

необхідно спиратися на принцип Паретто (20% зусиль можуть дати 80% результату), а це означає, що потрібно обирати пріоритетні завдання і посилено працювати над їхнім вирішенням [2]. Враховуючи типізацію самого процесу реінжинірингу, важливо чітко встановити міру участі кожного з учасників процесу, розподілення відповідальності з метою досягнення поставлених завдань. В зв'язку із чим, під час реалізації реінжинірингових процедур слід неухильно дотримуватись виконання функцій управління – організування, планування, мотивації, контролю та діагностики.

Оптимальні моделі реінжинірингу можуть бути використані підприємствами для організації бізнесу (виробництва, логістики, збуту, управління фінансами та персоналом), а також для впровадження інформаційних технологій як інструменту їх підтримки. Всі програми логістичного реінжинірингу об'єднують чотири загальні властивості. По перше, мета полягає в підвищенні рівня інтеграції деяких або всіх аспектів розглянутої діяльності.

Аналітичними підставами інтеграції є принципи системного аналізу. По друге, дуже важливим елементом реорганізації є критичне порівняння наявної системи з кращими зразками галузевої практики і сприйняття передового досвіду. По третє, для досягнення потрібного ефекту інтеграції варто провести декомпозицію відповідних видів діяльності. Для цього необхідно налагодити оцінку ефективності та витрат за видами діяльності. Нарешті, реінжиніринг припускає постійну роботу над підвищенням якості [1].

Використані джерела

1. Кривов'язюк І.В. Зарубіжний досвід реалізації бізнес-процесів на підприємстві. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2011. Випуск 1. С.191-204.
2. Давиденко В.В. Реінжиніринг бізнес-процесів – шлях до становлення вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] . Проблеми системного підходу в економіці. К. : НАУ, 2011. № 1.
3. Fan Luo. Business Process Re-engineering in the SMEs: Critical Success Factors Perspective of an Emerging Economy / Luo Fan, Md. Salah Uddin Rajib, Md. Shariful Alam // *International Journal of Contemporary Business Studies*. 2012. Vol. 3, No. 7. PP. 6-18.
4. Timane R. Business Process Reengineering URL: <http://www.rajeshtimane.com/222/academics/bpr-business-process-reengineering.html>.
5. Timane, Rajesh, Business Process Reengineering (BPR) to Business Model Reengineering (BMR) (December 27, 2012). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2194107> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2194107>

Корпак Роман

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: д.е.н., професор, професор кафедри

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із важливих ресурсів, який здатний створити гнучку, адаптивну і ефективну виробничу систему, є організаційна культура підприємства. Варто відмітити, що сьогодні в Україні має місце перетворення організаційної культури з одиничного явища до масового. Такі перетворення набувають ознак добре скоординованої та пріоритетної стратегії діяльності, яка стає найбільш значимою поряд з такими факторами як виробничі потужності, технології, персонал.

Аналіз різноманітних підходів до розуміння сутності організаційної культури дозволяє виділити такі її елементи, як цінності, місія і філософія компанії; легенди, ритуали, символи; норми, процедури, правила і критерії; стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд [1].

Надзвичайно складним питанням у теорії та практиці формування організаційної культури залишається можливість оцінювання впливу організаційної культури на діяльність підприємства. Варто зазначити, що не існує єдиної методики оцінювання культури підприємства. Твердження науковців суперечать один одному у підходах та методах її діагностики, роблять наголос на тому чи іншому аспекті культури. Роль апарату управління підприємства у питанні формування та розвитку культури, ініціації глибоких змін системи цінностей також мають істотний вплив на визначення цілей оцінки, а отже і її методів.

У більшості підходів щодо оцінки організаційної культури розрізняють її інтенсивність як високого, середнього та низького рівнів. Отже, рівень культури відображає розбіжність в інтенсивності прояву тих чи інших структурних елементів організаційної культури. Можна стверджувати, що основою комплексного дослідження організаційної культури є дослідження стану самих її структурних елементів [2].

Науковці К. Камертон та Р. Куїнн запропонували оцінювати організаційну культуру за двома напрямками: перший, що характеризує ступінь гнучкості за шкалою (від організаційної багатогранності до організаційної непорушності); другий вимір відрізняє критерії, що підкреслюють внутрішню орієнтацію (інтеграцію та єдність) від критеріїв, що асоціюються із зовнішньою орієнтацією (диференціацією та змагальністю) [3].

Отже, формування організаційної культури не є одноразовою дією, а виступає процесом перевірки та підвищення відповідності культури цінностям, які закладені у її

основу, додержання яких зумовлює довгострокове зростання ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Складність аналітичної оцінки організаційної культури та її впливу на конкурентоспроможність підприємства полягає у проблемі її кількісного виміру, відповідності показників (чинників впливу), які її вимірюють. На основі узагальнення різних поглядів щодо визначення чинників впливу [4; 5], основними показниками (індикаторами), що характеризують стан організаційної культури на підприємстві є: стиль керівництва; рівень централізації влади; ступінь ефективності систем мотивації; професійна підготовка керівників системи кар'єрного просування; рівень компетентності керівників; ступінь залучення робітників до прийняття рішень; імідж лідера.

Потенціал організаційної культури зумовлює ефективність та конкурентоспроможність компанії тільки за умов практичної реалізації системи наступних заходів: забезпечення прозорості та своєчасності інформації; визначення філософії товариства; роз'яснення та усвідомлення значущості культурних та моральних цінностей робітниками; залучення працівників до прийняття рішень; формування програми культурної адаптації персоналу; формування системи заохочення ротації, навчання, підвищення кваліфікації працівників; формування позитивного іміджу організації як у суспільстві, так і серед персоналу; формування системи заохочення творчої діяльності.

Використані джерела:

1. Харчишина О.В. Організаційна культура: суть та місце в сучасній теорії менеджменту URL: <http://eprints.zu.edu.ua/8432/1>.
2. Воронкова А.Е., Баб'як М.М., Коренев Е.Н., Мажура І.В. Корпорації: управління та культура: монографія. Дрогобич: Вимір, 2006. 376 с.
3. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб: Питер, 2001. 320 с.
4. Химич І., Погайдак О. Корпоративна культура – важливий елемент внутрішнього середовища підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2010. Вип. 1 (3). С. 118-123.
5. Назарова Г.В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 240 с.

Костельнюк Оксана

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки та економічної теорії ЗУНУ Шиманська О.П.)