МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

імені Михайла Туган-Барановського

Гладкий Микита Олександрович

УДК 005.73:339.17

**ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Донецьк – 2014

Дисертацією є рукопис.

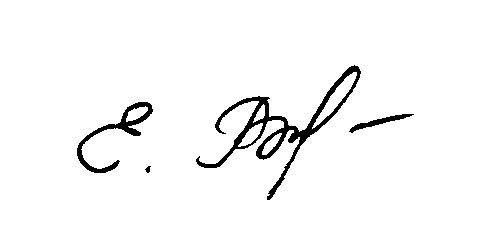
Робота виконана в Донецькому національному університеті економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України.

|  |  |
| --- | --- |
| **Науковий керівник** - | кандидат економічних наук, професор  **Бакунов Олександр Олексійович**,  Донецький національний університет економіки  і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  в.о. завідувача кафедри прикладної економіки. |
| **Офіційні опоненти:** | доктор економічних наук, доцент  **Колосок Валерія Михайлівна**,  ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (м. Маріуполь), завідувач кафедри менеджменту транспорту і логістики;  кандидат економічних наук, професор  **Кравченко Віра Олексіївна**,  Одеський національний економічний університет,  професор кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності. |

Захист відбудеться «19» грудня 2014 р. о 1400 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради ДонНУЕТ Д 11.055.01 в ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» за адресою: 87500, м. Маріуполь, вул. Університетська, 7.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського за адресою: 83017, м. Донецьк, бул. Шевченка, 30.

Автореферат розісланий «19» листопада 2014 р.



Вчений секретар

спеціалізованої вченої ради О.В. Виноградова

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми дослідження**. Соціально-економічний феномен організаційної культури у контексті сучасної парадигми управління останнім часом все більше привертає увагу науковців і практиків, оскільки дає можливість за рахунок внутрішнього потенціалу підприємства підвищити його економічну й інтелектуальну привабливість, забезпечити ефективну гармонізацію й мотивацію роботи персоналу у досягненні встановлених цілей та адаптацію підприємства до умов мінливого зовнішнього середовища. Якісна організаційна культура здатна позитивно вплинути на ключові показники загальної результативності діяльності підприємства, що зумовлює суттєву зацікавленість і практичну значущість задач ефективного формування культури в системі управління торговельних підприємств.

Дослідження феномену організаційної культури було започатковано у фундаментальних роботах класиків теорії менеджменту Ч. Бернарда, М.Далтона, Е.Жака, Е. Мейо, Г.Саймона, М. Фоллетта, їдеї яких знайшли подальший розвиток у працях М. Амстронга, П. Вейлі, Д. Денісона, К. Камерона, А. Кеннеді, М. Коула, Р. Куїнна, Г. Лейна, Р. Льюїса, Д. Мацумото, У. Оучі, Д. Олдхема, Ч. Хенді, Г. Хофстеда, Е. Шейна, К.Шольца та інш. Суттєві напрацювання в області організаційної культури мають російські науковці О.Виханський, Е.Капітонов, А.Кравченко, С.Кукура, Т.Лапіна, Н.Левкін, А.Лейбкинд, А.Радугін, Т.Соломандіна, В.Співак, В.Терентьєва, О.Тихомирова, Г.Тульчинський. Значний науковий внесок у дослідження організаційної культури здійснено вітчизняними авторами, а саме: С.Архієреєвим, Л.В. Балабановою, О.Бутнік-Сіверським, А.Воронковою, В.Головецьким, О.Гусєвою, М.Дороніною, А.Дороніним, О.Драганом, Г.Жаворонковою, Г.М. Захарчин, В.Ковальовою, В.Колосок, В.Кравченко, В.Кукубою, Н. Лукьянченко, О.Медведєвою, А.Садєковим, І.Сіменко, Г. Тарасенко, О.Харчишиною, О.Шубіним, Ю.Яковець та інш. Віддаючи належне внеску зазначених авторів, слід зауважити, що через відмінності в цілях та завданнях науковців, міждисциплінарних підходах до розуміння сутності організаційної культури, специфіку діяльності досліджуваних підприємств, потребують подальших наукових досліджень теоретичні, організаційно-методичні та практичні аспекти формування культури в системі управління торговельним підприємством. Недостатньо уваги приділяється принципам формування організаційної культури, її елементам та якісним характеристикам. У повній мірі не вирішені питання формування якісної організаційної культури, регламентації цього процесу та розрахунку впливу якості організаційної культури на загальну результативність діяльності підприємства.

Концептуалізація дисертаційної роботи через обґрунтування категоріального апарату, застосування методології системного підходу до об’єкта дослідження, виокремлення цілі і задач формування організаційної культури, побудова моделі культури як підсистеми в загальній системі управління підприємством та виокремлення основних її елементів у взаємозв’язку та залежності, визначення параметрів оцінки якості організаційної культури зумовило актуальність окреслених питань, вибір теми дослідження, його мету та завдання.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконувалася згідно плану науково-дослідних робіт Донецького національного університету економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського в межах держбюджетної теми: "Формування механізму проактивного управління стратегічними змінами в умовах стратегічного розвитку підприємства" (2013р., номер державної реєстрації 01130U000627), де автором досліджувалися ознаки комплексної готовності підприємства до стратегічних змін в умовах стратегічного розвитку підприємства.

Матеріали дослідження також було використано при виконанні госпдоговірних науково-дослідницьких робіт: «Розробка науково-методичних рекомендацій щодо формування регламентного забезпечення діяльності підприємств» (2001 р., розроблено внутрішньофірмові регламенти з оцінки якості культури); «Методика оцінки якості процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві» (2012 р., обґрунтовано поняття культури в якості елемента системи управління), «Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: методологічний і практичний аспекти» (2013 р., доведено важливість розвитку організаційної культури для забезпечення конкурентоспроможності підприємства).

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є подальший розвиток теоретичних основ, методичних положень та розробка науково-практичних рекомендацій з удосконалення процесу формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств.

Цільова спрямованість роботи визначила постановку і вирішення таких завдань:

* досліджено організаційну культуру як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління;
* визначено основні принципи формування системи організаційної культури підприємства, її елементи та якісні характеристики;
* обґрунтовано концептуальні основи формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств;
* досліджено організацію формування елементів культури підприємства;
* обґрунтовано інструментарій і технологію оцінки якості організаційної культури підприємства;
* проаналізовано тенденції формування та стан організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону, виокремлено основні проблеми процесу організації формування й оцінки якості елементів організаційної культури;
* розкрито специфіку реалізації організаційної функції з формування й оцінки якості організаційної культури торговельних підприємств;
* запропоновано методику оцінки якості елементів організаційної культури підприємства;
* визначено вплив якості організаційної культури на загальну результативність діяльності підприємства.

***Об’єктом*** дисертаційної роботи є процес формування організаційної культури в системі управління торговельним підприємством.

***Предметом*** дослідження є теоретико-методологічні основи і практичні засади формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств.

***Методи дослідження*.** Теоретичним та методологічним підґрунтям дисертаційної роботи виступили фундаментальні положення теорії управління підприємством і теорії систем.

У процесі дослідження були використані наступні наукові методи: діалектичний метод, систематизації і узагальнення – для дослідження генезису наукової думки щодо об’єкта дослідження, виокремлення етапів у розвитку феномену культури; термінологічний та логічний аналіз – для розкриття змісту і когнітивного наповнення категоріального апарату: «організація», «культура», «організаційна культура», «якість», «системний підхід», «якість організаційної культури», «принципи», «функції»; метод екстраполяції наукових знань – з метою доведення міждисциплінарного характеру феномену організаційної культури, під час розробки регламентних документів; евристичні методи і методи обробки експертної інформації – для оцінки тенденцій формування та стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону; інформаційного моделювання – для розробки моделі методики оцінки якості організаційної культури; кваліметричний аналіз – для кількісної оцінки якості організаційної культури та вагомості властивостей якості культури; кореляційно-регресійний аналіз – для оцінки впливу якості організаційної культури на загальну результативність діяльності підприємства; графічний метод та побудова аналітичних таблиць – для візуалізації отриманих результатів дослідження; соціологічні методи (анкетування, інтерв’ю, тестування, контрольних питань) – для фактичної оцінки якості організаційної культури, стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління досліджуваних підприємств.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові праці провідних зарубіжних і вітчизняних учених; законодавчі й нормативні документи України та інших країн; матеріали періодичних видань; фінансова, а також внутрішня звітність торговельних підприємств; дані анкетування та опитування управлінського персоналу й працівників торговельних підприємств Донецького регіону; загальнодоступна інформація з мережі Інтернет.

Обробка інформації здійснювалася у середовищі програмного пакету MS Exсel.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у розвитку та уточненні теоретичних і методичних положень, а також розробці науково обґрунтованих рекомендацій з удосконалення процесу формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств. До найістотніших результатів, що характеризують наукову новизну, відносяться:

***Удосконалено:***

науковий підхід до формування концептуальної моделі організаційної культури (SOFP-модель) в системі управління торговельних підприємств, що на відміну від існуючих, синтезує структурні елементи (суб’єкт, об’єкти і параметри якості, процес, комунікативний блок, теоретико-методологічний базис концепції, забезпечення). Запропонована SOFP-модель організаційної культури в системі управління підприємством демонструє вплив суб’єкта формування організаційної культури на інституціональному, управлінському й професійно-кваліфікаційному рівнях на об’єкт через послідовне виконання етапів процесу формування культури;

науково-методичний підхід до розрахунку узагальнюючого показника якості організаційної культури, що проявляється через якість ціннісної, символічної, нормативної, комунікативно-управлінської, ідентифікаційної, матеріальної, процесно-поведінкової складових. На відміну від існуючих підходів, враховано специфіку саме торговельних підприємств; комплексно використано якісні й кількісні показники; надає можливість оцінки якості організаційної культури як в цілому, так і окремих структурних елементів;

науково-методичні положення до побудови моделей кореляційно-регресійного аналізу взаємозв’язку якості організаційної культури та показників загальної результативності діяльності підприємства (рентабельність продажу, рентабельність трудових витрат, продуктивність праці), що раніше не встановлювалося. Це зумовлене, з одного боку, доступністю інформації, а з іншого – їх комплексністю, що надає можливість проведення факторного аналізу, та значимістю для торговельного підприємства.

***Дістало подальший розвиток:***

понятійно-категоріальний апарат, а саме: уточнено сутність поняття «організаційна культура» як складного елементу внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості (синергетизм, динамічність, унікальність, адаптивність, ментальність, ієрархічність, агрегування, комунікативність, соціальність), інтегрує духовні, матеріальні, статичні і процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації і ефективного функціонування підприємства; «якість організаційної культури» як сукупність взаємопов’язаних та взаємозумовлених власних характеристик (властивостей) організаційної культури, що задовольняють вимоги (потреби або очікування) окремих працівників, підприємства та суспільства в цілому;

класифікація принципів формування організаційної культури за такими групами: структурно-елементні, функціонально-цільові, організаційно-комунікативні, що сприятиме реалізації стратегічних цілей і пріоритетів розвитку підприємства, орієнтованих на організаційну культуру відповідно до сучасних вимог;

науково-методичний підхід до реалізації організаційної функції через використання регламентації, нормування й інструктування процесу формування й оцінки культури. З метою удосконалення організаційно-методичного забезпечення процесу, проведено порівняльну характеристику методів за сутністю, метою, суб’єктом формування й формою реалізації результатів.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що обґрунтовані теоретичні положення дисертаційної роботи доведені до рівня конкретних методичних підходів і рекомендацій, спрямованих на вдосконалення процесу формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств.

Найбільшу практичну цінність мають такі розробки, як внутрішньофірмові документи з формування й оцінки якості організаційної культури торговельного підприємства (Положення про організаційну культуру, Положення про Департамент з управління та розвитку персоналом, органіграма організаційної структури Департаменту з управління та розвитку персоналом, посадова інструкція фахівця з розвитку організаційної культури, персонограма й професіограма фахівця з розвитку організаційної культури, внутрішньофірмовий стандарт з оцінки якості організаційної культури). Запропоновані методики з оцінки якості організаційної культури й розрахунку впливу якості культури на загальну результативність діяльності підприємства (обрані оптимальні регресійні моделі надають можливість встановити зв'язок між показниками і якістю культури, робити прогнози, оцінювати реакцію рентабельності й продуктивності на зміну рівня якості організаційної культури).

Результати дослідження впровадженов діяльність ТОВ «ТД «Амстор» (довідка № 34 від 16.03.2013 р.), ТОВ «КУЛІНАР-СЕРВІС» (довідка № 61 від 07.11.2013 р.), ТОВ «Сарепта-К» (довідка № 18/6 від 14.05.2013 р.), відокремленого підрозділу ДП «Макіїввугілля» «ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЧИСЛЮВАЛЬНИЙ ЦЕНТР» (довідка № 23 від 17.09.2013 р.),

Основні теоретичні положення дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського при викладанні дисциплін кафедри прикладної економіки, а саме: «Управління трудовим потенціалом», «Управління персоналом», «Підприємництво і бізнес-культура», «Організаційний розвиток підприємства», «Економіка праці і соціально-трудові відносини» денної та заочної форми навчання за напрямом підготовки 6.030.504 "Економіка підприємства" та 6.030.505 "Управління персоналом та економіка праці» (довідка № 08.13/885 від 29.04.2014).

**Особистий внесок здобувача**. Дисертація є самостійно виконаним науковим дослідженням. Із наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використано лише ті ідеї та положення, що є особистим внеском автора.

**Апробація результатів дисертації.** Основні результати дослідження, викладені в дисертації, пройшли апробацію шляхом обговорення на чотирьох Міжнародних науково-практичних конференціях: «Перспективні інновації в науці, освіті, виробництві та транспорті - 2012» (м. Одеса, 2012р.), «Наукові дослідження та їх практичне застосування. Сучасний стан та шляхи розвитку - 2012» (м. Одеса, 2012р.), «Бізнес і умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси» (м. Донецьк, 2013р.), «Стратегія розвитку світової економіки в умовах глобалізації» (м. Черкаси, 2013р.).

**Публікації**. За результатами дисертації опубліковано 10 наукових праць, з них у фахових виданнях – 6. Загальний обсяг публікацій – 4,08 д. а., з яких особисто автору належать – 3,51 д. а., з них 2,97 д. а. у фахових виданнях.

**Структура й обсяг дисертації**. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 168 сторінках друкованого тексту, у тому числі 44 таблиці, розміщених на 29 сторінках, 23 рисунки – на 12 сторінках. Додатки в кількості 19 складають 86 сторінок. Список використаних джерел налічує196 найменувань і розміщено на 18сторінках.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету і завдання дослідження; визначено об’єкт, предмет, методи дослідження, розкрито наукову новизну і практичне значення отриманих результатів, визначено особистий внесок здобувача, результати апробації дисертації, повноту викладення положень дисертації в опублікованих роботах та кількість публікацій, загальний обсяг та структуру дисертаційної роботи.

У першому розділі дисертаційної роботи **«Теоретичні основи формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств»** досліджено організаційну культуру як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління; виокремлено принципи, елементи та якісні характеристики культури; розкрито концептуальні основи формування об’єкта дослідження в системі управління торговельних підприємств.

У контексті сучасної соціально орієнтованої парадигми управління організаційна культура набуває особливої актуальності на відповідь потребам адекватного еволюційного розвитку, оскільки дає можливість за рахунок внутрішнього потенціалу підприємства підвищити його економічну й інтелектуальну привабливість, забезпечити ефективну гармонізацію й мотивацію роботи персоналу та адаптацію підприємства до умов мінливого зовнішнього середовища.

Дослідження генезису та еволюцію наукової думки стосовно формування й розвитку організаційної культури дозволило отримати комплексне розуміння сутності феномену й виокремити три етапи його розвитку: 1) етап генезису (становлення, зародження) наукової думки щодо розуміння організаційної культури (до 20-х років ХХ ст.), 2) етап класичного (традиційного) розуміння організаційної культури (кінець 20-х – початок 70-х рр. ХХ ст.), 3) етап неокласичного сприйняття культури (кінець 70-х ХХ ст. – до теперішнього часу). Саме наприкінці 70-х років американськими науковцями Т. Пітерсом і Р. Вотерманом висловлена думка про можливість подолання кризи управління в США шляхом впливу на організаційну культуру.

Для обґрунтування авторського визначення організаційної культури як складного елементу внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості; інтегрує духовні, матеріальні, статичні і процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації і ефективного функціонування підприємства, проведено лексико-семантичний аналіз близьких за змістом понять. Аргументовано, що організаційна культура є первісною, базовою до корпоративної культури, однак знаходяться вони у тісному зв’язку та залежності, впливаючи одна на одну.

Встановлено роль і місце організаційної культури як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління через виокремлення: передумов формування і розвитку неокласичної концепції організаційної культури; ознак сучасної парадигми менеджменту; факторів впливу на культуру й тенденцій розвитку феномену національної організаційної культури. Феноменальність об’єкта дослідження підтверджено наявністю певних властивостей (синергетизм, динамічність, унікальність, адаптивність, ментальність, ієрархічність, агрегування, комунікативність, соціальність).

Враховуючи еволюцію наукової думки, онтологічні й гносеологічні основи системних досліджень, аспектність системного підходу, у роботі виокремлено три блоки принципів формування системи організаційної культури підприємства (структурно-елементні, функціонально-цільові, організаційно-комунікативні), що виступають у якості методологічної бази до дослідження феномену культури. Системність явища розкривається через окремі елементи (ціннісна, символічна, нормативна, комунікативно-управлінська, ідентифікаційна, матеріальна, процесно-поведінкова складові), носії, ознаки (властивості), сутність яких формує категорію «якості» організаційної культури як сукупності взаємопов’язаних та взаємозумовлених власних характеристик (властивостей) культури, що задовольняють вимоги (потреби або очікування) окремих працівників, підприємства та суспільства в цілому.

Науково доведено існування ознак поліфункціональності організаційної культури, обґрунтовано доречність формування на ряду із зовнішніми (адаптаційна, ідентифікаційна) і внутрішніми (потенціалоутворююча, інтеграційна, селективна, мотиваційна) функціями культури групи універсальних функцій (комунікативна, стабілізуюча, пізнавально-інформаційна, інноваційна, ціннісно-орієнтуюча, нормативно-регулююча, накопичувальна), які вважатимуться одночасно і внутрішніми, і зовнішніми.

До особливостей побудови концепції формування організаційної культури в системі управління торговельним підприємством віднесено: обґрунтування категоріального апарату; виокремлення цілі формування культури та виконання комплексу задач для її досягнення у розрізі функцій менеджменту; вивчення культури через побудову моделі культури як підсистеми системи управління підприємством та виокремлення основних її елементів у їх зв’язку та залежності (суб’єкт, об’єкт, процес, комунікативний блок); визначення параметрів оцінки якості культури.

Побудована SOFP-модель організаційної культури в системі управління підприємством (рис. 1) демонструє вплив суб’єкта формування культури на інституціональному, управлінському та професійно-кваліфікаційному рівнях на об’єкт через комплексне виконання певної послідовності етапів процесу формування культури.

Встановлено, що для великих і середніх торговельних підприємств доцільно створювати такі основні спеціалізовані відділи управлінського рівня, як Департамент з управління та розвитку персоналу (об’єднує відділ кадрів, відділ навчання й професійного розвитку, відділ стимулювання й мотивації, відділ комунікацій (корпоративних зв’язків) та Департамент з комплаєнс менеджменту. До суб’єктів управління нижньої ланки відносяться: експерт-аналітик служби внутрішнього аудиту, психолог, менеджер-культоролог, фахівець з розвитку культури, фахівець по зв’язкам із громадськістю, менеджер з корпоративної соціальної відповідальності тощо.

У другому розділі роботи «**Організаційно-методичне забезпечення формування культури в системі управління торговельних підприємств**» розкрито організаційні аспекти формування елементів культури підприємства; обґрунтовано інструментарій і технологію оцінки якості культури підприємства; оцінено тенденції формування та стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону.

Оптимізації процесу формування організаційної культури торговельними підприємствами сприятимуть встановлені та охарактеризовані у дисертаційній роботі основні вектори організації формування культури, а саме: структурування елементів організаційної культури; деталізація технології процесу формування культури та створення умов для його виконання; організація взаємовідносин та розподіл повноважень між суб’єктами формування культури; розробка регламентного забезпечення процесів формування, оцінки й удосконалення культури; організація і управління контрольним середовищем.

Класифікація за природою виникнення (об’єктивні, суб’єктивні) та змістом причин й проявів опору впровадженню організаційної культури на торговельних підприємствах допомагає суб’єкту формування культури визначитися із мотиваційними заходами їх подолання. Охарактеризовано суб’єктивні перешкоди (організаційні, професійні, ресурсні, особистісні) щодо формування елементів культури та запропоновано методи їх подолання.

****





****

****

























**

**

**

**

**

**

**

**

**

**

**

**

**

**

**Основні етапи процесу формування організаційної культури**

Рис.1. SOFP- модель організаційної культури в системі управління підприємством (авторська розробка)

Для оцінки значущості впливу суб’єктивних перешкод щодо формування елементів організаційної культури було здійснено анкетування 50 працівників 10 торговельних підприємств Донецького регіону, різних організаційно-правових форм, масштабів діяльності та ступеню розвитку культури, з них 15 осіб – інституціонального, 15 – управлінського, 20 – професійно-кваліфікаційного рівнів.

Результати експертної оцінки свідчать про неоднозначність думок щодо ступеня впливу суб’єктивних перешкод на формування окремих елементів організаційної культури. Для суб’єктів інституціонального рівня найбільш важливими виявилися ресурсні (відсутність або недосконалість методичного, технічного, фінансового, інформаційного забезпечення) та організаційні перешкоди (безініціативність (інертність) працівників управлінської ланки визнали ключовим фактором 82% респондентів), для суб’єктів управлінського рівня – організаційні (78% респондентів визнали найбільш значним побоювання можливості погіршення стимулювання (матеріальне та нематеріальне), обмеження частини соціальних пільг), для суб’єктів професійно-кваліфікаційного рівня – професійні перешкоди (43% респондентів визнали найбільш суттєвим страх втрати робочого місця, 36% - невідповідність кваліфікаційним вимогам (страх не впоратися з роботою, скоїти помилку, бути «обійденим» іншими)).

Встановлено, що найпоширенішими підходами до вивчення організаційної культури є холістичний, мовний (або метафоричний) та кількісний, при чому застосування перших двох ускладнюється через психологічний фактор суб’єктів управління. Доведено, що у межах реалізації методик формування й оцінки організаційної культури використовується доволі широкий методичний інструментарій із домінуванням соціологічних та неформалізованих методів. Оцінка саме якості культури здійснюється у межах методик, які використовують кваліметричні методи дослідження та ґрунтуються переважно на якісних показниках. Розкриття можливостей, переваг та недоліків існуючих підходів дозволили автору аргументувати підстави для формування власної комплексної методики оцінки якості організаційної культури.

З метою всебічної оцінки стану організаційного-методичного забезпечення організаційної культури в системі управління підприємств у якості об’єкта дослідження було обрано 10 підприємств Донецького регіону, що пропонують продовольчі і непродовольчі товари, різних за розміром, організаційно-правовою формою, життєвим циклом та результатами діяльності: ТОВ «ТД «Амстор», ТОВ «Сарепта», ТОВ «Кулінар-Сервіс», Компанія «Епіцентр К», Національна мережа продуктових магазинів «АТБ», Мережа супермаркетів «Наш край», Мережа виномаркетів «Поляна», Мережа спортивних магазинів «Спорт-мастер», Торговельна мережа «Велика кишеня», Будівельний гіпермаркет «Praktiker». У якості експертів виступили сто представників всіх рівнів управління, що мають певне відношення до процесу формування й оцінки організаційної культури.

Результати дослідження дають підстави стверджувати про наявність певних позитивних тенденцій: більшість респондентів (89%) підтверджують важливість й необхідність формування організаційної культури, 95,4% опитуваних визнають вплив культури на якість системи управління, однак наголошують на її формальному характері через нерозуміння/ відсутність відповідного організаційно-методичного забезпечення.

У контексті оцінки якості елементів організаційної культури результати аналізу торговельних підприємств дозволили зробити наступні висновки: недостатньо уваги приділяється якісному складу працівників, а отже, формуванню власного інтелектуального потенціалу; відсутність (або формальність) чітко визначеної соціально-орієнтованої політики; наявність реальних підстав для інноваційного розвитку підприємств за допомогою формування молоддю нестандартних, креативних підходів у вирішенні поставлених задач; відсутність централізованих секторів із захисту прав працівників; достатньо висока розвиненість зовнішніх атрибутів ідентифікації досліджуваних підприємств; нечіткість, нелогічність та недосконалість у формуванні філософії, місії і стратегії; відсутність практики складання звітності із соціальної відповідальності; достатньо забезпечена матеріальна база; низький ступінь культурної інтеграції структурних підрозділів; слабкість зовнішнього зв’язку із споживачами товарів та послуг.

Вивчення та узагальнення наукових підходів до елементів (складових) організаційної культури, дозволило автору сформувати власний підхід до виокремлення взаємопов’язаних підсистем елементів (складових): ціннісна, символічна, нормативна, комунікативно-управлінська, провесно-поведінкова, матеріальна, ідентифікаційна. Виділення провесно-поведінкової складової у відособлену підсистему пояснюємо наступним: хоча й окремі вектори соціальної відповідальності реалізуються іншими підсистемами у вигляді норм, правил, повноважень, але всі вони можуть залишатися такими на папері і не реалізуватися у вигляді процесів.

За результатами анкетування респондентів щодо оцінки якості структурування елементів організаційної культури (рис.2), жоден із елементів не отримав максимальну кількість балів за п’ятибальною шкалою (найменш важливому фактору присвоювався 1 бал, найбільш важливому – 5 балів) – рис. 2:



Рис. 2. Результати оцінки респондентами якості елементів (складових) організаційної культури (за середнім балом)

Найменшою кількістю балів оцінено символічну (2,6), ціннісну (3,2) та матеріальну (3,8) складові, найбільшою – ідентифікаційну (4,5). Результативність та реальність оцінки підтверджено коефіцієнтами конкордації (0,82), кореляції рангів К.Спірмена.

Загальний стан організаційно-методичного забезпечення формування й аналізу культури в системі управління торговельних підприємств відображають підсумки комплексної оцінки опитуваних за п’ятибальною шкалою (табл. 1), коефіцієнт конкордації складає 0,79.

*Таблиця 1*

**Результати комплексної оцінки організаційно-методичного забезпечення формування й аналізу культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Об’єкти оцінки | Суб’єкти інституціонального рівня | | Суб’єкти управлінського рівня | | Суб’єкти професійно-кваліфікаційного  рівня | | Середня оцінка |
| Оцінка | % до кількості опитуваних | Оцінка | % до кількості опитуваних | Оцінка | % до кількості опитуваних |
| Організаційне забезпечення | 4 | 60,00 | 3 | 82,50 | 3 | 77,50 | 3,16 |
| Методичне забезпечення | 3 | 85,00 | 3 | 85,00 | 3 | 87,50 | 3,00 |
| Технічне забезпечення | 5 | 55,00 | 4 | 70,00 | 3 | 92,50 | 3,66 |
| Інформаційне забезпечення | 5 | 60,00 | 4 | 75,00 | 3 | 87,50 | 3,70 |
| Ергономічне забезпечення | 4 | 70,00 | 4 | 57,50 | 3 | 75,00 | 3,55 |
| Фінансове забезпечення | 4 | 70,00 | 3 | 72,50 | 2 | 90,00 | 2,72 |
| Загальна оцінка | | | | | | | *3,30* |

На думку респондентів, загальний стан організаційно-методичного забезпечення формування й аналізу організаційної культури на торговельних підприємствах оцінено як задовільний (3,3 бали). Найбільшу середню оцінку, розраховану як середньозважену, має інформаційне забезпечення (3,7 балів) та технічне забезпечення (3,66 балів), найменшу – фінансове (2,72 бали) та методичне (3,0 бали) забезпечення. Заслуговує на увагу і той факт, що оцінки суб’єктів інституціонального рівня є дещо завищеними порівняно із оцінками суб’єктів управлінського й професійно-кваліфікаційного рівня. На нашу думку, це пояснюється менталітетом та необізнаністю керуючих посадових осіб.

Отже, результати оцінки формування й стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону дають підстави стверджувати про наявність певних позитивних тенденцій до усвідомлення важливості формування культури при відсутності відповідного організаційно-методичного забезпечення й недостатності фінансування заходів на її розвиток.

У третьому розділі «**Науково-практичні рекомендації щодо забезпечення якості організаційної культури в системі управління торговельних підприємств**» реалізовано організаційну функцію з формування й оцінки якості організаційної культури, запропонована й апробована методика оцінки якості елементів культури й розраховано вплив результатів формування культури на загальну результативність діяльності підприємства.

Реалізація організаційної функції досягається шляхом використання регламентації, нормування й інструктування процесу формування й оцінки організаційної культури. У роботі проведено порівняльну характеристику методів за сутністю, метою, суб’єктом формування й формою реалізації.

Ступінь реалізації організаційної функції з формування й оцінки організаційної культури торговельними підприємствами Донецького регіону в цілому оцінено як незадовільний. З метою покращення показника, проведено аналіз існуючої на підприємствах документації й запропоновано власні проекти, а саме: Положення про організаційну культуру, Положення про Департамент з управління та розвитку персоналом, Органіграма організаційної структури Департаменту з управління та розвитку персоналом, Посадова інструкція фахівця з розвитку організаційної культури, Персонограма й Професіограма фахівця з розвитку культури. Розробка й затвердження зазначених документів виступає основою організації процесу формування й оцінки культури.

Запропоновано та апробовано власний варіант методики оцінки якості організаційної культури, який враховує специфіку саме торговельних підприємств; комплексно використовує якісні й кількісні показники; надає можливість оцінки якості організаційної культури в цілому, так і окремих структурних елементів.

Qок = {Qц; Qс; Qн; Qк; Qі; Qм; Qп}, (1)

де: Qок – якість організаційної культури (ОК);

Qц – якість ціннісного прояву ОК;

Qс - якість символічного прояву ОК;

Qн – якість нормативного прояву ОК;

Qк – якість комунікативно-управлінського прояву ОК;

Qі – якість ідентифікаційного прояву ОК;

Qм – якість матеріального прояву ОК;

Qп – якість процесно-поведінкового прояву ОК.

Реалізація кваліметричного методу дозволила побудувати дерево оцінки якості організаційної культури торговельного підприємства, представлене трьома рівнями ієрархії: нульовий рівень – загальний показник оцінки якості організаційної культури; перший рівень - показники властивостей якості культури; другий рівень – сукупність якісних і кількісних показників, що відображають якість окремих властивостей організаційної культури.

В основу побудови математичної моделі покладено кваліметричний підхід. У результаті дослідження оптимізовано перелік показників оцінки якості культури до 47 із 92 показників первісного варіанту методики, та представлено трьома групами:

1) показники, що не вимагають модифікації:

Ri,j=Pi,j (2),

де: Rij – модифікований показник, Pij – вихідний показник;

2) показники, модифіковані за формулою:

R ij=(Pij-1)/4 (3);

де: I **–** індекс верхнього ярусу графа, знаходиться у діапазоні 1≤I≤7, де 7 – кількість основних елементів якості ОК; J **–** індекс нижнього ярусу графа.

Залежно від того, якій гілці із семи вищезгаданих належить індекс, змінюється верхня межа. У загальному вигляді 1≤J≤11, J=max{кількість показників у кожній із семи гілок}.

3) показники, що вимагають індивідуального підходу (коефіцієнти нормативного забезпечення, плинності кадрів, якісного товару; питома вага пільгової категорії населення у загальній чисельності працівників; питома вага витрат на соціальні програми у чистому прибутку, питома ваги штрафних санкцій (адміністративні та судові витрати) у чистому прибутку).

Результати розрахунку загального показника якості організаційної культури для ТОВ «ТД «Амстор» представлено в табл. 2:

*Таблиця 2*

**Результати розрахунку загального показника якості ОК для ТОВ «ТД Амстор» станом на 01.04.2013р.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Елементи якості ОК | Місця | Сумарний показник, lі | Питома вага, Wi | Проміжні розрахунки  (Li\*Wi) |
|
| Якість ціннісного прояву ОК (Qц) | 5 | 0,65357 | 0,11330 | 0,07405 |
| Якість символічного прояву ОК (Qс) | 7 | 0,82000 | 0,04557 | 0,03736 |
| Якість нормативного прояву ОК (Qн) | 2 | 0,64500 | 0,20320 | 0,13107 |
| Якість комунікативно-управлінського прояву ОК (Qк) | 1 | 0,69773 | 0,23276 | 0,16240 |
| Якість ідентифікаційного прояву ОК (Qі) | 6 | 0,90500 | 0,11207 | 0,10142 |
| Якість матеріального прояву ОК (Qм) | 3 | 0,76667 | 0,17488 | 0,13407 |
| Якість процесно-поведінкового прояву ОК (Qп) | 4 | 0,78438 | 0,11823 | 0,09273 |
| Вихідний коефіцієнт Qок\* |  | | | 73,31% |

Отже, якість організаційної культури ТОВ «ТД «Амстор» станом на 01.07.2013р. складає 73,31%. При цьому якість окремих елементів культури коливається від 64,5% (якість нормативного прояву) до 90,5% (якість ідентифікаційного прояву).

Аналогічні розрахунки були здійснені і для інших досліджуваних підприємств. При цьому якість організаційної культури знаходиться у діапазоні від 49 до 73%.

Зростання показника якості організаційної культури на ТОВ «ТД «Амстор» за досліджуваний період (з 01.01.2011 по 01.07.2013рр.) на 18,3% пов’язано із проведенням коригуючих заходів щодо існуючої на підприємстві культури та впровадженням практичних розробок дисертанта.

Для досліджуваних торговельних підприємств виявлено систему рівнянь, що описують динаміку якості організаційної культури у часі і неявний вплив якості культури на загальну результативність діяльності підприємства: якість організаційної культури по часовому ряду; залежність рентабельності трудових витрат, продуктивності, рентабельності продажу від якості культури. Переважна більшість рівнянь регресії описуються або лінійною, або квадратичною функцією. Неможливість в окремих випадках встановити регресійну залежність через велику середню помилку апроксимації; низький  пояснюється значним кореляційним шумом (суттєвим впливом інших параметрів, зовнішніх обставин) і незначною кількістю досліджуваних крапок. Доведено, що при 24%<ОК<85% віддача від збільшення якості культури буде найсуттєвішою (табл. 3).

*Таблиця 3*

**Узагальнена інформація за результатами дослідження еластичності залежності загальної результативності діяльності підприємства від якості організаційної культури**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Підпри-ємства | Показник і функція |  |  | Еу |
| ТОВ «ТД «Амстор» | 1. | 0,9247 | 2,0501 | \* |
| 2. | 0,9957 | 2,071 | | Е | >1, 24<ОК<85 |
| 3. | 0,9245 | 1,3277 | | Е | <1, 0≤ОК≤100 |
| 4. | 0,9951 | 2,93 | | Е | >1, 22<ОК<94 |
| Концерн «Сарепта» | 1. | 0,9605 | 0,6052 | \* |
| 2. | 0,9747 | 12,99 | | Е | >1, 21<ОК<62.7,ОК>64.3 |
| 3. | 0.9746 | 1.686 | | Е | >1, 18<ОК<61, ОК>69 |
| 4. | 0.9791 | 10.764 | | Е | >1, 21<ОК<63.8, К>65.5 |
| Будівельний гіпермаркет «Praktiker» | 1. | 0.9963 | 0.7871 | \* |
| 2. | 0.9989 | 8.2729 | | Е | >1, ОК>15 |
| 3. | 0.9821 | 2.8565 | | Е | >1, OК>10.5 |
| 4. | 0.9829 | 7.4473 | | Е | >1, OК>27 |
| Мережа спортивних магазинів «Спорт-мастер» | 1. | 0.9722 | 0.6749 | \* |
| 2. | 0.8928 | 14.2427 | | Е | >1, OК>17 |
| 3. | 0.7768 | 1.6899 | | Е | <1, 0≤ОК≤100 |
| 4. | 0.7959 | 2.8726 | | Е | <1, OК>9.5 |
| Торговель-на мережа «Велика кишеня» | 1. | 0,8091 | 2.4362 | \* |
| 2. | 0.8387 | *42.3311* | \*\* |
| 3. | 0.8391 | 1.8701 | | Е | <1, 0≤ОК≤100 |
| 4. | 0,8414 | 2,9867 | | Е | >1, OК>43,6 |
| Мережа супермар-кетів «Наш край» | 1. | 0.9036 | 1.884 | \* |
| 2. | 0.9305 | *23.3203* | \*\* |
| 3. | 0.8093 | 4.3314 | | Е | >1, OК>14 |
| 4. | 0.8167 | 10.5135 | | Е | >1, OК>15 |
| Мережа виномар-кетів «Поляна» | 1. | 0.8532 | 3.3993 | \* |
| 2. | 0.875 | *13.5949* | \*\* |
| 3.+ | *0.6558* | 4.9812 | \*\*\* |
| 4. | 0.8114 | 5.9505 | | Е | >1, 14<ОК<34, ОК>39 |
| Компанія «Епіцентр К» | 1. | 0.9071 | 0.4621 | \* |
| 2. | 0.8735 | 1.0209 | | Е | >1, OК>17 |
| 3. | 0.8797 | 0.5577 | | Е | >1, OК>25 |
| 4. | 0.9445 | 1.5119 | | Е | >1, OК>24 |
| Національна мережа про-дуктових магазинів «АТБ» | 1. | 0.9617 | 3.3423 | \* |
| 2. | 0.9568 | 8.6954 | | Е | >1, 17<ОК<70, ОК>95 |
| 3. | *0.2423* | 9.3105 | \*\*\* |
| 4. | *0.2725* | 6.8134 | \*\*\* |

*Продовження табл. 3*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Підпри-ємства | Показник і функція |  |  | Еу |
| ТОВ «Кулінар-сервіс» | 1. | 0.8756 | 0,2904 | \* |
| 2. | *0,2904* | *1034* | \*\*\* |
| 3. | *0,708* | 1,8675 | \*\*\* |
| 4. | *0,755* | *25,6527* | \*\*\* |

Примітки: 1) У стовпчику «Показник і функція» рівняння № 1 відображає залежність якості ОК по часовому ряду, № 2 - залежність рентабельності трудових витрат від якості ОК, № 3 - залежність продуктивності праці від якості ОК, № 4 - залежність рентабельності продажу від якості ОК. 2) \* - не має економічного сенсу. 3) \*\* Велика середня помилка апроксимації.(було порівняно вісім типів регресій). Неможливо встановити регресійну залежність, великий кореляційний шум. Тому дослідження еластичності недоречне. 4) \*\*\* - Низький , рівняння регресії не виявлено (було порівняно вісім типів регресій).

За запропонованим автором підходом побудовано: 1) систему з чотирьох рівнянь парних регресій виду *ŷ=f(x)* з окремо описаним часовим рядом. Неспроможність прогнозу на ti ділянці позбавляє зміст тільки регресію організаційної культури по часовому ряду, а за допомогою трьох рівнянь по показниках можна розрахувати їхнє значення з поточним значенням якості культури; 2) парну регресію якості ОК на часовому ряді з можливістю визначення прогнозованих показників загальної результативності діяльності підприємства.

**ВИСНОВКИ**

У дисертаційній роботі теоретично обґрунтовано та запропоновано розв’язання актуального науково-прикладного завдання, сутність якого полягає в комплексній розробці теоретичних основ, методичних положень і науково-практичних рекомендацій з вдосконалення процесу формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств. Основні висновки, отримані за результатами дослідження, мають наступне трактування:

1. Визнання організаційної культури як соціально-економічного феномену потребувало дослідження генезису та еволюції наукової думки щодо культури, проведення лексико-семантичного аналізу категорії. Це дало змогу сформувати авторське визначення і встановити місце культури в контексті сучасної парадигми управління через виокремлення передумов формування і розвитку неокласичної концепції організаційної культури; ознак сучасної парадигми менеджменту; феноменологічних властивостей культури; факторів впливу і тенденцій розвитку феномену національної організаційної культури.

2. Виокремлені принципи організаційної культури у розрізі структурно-елементної, функціонально-цільової, організаційно-комунікативної груп сприятимуть реалізації стратегічних цілей і пріоритетів розвитку підприємства, орієнтованих на організаційну культуру відповідно до сучасних вимог. Введено у науковий обіг у якості соціально-економічної категорії поняття «якість організаційної культури», сутність якого формують ознаки (властивості) елементів системи організаційної культури.

3. Системне дослідження дозволило візуалізувати концептуальну модель організаційної культури в системі управління торговельних підприємств. З метою упорядкування теоретико-методологічної основи дослідження, охарактеризовано структурні елементи (суб’єкт, об’єкти і параметри якості, процес, комунікативний блок, теоретико-методологічний базис концепції, забезпечення), встановлено їх зв'язок. Запропонована SOFP-модель організаційної культури в системі управління підприємством демонструє вплив суб’єкта формування культури на інституціональному, управлінському й професійно-кваліфікаційному рівнях на об’єкт через послідовне виконання етапів процесу формування культури.

4. Встановлені та охарактеризовані вектори організації формування організаційної культури, що сприятиме оптимізації процесу формування культури торговельними підприємствами. Класифікація за змістом та природою виникнення причин й проявів опору впровадженню організаційної культури на торговельних підприємствах допоможе суб’єкту формування культури визначитися із мотиваційними заходами їх подолання. Охарактеризовано суб’єктивні перешкоди щодо формування елементів організаційної культури та запропоновано методи їх подолання.

5. Доведено, що у межах реалізації методик формування й оцінки організаційної культури використовується доволі широкий методичний інструментарій із домінуванням соціологічних та неформалізованих методів. Оцінка саме якості культури здійснюється у межах методик, які використовують кваліметричні методи дослідження та ґрунтуються переважно на якісних показниках. Розкриття можливостей, переваг та недоліків існуючих підходів дозволили автору аргументувати підстави для формування власної комплексної методики оцінки якості організаційної культури.

6. Результати оцінки формування й стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону дають підстави стверджувати про наявність певних позитивних тенденцій до усвідомлення важливості формування культури, однак причиною її формальності у більшості випадків є нерозуміння/ відсутність відповідного організаційно-методичного забезпечення й недостатність фінансування заходів на її розвиток. Результати анкетування й опитування респондентів різних рівнів управління дали змогу встановити основні проблеми процесу організації формування й оцінки елементів організаційної культури та запропонувати шляхи їх усунення, а саме: недостатність уваги до формування власного інтелектуального потенціалу; відсутність (або формальність) чітко визначеної соціально-орієнтованої політики; наявність реальних підстав для інноваційного розвитку; відсутність централізованих секторів із захисту прав працівників; достатньо висока розвиненість зовнішніх атрибутів ідентифікації підприємств; нечіткість, нелогічність та недосконалість у формуванні філософії, місії і стратегії; відсутність практики складання звітності із соціальної відповідальності; достатньо забезпечена матеріальна база; низький ступінь культурної інтеграції структурних підрозділів; слабкість зовнішнього зв’язку із споживачами товарів та послуг.

7. Розкрито специфіку реалізації організаційної функції з формування й оцінки якості організаційної культури торговельних підприємств шляхом використання регламентації, нормування й інструктування. Проведено порівняльну характеристику методів за сутністю, метою, суб’єктом формування й формою реалізації. З метою підвищення ступеня реалізації організаційної функції, проаналізовано існуючу на підприємствах документацію й розроблено низку внутрішньофірмових положень з формування й оцінки якості організаційної культури, які пройшли апробацію та схвалення торговельними підприємствами Донецького регіону.

8. Запропоновано й апробовано власний варіант методики оцінки якості елементів організаційної культури, який, на відміну від вже існуючих, враховує специфіку торговельних підприємств, комплексно використовує якісні й кількісні показники, надає можливість оцінки якості культури в цілому і за окремими структурними елементами. Автоматизація автором методики у середовищі програми Excel дозволяє досягти абсолютної прозорості й наочності у побудові і демонстрації формул, гнучкість моделі, знизити вплив людського фактору на отримання невірних результатів оцінки, не вимагає знань прикладного програмування, не потребує програмної оболонки з компілятором для корегування формул.

9. Виявлено систему рівнянь, що описують динаміку якості організаційної культури у часі і неявний вплив на загальну результативність діяльності підприємства. Їх застосування надає змогу зробити прогноз у короткостроковій перспективі й визначити залежність якості культури по часовому ряду, залежність рентабельності трудових витрат, продажу продуктивності праці від якості організаційної культури. Аргументовано, що при 24%<ОК<85% віддача від збільшення якості культури буде найсуттєвішою.

Результати проведеного дослідження дозволяють удосконалити процес формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств, що дає змогу підвищити загальну результативність діяльності підприємства.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

***Статті у провідних наукових фахових виданнях України:***

1. Гладкий М.О. Моделювання методики оцінки якості елементів організаційної культури торговельного підприємства/ М.О.Гладкий// Вісник ДонНУЕТ, 2013. – № 4(60). – С.59-72.
2. Гладкий М.О. Реалізація організаційної функції з формування й оцінки якості організаційної культури торговельних підприємств/ М.О.Гладкий// Вісник Дніпропетровського університету. – Серія «Економіка». – № 4. - Випуск 7(3). Т.21.- 2013. – С.111-120.
3. Гладкий М.О. Перешкоди щодо формування елементів організаційної культури торговельних підприємств та методи їх подолання/ М.О.Гладкий// Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ «Економічні науки». – 2014. – C. 203–209.
4. Гладкий М. Концепція формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств/ М.Гладкий// Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3 (280) – С. 129–136.
5. Шубін О.О. Організаційна культура як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління/ О.О.Шубін, М.О.Гладкий// Проблеми економіки[[1]](#footnote-1): Наук. журнал ХНЕУ. – Харків: ВД Інжек,– 2013. –№ 3. - С.239-246. *Особистий внесок здобувача:* *досліджено когнітивне наповнення категорії «організаційна культура» та виокремлено три групи поглядів до аспектного розкриття досліджуваної категорії. Встановлено роль і місце організаційної культури як соціально-економічного феномену в контексті сучасної парадигми управління. – 0,3 д.а.*
6. Бакунов О.О. Оцінка тенденцій формування й стану організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону/ О. Бакунов, М. Гладкий // [Науковий вісник Одеського національного економічного університету](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=EJ000120), - 2014. - № 3. - С. 54-59.

*Особистий внесок здобувача:обґрунтовано емпіричну базу, інструментарій та проведено комплексну оцінку організаційно-методичного забезпечення формування й аналізу культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону. – 0,3 д.а.*.

***Опубліковано за матеріалами конференцій:***

1. Гладкий Н.А. Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия/ Н.А.Гладкий// Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития, 2012: материалы междунар. научно-практ. конф.; Сборник научных трудов SWorld. – Вып.3, Том 23. – Одесса: КУПРИНЕНКО, 2012. – С.18-22.
2. Гладкий Н.А. Роль корпоративной культуры в обеспечении эффектвного управления и перехода к устойчивому развитию компании/ Н.А.Гладкий// Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте 2012: материалы междунар. научно-практ. конф.; Сборник научных трудов SWorld. – Вып.2, Том 10. – Одесса: КУПРИНЕНКО, 2012. – С.70-71.
3. Гладкий М.О. Контент-аналіз кодексів корпоративної етики торговельних підприємств Донецького регіону: шляхи удосконалення/ М.О.Гладкий// Стратегія розвитку світової економіки в умовах глобалізації; матер. міжнар.наук.-практ. конференції; 27-28 грудня; Черкаси:ЧДТУ – 2013 – С.45-47.
4. Гладкий М.О. Систематизація принципів як основної методологічної бази у дослідженні феномену організаційної культури/ М.О.Гладкий// Бізнес і умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси; матер.міжнар.наук.-практ. Інтернет-конференції, 15-17 травня 2013; Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – С.72-74.

**АНОТАЦІЯ**

**Гладкий М.О. Формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Донецьк, 2014.

Дисертаційна робота присвячена вирішенню актуальних теоретичних проблем, дослідженню методичних та практичних аспектів формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств.

У роботі досліджено організаційну культуру як соціально-економічний феномен і встановити місце культури в контексті сучасної парадигми управління. Виокремлено основні принципи формування системи організаційної культури підприємства, її елементи та якісні характеристики. Обґрунтовано концептуальні основи формування організаційної культури в системі управління торговельних підприємств; обґрунтовано інструментарій і технологію оцінки якості організаційної культури підприємства. Досліджено організацію формування елементів культури підприємства й розкрито специфіку реалізації організаційної функції з формування й оцінки якості організаційної культури торговельних підприємств. Проаналізовано тенденції формування та стан організаційно-методичного забезпечення культури в системі управління торговельних підприємств Донецького регіону. Запропоновано методику оцінки якості елементів організаційної культури підприємства на основі кваліметричного підходу; визначено вплив якості організаційної культури на загальну результативність діяльності підприємства.

***Ключові слова:*** організаційна культура, система управління, торговельне підприємство, організація, культура підприємства, кваліметричний підхід, результативність діяльності підприємства.

**АННОТАЦИЯ**

**Гладкий Н.А. Формирование организационной культуры в системе управления торговых предприятий. - Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 - экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). - Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Донецк, 2014.

Диссертационная работа посвящена решению актуальных теоретических проблем, исследованию методических и практических аспектов формирования организационной культуры в системе управления торговых предприятий.

На основе теоретических исследований генезиса и эволюции научной мысли, проведен лексико-семантический анализ категории «организационная культура», что выступило основой формирования авторского определения и признания организационной культуры в качестве социально-экономического феномена. Установлено место культуры в контексте современной парадигмы управления. Выделены принципы организационной культуры в разрезе структурно-элементной, функционально-целевой и организационно-коммуникативной групп. Введено в научный оборот в качестве социально-экономической категории понятие «качество организационной культуры», сущность которого формируют признаки (свойства) элементов системы организационной культуры. На основе системного похода сформирована концептуальная модель организационной культуры в системе управления торговыми предприятиями и определены ёё структурные элементы, установлена их связь. Предложенная SOFP-модель организационной культуры отражает влияние субъекта формирования культуры на институциональном, управленческом и профессионально-квалификационном уровнях на объект посредством последовательного выполнения этапов процесса формирования культуры. Установлены основные векторы организации формирования культуры. Классифицированы по содержанию и природе возникновения причины и проявления отпора внедрению культуры на торговых предприятиях. Результаты оценки формирования и состояния организационно-методического обеспечения культуры в системе управления торговых предприятий Донецкого региона дают основания утверждать о наличии положительных тенденций к осознанию важности культуры при отсутствии соответствующего организационно-методического обеспечения и недостаточности финансирования мероприятий на ее развитие. Степень реализации организационной функции по формированию и оценке качества культуры путём использования регламентации, нормирования и инструктажа торговыми предприятиями Донецкого региона оценена как неудовлетворенная, с целью улучшения данного показателя разработан ряд внутрифирменных документов. Предложено использовать методику оценки качества организационной культуры на основе квалиметрического подхода, учитывающую специфику торговых предприятий, комплексно использующую качественные и количественные показатели, дающую возможность оценки качества культуры как в целом, так и отдельных структурных элементов. Установлено, что качество организационной культуры на исследуемых предприятиях находится в диапазоне от 49 до 73%. Выявлена система уравнений, описывающих динамику качества культуры во времени и неявное влияние на общую результативность деятельности предприятия. Аргументировано, что при 24%<ОК<85% отдача от увеличения качества культуры будет наиболее существенной. Результаты проведенного исследования позволяют усовершенствовать процесс формирования организационной культуры в системе управления торговых предприятий, что дает возможность повысить общую результативность деятельности предприятия.

***Ключевые слова:*** организационная культура, система управления, торговое предприятие, организация, культура предприятия, квалиметрический подход, результативность деятельности предприятия.

**SUMMARY**

**Gladkyy M.O. Forming Organizational Culture in the System of Management of Trade Businesses.- Manuscript.**

Dissertation for candidate degree in economics in specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (according to types of economic activity).- Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhaylo Tugan-Baranovskyy, Donetsk, 2014.

The dissertation work is dedicated to solving the actual theoretical problems, examining methodical and practical aspects of forming organizational culture in the system of management of trade businesses.

The work has researched organizational culture as social-economic phenomenon and determined the place of the culture within the context of present paradigm of management. The basic principles of forming the system of organizational culture of a business, its elements and qualitative characteristics have been singled out. Concept fundamentals of forming organizational culture in the system of management of trade businesses have been grounded, instruments and technology of quality assessment of organizational culture of a business have been substantiated. Organization of forming elements of the culture of a business has been studied as well as specificity of realizing organizational function in forming and assessing quality of organizational culture of trade businesses has been revealed. Trends of forming and state of organizational and methodical support of culture in the system of management of trade businesses in Donetsk region have been analyzed. Methods of quality assessment of elements of organizational culture of a business on a basis of qualimetric approach have been proposed; influence of organizational culture quality on overall effectiveness of a business has been determined.

***Key words****:* organizational culture, system of management. Trade business, organization, culture of a business, qualimetric approach, effectiveness of a business.

Підписано до друку 18.11.2014 р. Формат 60×84/16. Папір офсетний.

Друк - ризографія. Ум. друк. арк. 0,9. Тираж 100 прим. Зам. № 725

Донецький національний університет економіки

і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Редакційно-видавничий відділ ДонНУЕТ

83023, м. Донецьк, вул. Харитонова, 10. Тел.: (062) 297-60-50

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3470 від 28.04.2009 р.

1. *Входить до реферативної наукометричної бази даних Index Copernicus* [↑](#footnote-ref-1)