

МОДЕРНІЗОВАНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови функціонування суб'єктів ринкових відносин стимулюють зростання інтересу науковців до культурних аспектів їх розвитку, який зумовлює зрушенням в суспільній свідомості працівників, позитивно впливає на їх цінності, норми поведінки та порядок комунікацій, та в свою чергу, є складником організаційної культури. Розгалуженість теоретичних концепцій, особливо в контексті сучасних аспектів формування та функціонування організаційної культури на підприємстві в основному консолідовано представлено в межах теорій менеджменту. Сучасні наукові дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених доводять безперечну значимість організаційної культури в процесах активізації діяльності підприємств, що забезпечує підвищення їх конкурентоспроможності. Досвід вітчизняних підприємств засвідчує недосконалість існуючої організаційної культури господарювання, яка досі не орієнтована на підвищення активності персоналу, його мотивацію до високопродуктивної роботи, що призводить до зниження ефективності діяльності підприємств в країні [1]. У цьому контексті перспективним завданням слід вважати формування нової або вдосконалення існуючої організаційної культури підприємств шляхом перегляду стимулів до ефективної діяльності, в контексті підтримки корпоративних цінностей, адаптованих до нагальних потреб забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Досліджуючи підходи щодо тлумачення сутності поняття організаційної культури під організаційною культурою підприємства, на нашу думку слід розуміти цінності, переконання, очікування та норми, які пов'язують організацію в єдине ціле і поділяються її працівниками. Вона є необхідною умовою успішної роботи підприємства – це економічний інститут, що зміцнює ринкові позиції підприємства, підвищує привабливість її для інвесторів, виступає для організації ключовою конкурентною перевагою та важливим стратегічним ресурсом. Значна більшість науковців виділяє досить велику кількість різновидів культури підприємства, а саме: бізнес культура, корпоративна культура, соціальна культура підприємства, технологічна культура підприємства, культура знань працівника тощо [2]. Ці різновиди не у повній мірі віддзеркалюють навіть основні властивості, які притаманні організаційним культурам підприємств. Тому необхідно доповнити наявні різновиди культури в організаціях новими групами, що більш повно харак-

теризують різні аспекти цього феномена. Доцільно виокремити такі додаткові групи культури:

- підприємства (технологічна, економічна, корпоративна, професійна, організаційна, упорядкувальна, бізнес-культура, культура якості роботи, виробнича, комерційна);
- сфери діяльності (духовна, праці, політична, соціальна);
- індивідуума (знань, праці, соціально-психологічна, розуміння, мислення, навчання);
- нематеріальна (інформаційна, музична, етнографічна, етнічна, художня).

Виходячи з того, що культура підприємства включає досить багато різновидів, але в даний час відсутні їх структуровані описи, необхідно визначити базові складові організаційної культури підприємства [3].

До основних складових організаційної культури підприємства слід включити культуру: здійснення упорядкування; створення організації; особисту культуру раціональних спільних дій індивідуума; здійснення упорядкування; упорядкованих спільних дій групи осіб.

У складі культури упорядкованої групи осіб доцільно виокремити корпоративну та комерційну культуру. Корпоративна культура описує культуру в середині організації чи будь-якого об'єднання, яка представляє собою мікроклімат для працівників підприємства на рівні керівництва та підрозділів (виробничих, складських тощо), може проявлятися формально (регламентована та описана документально – від стилю одягу до норм поведінки щодо організаційної структури та моделі управління) чи неформально (без письмових правил) на сучасних підприємствах під впливом ряду факторів, одним з яких є науково-технічний прогрес та розвиток економічних відносин; корпоративну культуру можна поділити на культуру керівництва – описує ідеологію, та культуру працівників – формується під впливом чинників, які можуть змінюватися чи інтегруватися та організаційна культура як культура системи або групи індивідуумів – це встановлені групою людей (осіб) специфічні правила і норми упорядкування їхньої поведінки пов'язаних між собою постійними формальними і неформальними зв'язками або визначення порядку поведінки та взаємовідносин з іншими особами, які мають спільну мету діяльності). Комерційна культура виокремлює певні правила і норми поведінки, зокрема між суб'єктами господарювання, між суб'єктом господарювання та дистриб'ютором, між суб'єктами господарювання та кінцевим споживачем товару або послуг для більш ефективної діяльності підприємства з метою максимізації вигоди для всіх учасників процесу, ринкових відносин тощо [4].

Безперечно, можна зазначити, що наявність високого рівня організаційної культури на підприємстві – це запорука продуктивної роботи його працівників та перспективності розвитку підприємницької діяльності. Процвітання підприємства та довготривала життєдіяльність свідчатиме про високий рівень організаційної культури підприємства.

З огляду на це розглянуті різновиди культури взагалі (культура підприємства, сфери діяльності, індивідуума, нематеріальна) та організаційної культури зокрема дозволяють визначити місце і роль специфічних соціально-економічних відносин у межах певного підприємства. Виокремлення нових основних складових організаційної культури підприємства (культура упорядкованих спільних дій, створення організації, упорядкованої групи осіб, здійснення упорядкування, особиста культура раціональних дій індивідуума) дозволяє по-новому орієнтувати спільну діяльність учасників бізнес-процесів. Запропоновані специфічні групи різновидів організаційної культури на підприємстві та надані характеристики складових цих груп дозволяють чітко і точно розуміти динаміку процесі взаємодії суб'єктів діяльності на підприємствах.

Література

1. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства : монографія / Г. М. Захарчин. – Львів : видво НУ «Львівська політехніка», 2009. – 276 с.
2. Кукоба В. П. Упорядкувальний аспект організаційної культури підприємства: сутність, складові, основні атрибути / В. П. Кукоба // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. – Київ : КНЕУ, 2016. – № 39. – С. 20–30.
3. Калініченко Т. І. Теоретичні підходи до тлумачення організаційної культури / Т. І. Калініченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 62–67.
4. Семикіна М. В. Корпоративна культура підприємства як важіль економічного зростання та інноваційного розвитку / М. В. Семикіна // Социально-экономические аспекты промышленной политики : сб. науч. тр. – Донецк, 2007. – С. 120–128.

МУШКА А. С., ФЕДИШИН І. І.

Тернопільський національний економічний університет

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ГРОМАДЯН В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

У кожній країні світу громадяни зобов'язані сплачувати відсоток від своїх доходів до державного бюджету. Кожна країна вдоско-