

УДК. 330

DOI: 10.31673/2415-8089.2022.038285

Насад Н.В., к.е.н.,

Таш Ф., магістр

Державний університет телекомунікацій

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто необхідність вдосконалення організаційно-економічного механізму діяльності підприємства, визначені ключові характеристики даного поняття, проаналізовано необхідність впровадження в діяльність підприємства корпоративної культури. Наведено зміни в поведінці працівників при внесенні змін в корпоративну культуру підприємства. Розглянуто результат діяльності керівництва, щодо впровадження та вдосконалення корпоративної культури на підприємстві. Обґрунтовано значимість постійного вдосконалення та залучення до слідування принципам корпоративної культури працівників для досягнення цілей підприємства та конкурентоспроможності на ринку.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, управління підприємством, управлінська діяльність, корпоративна культура, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Забезпечення ефективного організаційно-економічного механізму діяльності на підприємстві може допомогти у вирішенні ряду стратегічних проблем економіки та підсилити конкурентну боротьбу серед виробників. Створення і функціонування ефективного організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємства набуває ще більшої актуальності. Для досягнення цілей підприємства необхідно вдосконалювати корпоративну культуру підприємства, так як саме працівники підприємства виступають важливим елементом і гарантом забезпечення високого рівня прибутковості і ефективної діяльності організації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблему формування та системою управління змінами організаційного розвитку та корпоративною культурою досліджували такі зарубіжні автори, як: Р. Дафт, Р. Кантер, Д. Т. Кернс, А. Компі, К. Левін, Б. Мільнер, Д. А. Недлер, Т. Д. Пітерс, Р. Х. Уотерман. Серед вітчизняних, які зробили значний внесок у дослідження проблем розвитку корпоративної культури, такі: О. Амоша, І. Булеєв, О. Віханський, А. Воронкова, О. Грішнова, А. Доронін, В. Дубяга, В. Зубенко, О. Мартякова, Г. Назарова, Г. Хаєт. У працях цих науковців розкрито сутність організаційної культури, наведено різні типології та підходи до оцінки і змін організаційної культури.

Не дивлячись на те що велика кількість науковців досліджує організаційно-економічний механізм діяльності підприємства та корпоративну культуру, залишається невирішеними питання й потребують подальшого дослідження, зокрема це стосується потреби в розробці та постійному вдосконаленні, запровадженні корпоративної культури діяльності підприємства.

Метою статті є обґрунтування необхідності удосконалення організаційно-економічного механізму управління розвитком корпоративної культури на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Організаційно-економічний механізм управління відіграє важливу роль у забезпеченні раціональної господарської діяльності підприємства, забезпеченні потреб споживачів у якісних товарах та послугах. Завдяки злагодженому формуванню організаційно-економічного механізму підприємству вдається досягти цілей у ринковому середовищі та надати власникам бажаний ефект. Для з'ясування сутності

організаційно-економічного механізму управління підприємством розглянемо існуючі підходи до трактування цього терміну різними вченими. Так, Довгань Л.С. та Дудукало Г.О. [1, с. 3] організаційно-економічний механізм управління підприємством розглядають як сукупність чинників організаційного та економічного характеру, спрямованих на виконання відповідних управлінських функцій з підтримки економічних і організаційних параметрів системи управління підприємством, для сприяння формуванню і посиленню організаційно-економічних передумов зміцнення конкурентних позицій та загальної ефективності діяльності підприємства.

Організаційно-економічному механізму управління на підприємстві потрібно відводити досить важливу роль, оскільки його успішне функціонування дозволить забезпечити як ефективну діяльність, так і забезпечити подолання кризових явищ у внутрішньому чи зовнішньому середовищі підприємства. Інші дослідники у складі Ілляшенко Н.С. і Росохата А.С. організаційно-економічний механізм управління підприємством пропонують називати сукупністю організаційних та економічних параметрів діяльності підприємства, які впливають на його організаційно-економічну систему управління для активізації існуючих і прихованих можливостей його розвитку та ефективного функціонування у ринковому середовищі на основі ефективного використання інформаційних потоків [2]. Досить цікаве визначення організаційно-економічного механізму управління підприємством дає Савіна С.С., під яким слід вважати складну систему, до якої входять підсистеми планування і прогнозування розвитку підприємства, організації, мотивації та інформаційного забезпечення діяльності [8, с. 164]. Організаційно-економічний механізм управління при цьому є одним із елементів господарського механізму підприємства, представленого системою організаційних та економічних методів узгодження та взаємодії в управлінській діяльності процесів організаційного, виробничого, фінансово-економічного характеру для сприяння росту конкурентних переваг та індикаторів ефективної діяльності підприємства в цілому. Можна побачити, що згадане визначення орієнтує на необхідність врахування в організаційно-економічному механізмі управлінських функцій, тобто існує необхідність його ототожнення з управлінням діяльністю підприємства. З одного боку, таке визначення може мати місце, але з іншого – організаційно-економічний механізм повинен входити в управління діяльністю підприємства і бути в його підпорядкуванні, а не знаходитись на одному рівні. Організаційно-економічний механізм знаходиться в основі управління підприємством і підпорядковується загальним управлінським напрямкам розвитку господарювання і його паралельне існування не можливе.

Задля досягнення конкурентоспроможності підприємства необхідні не тільки економічні заходи, потрібно інвестувати в трудові ресурси на підприємстві, а це потребує впровадження, розвитку та вдосконалення корпоративної культури. Питання вдосконалення системи формування корпоративного духу та організаційної культури є актуальним для більшості підприємств на ринку України, оскільки дані елементи системи управління визначають унікальність та індивідуальність підприємства, що при розумному та акцентованому використанні може бути його конкурентною перевагою, яке стане бажаним робочим місцем для робітників. Для того, щоб витримати конкуренцію, підприємствам доводиться відповідно змінювати власну корпоративну культуру, структуру та інші складові [4; 23]. Не достатньо розробити принципи корпоративної культури, потрібно неухильно слідувати принципам та нормам корпоративної культури даного підприємства. Так як Україна тримає вектор на західні країни, потрібно змінювати, розширювати та урізноманітнювати, в першу чергу гендерні та національні заходи. Ще одним не менш вагомим рушієм змін є використання інформаційних технологій, а також поширення та модернізація комп'ютерної мережі. Швидкі зміни у сфері інформаційних технологій зумовлюють потребу до таких же швидких змін на підприємстві. Формування корпоративної культури потребує розробки особливого механізму, а саме інструменту, «який поєднує внутрішні можливості формування організаційної культури із зовнішніми чинниками» [7]. Слід виокремити функції при удосконаленні корпоративної культури: планування,

моделювання, реалізаційну, адаптивну та інтеграційну.

Процес формування та удосконалення корпоративної культури підприємства доцільно розглянути як комплекс із трьох взаємодоповнюючих видів діяльності:

- а) реальна оцінка існуючого стану корпоративної культури на підприємстві, її вплив на мотивацію та продуктивність праці працівників підприємств, залежність конкурентоспроможності підприємства на результатів діяльності в цілому;
- б) вдосконалення вже існуючої корпоративної культури на підприємстві;
- в) оцінка ефективності заходів, направлених на вдосконалення корпоративної культури.

Слід врахувати що зміни щодо вдосконалення корпоративної культури на підприємстві мають внести зміни в поведінку працівників, яку можна поділити на дві групи:

- а) природні – зміни шляхом еволюціонування під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища;
- б) свідомі – зміни, внесені керівництвом або впливовою групою колективу. Зміни можуть бути: частковими або радикальними; еволюційними або революційними; стратегічними або тактичними; адаптивними або примусовими; проактивними або реактивними; поворотними або безповоротними; насильницькими або добровільними [6].

Зовнішнє середовище підприємства складають окремі люди, групи або установи, котрі надають їй ресурси, мають вплив на прийняття рішень усередині підприємства. Головними причинами змін є внутрішні зміни, вони визначаються особливостями підприємства. Зовнішні, в свою чергу, можуть уповільнити або прискорити внутрішньо-системні процеси [8].

Щоб бути конкурентоспроможними, досягати цілей підприємства, ефективно функціонувати на ринку підприємству постійно потрібно впроваджувати нововведення, коригувати процеси діяльності підприємства, це також стосується і корпоративної культури. В подібних випадках застосовують спосіб трансляції, тобто передачі керівником основних цінностей, норм та характеру поведінки своїм працівникам. Є три основні канали такої трансляції: особистий приклад керівника; інформування та роз'яснення працівникам особливостей змін корпоративної культури; робота з персоналом задля розробки обґрунтованих коректив щодо окремих складових культури підприємства. Важливим фактором успішності впровадження змін є правильний підбір мотиваційної політики підприємства [4]. Як результат діяльності керівництва щодо впровадження та вдосконалення корпоративної культури на підприємстві може бути:

1. корпоративна культура буде ефективною та принесе бажаний результат, коли зусилля керівництва та підлеглих збігаються.
2. Зміни у поведінці без змін в корпоративній культурі. Це відбудеться у разі, коли колектив самостійно сформує норми та правила, а керівництво не буде у цьому задіяне.
3. Зміни в корпоративній культурі без змін у поведінці. Даний сценарій можливий, коли керівництво вносить зміни в уставлені норми поведінки та не отримує підтримку від колективу.

Таким чином, ефективне та цілеспрямоване використання корпоративного духу та окремих елементів організаційної культури як інструменту управління організаційною поведінкою трудовому ресурсу підприємства дає можливість реалізувати потенціал працівників як єдиного колективу. Ключову роль у цьому багато в чому відіграє початковий вибір підходу до формування корпоративної культури, який має бути ґрунтовним, спланованим та адаптованим до існуючих умов.

Висновки. Отже, для ефективного функціонування підприємства та досягнення цілей необхідно значну увагу приділяти саме корпоративній культурі підприємства, як один із видів організаційно-економічного механізму діяльності підприємства. Правильно організована будь-яка діяльність у разі використання організаційних, економічних, правових аспектів забезпечить швидкий та ефективний розвиток, внаслідок чого кожен наступний отриманий прибуток буде поштовхом до розширення діяльності поєднано з новими інноваційними засадами.

Список використаної літератури

1. Довгань Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством. URL: <http://ruh.znaimo.com.ua/index-27522.html>
2. Ілляшенко Н.С. Формування організаційно-економічного механізму прогнозування перспективних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3737>.
3. Каліна І.І. Організаційно-економічний механізм ефективного управління машинобудівним підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2011 № 9 (123). С. 130–134.
4. Овчаренко М. І. Методичне забезпечення оцінки стану корпоративної культури промислових підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. №2. С. 130-141.
5. Полозова Т.В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості. [URL http://librar.org.ua/sections_load.php?s=business_economic_science&id=6558.
6. Ставська С.М. Маркетингова складова механізму впровадження інновацій. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2010. С. 190-196.

REFERENCES

1. Dovgan L.E. (2012). Formation of the organizational and economic mechanism of effective enterprise management. URL: <http://ruh.znaimo.com.ua/index-27522.html>
2. Ilyashenko N.S. (2015). Formation of an organizational and economic mechanism for forecasting prospective directions of innovative development of an industrial enterprise. *Efficient economy*. No. 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3737>.
3. Kalina I.I. (2011). Organizational and economic mechanism of effective management of a machine-building enterprise. *Actual problems of the economy*. No. 9 (123). P. 130–134.
4. Ovcharenko M. I. (2013). Methodological support for assessing the state of corporate culture of industrial enterprises. *Marketing and innovation management*. No. 2. P. 130-141.
5. Polozova T.V. (2022). The essence of the organizational and economic mechanism of the functioning of industrial enterprises. [URL http://librar.org.ua/sections_load.php?s=business_economic_science&id=6558.
6. Stavska S.M. (2010). The marketing component of the innovation implementation mechanism. *Economic bulletin of NTUU „KPI”*. P. 190-196.

NASAD NEONILA, TASH FIKRIDJAN. ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE. *The article considers the need to improve the organizational and economic mechanism of the company's activity, defines the key characteristics of this concept, and analyzes the need to introduce corporate culture into the company's activities. Changes in the behavior of employees when making changes to the corporate culture of the enterprise are given. The results of the management's activities regarding the implementation and improvement of corporate culture at the enterprise are considered. The importance of continuous improvement and involvement in following the principles of corporate culture of employees in order to achieve the company's goals and competitiveness in the market is substantiated.*

Keywords: *organizational and economic mechanism, enterprise management, managerial activity, corporate culture, competitiveness.*