия (системность, экономический характер, социальный характер, многогранность объективность, динамичность, уникальность, неоднородность, адаптивность, консолидирующий характер), и десять функций, в том числе семь внутренних и три внешних.

Разработано классификацию типологий организационной культуры, обобщено существующие методики ее диагностики. Предложено методику оценки формирования организационной культуры предприятий пищевой промышленности, которая базируется на диагностике ее экономической сущности и значимости, а также определении уровня влияния на эффективность системы управления.

Исследовано состояние отрасли пищевой промышленности и особенности организационной культуры предприятий по производству пищевых продуктов и напитков в Украине и в Житомирской области. С целью углубленного изучения процесса формирования организационной культуры на предприятиях отрасли применено социологический метод исследования.

Обработка результатов анкетирования с использованием метода многофакторного анализа позволил определить пять синтетических факторов формирования организационной культуры.

Применение методов кластерного и корреляционного анализа позволило доказать наличие тесной связи между уровнем формирования организационной культуры и экономической эффективностью хозяйственной деятельности предприятий пищевой промышленности.

На основе разработанного автором определения эффективной организационной культуры предложено проводить оценку эффективности путем исследования степени проявления восьми парных характеристик. Для каждой из парных характеристик разработано соответствующую систему показателей, информационную базу их формирования и методологию интерпретации.

Построено математическую модель и разработано эмпирические индикаторы формирования организационной культуры для предприятий пищевой промышленности, использование которых в практике управления позволяет осуществлять сравнительную оценку предприятий, планирование и прогнозирование процесса формирования организационной культуры.

Разработано комплексную программу формирования организационной культуры предприятий пищевой промышленности, которая опирается на понятие «эффективная организационная культура» и предусматривает использование эмпирических индикаторов для определения перечня мероприятий программы. В состав программы включено мероприятия, к которым уровень формирования организационной культуры является наиболее чувствительным. В частности, предложено такие мероприятия как введение должности менеджера по управлению организационной культурой, разработка и внедрение кодекса организационной культуры, формирование системы распространения знаний на предприятии.

Ключевые слова: организационная культура, система менеджмента, пищевая промышленность, эффективность хозяйственной деятельности.

ABSTRACT

Kharchyshyna O. V. The formation of organization culture within the management system of food industry enterprises. – Manuscript.

Thesis for a Doctoral Degree in Economics. Speciality 08.00.04 – Economics and Operation of Business (according to the types of economic activity). – National University of Food Technologies, Department of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine. – Kyiv, 2011.

The dissertation deals with theoretical, methodological and practical issues of organization culture formation within the management system of food industry enterprises.

The investigation seeks to provide a comprehensive analysis of the theoretical approach that emphasizes the importance of organization culture as a quintessence of efficient management system; unlike the traditional approaches the attention is focused on the economic component significance of organization culture for its assessment as a factor of economic growth.

The paper specifies the significance and essence of organization culture as an immanent component of management system as well as enriches the conceptual comprehension of its inner structure. The decomposition of management system elements enabled to determine the effect of applying organization culture theory while operating modern enterprises.

Organization culture classifications along with its diagnostic methodology have been elaborated. The investigation offers the methodology of organization culture formation assessment of food industry enterprises which is based on diagnosing its economic essence and significance as well as the methodology defining the level of influence upon the management efficiency.

The dissertation investigates the state of food industry and peculiarities of organization culture at enterprises producing articles of food and beverage foods. According to sociological surveys carried out at food industry enterprises five synthetic factors of organization culture formation have been specified. The application of both cluster and correlation analysis methods enabled to prove the existence of tight bonds between organization culture formation level and economical efficiency of food industry enterprises activity.

The thesis elaborates the mathematical model and empirical indicators of organization culture formation for food industry enterprises. Their application while operating practice makes it possible to carry out comparative evaluation of enterprises, to plan and to prognose the process of organization culture formation.

The research efforts enabled to develop a well-rounded programme of organization culture formation at food industry enterprises. The programme is based upon the notion “efficient organization culture” and provides the use of empirical indicators to specify the list of programme steps.

Keywords: organization culture, management system, food industry, the efficiency, economical activity.