

УДК331:658.115:621

Драган О. І.

д.е.н., проф.

Національний університет харчових технологій

СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглядаються складові, що формують організаційну культуру в умовах інформаційного комунікативного середовища. Сучасним підприємствам для забезпечення конкурентоспроможності продукції необхідні нові знання, технології, інновації, творчий пошук і креативність працівників. Тому, високоефективна організаційна культура підприємства повинна формуватися у взаємозв'язку з інноваційною культурою, інтелектуальною культурою і культурою особистості.

Ключові слова: організаційна культура, інноваційна культура, інтелектуальна культура, підприємство, інноваційний розвиток.

Постановка проблеми. Одним із чинників розвитку інтелектуально-інноваційного потенціалу підприємства є організаційна культура, вплив якої виявляється у двох основних напрямках: по-перше, вона сприяє створенню позитивного іміджу підприємства у зовнішньому середовищі; по-друге, дає змогу забезпечити сприятливі умови для активізації інноваційної діяльності всередині підприємства. Слід зауважити, що кожній організації притаманна певна культура, незалежно від того, чи були прикладені до її формування свідомі зусилля з боку її керівників. Культура підприємства, що виникла спонтанно, може не містити інноваційної складової, тому формування організаційної культури повинно відбуватися цілеспрямовано, з врахуванням специфіки діяльності підприємства та відповідно до стратегії його розвитку.

Дослідження багатьох спеціалістів переконливо свідчать: серед факторів інноваційного розвитку необхідно враховувати не тільки наявність наукового доробку і матеріальних та фінансових ресурсів, а й рівень організаційної культури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Складність формування організаційної культури зумовлена специфікою внутрішньої, глибинної сутності досліджуваної категорії, різноманітністю факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на її стан і розвиток.

Аналіз наукової літератури з різних напрямів досліджень показав високу зацікавленість науковців щодо феномену «організаційна культура» у галузі педагогіки, психології, філософії, культури, економіки, соціології, управління.

Серед наукових досліджень, присвячених проблемі формування організаційної культури, можна виділити роботи науковців різних шкіл: К. Адамса, М. Армстронга, Е. Брукінг, У. Буковича, Г. Десслера, К. Камерона, Н. Корнеліуса, Р. Коула, Р. Куїнна, Р. Марра, М. Мескона, Е. Нілі, М. Пула, Х. Скарброу, Дж. Стоунхауса, Д. Тана, С. Тейлора, Д. Торрінгтона, Г. Шмідта, Л. Холл та ін. Серед вітчизняних вчених, які здійснювали дослідження з даної проблематики можна назвати: Г. Захарчин, Г.Салімова, А.Долгов, М.Богатирьов, Є. Смірнов, В. Стоянова, О. Радченко, О. Харчишину. Водночас недостатньо висвітленими у науковій літературі залишаються питання, що стосуються складових організаційної культури підприємства (організації) в умовах інформаційного комунікативного середовища, коли суттєво зростає роль забезпечення інтелектуальними та інформаційними ресурсами.

Формулювання цілей. Метою статті є визначення складових формування організаційної культури підприємства (організації) в умовах інформаційного комунікативного середовища.

Виклад основного матеріалу. Сучасний темп оновлення наукового знання, небачене посилення його безпосереднього впливу на соціально-економічний розвиток, перетворення його на основний ресурс розвитку економіки зумовлюють принципово нові вимоги до механізмів застосування цього знання (інновацій) в діяльності підприємств (організацій). У формуванні адекватної відповіді на цей виклик часу ключова роль належить

організаційній культурі. Складовими, що забезпечують її формування, виступають умови, які сприяють високим інвестиціям у людський та фізичний капітал для розвитку інтелектуально-інноваційного мислення.

Реальна практика підтверджує: незадовільний рівень організаційної культури виявляється і в недостатній фаховій підготовці робочої сили, і в стереотипах масової свідомості, які стають нині реальним гальмом при освоєнні новітніх технологій та інновацій, особливо в інформаційній сфері.

Успіхи відомих японських, американських, німецьких компаній у рішенні завдань підвищення продуктивності та якості праці, у розвитку передових технологій та освоєнні нових видів продукції, зміцненню виробничої і трудової дисципліни, забезпечується ефективним механізмом формування організаційної культури.

Україна, проголошуючи курс на утвердження інноваційної моделі розвитку, не може не враховувати вимог сьогодення, що пов'язані з із функціонуванням ринку інтелектуальної продукції, науковими дослідженнями у відповідності до запитів і очікувань суспільства. Розробляються нові технології, відкриваються нові явища, факти, з'являються нові теорії та знання, нові науки. Їх вивчення супроводжується розробкою методологічного інструментарію досліджень. Така інтенсивна розбудова наукового потенціалу впливає на стан організаційної культури, наслідком чого стає винахідництво, раціоналізаторство й освоєння принципово нових технологій пошуку, поширення, трансляції знань у соціально-економічному просторі з метою забезпечення конкурентних переваг підприємств в умовах ринкової економіки.

Сьогодні подолати інноваційну стагнацію лише завдяки інвестиціям неможливо. Виникає потреба в актуалізації використання творчого потенціалу суспільства поряд з фінансовими методами стимулювання інноваційної діяльності. І тому, робить висновок Захарчин Г. М., в умовах сьогодення комерційний успіх (прибутковість) підприємства залежить

насамперед від здатності управлінців забезпечити баланс між творчістю, креативністю та ефективністю [1].

Організаційна культура – це комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та мають своєю метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей [2]. Цінності, що складають організаційну культуру, не просто відповідають на питання, у який спосіб повинні діяти суб'єкти тієї чи іншої системи, але визначають, чого ж конкретно прагне досягти система, щоб потім, на основі визначених пріоритетів, сформулювати конкретні шляхи досягнення цих цілей.

На українському ринку вітчизняні компанії без сформованої організаційної культури програють іноземним із сильною організаційною культурою. А в умовах відкритості нашої економіки та ринку, коли кількість сильних зарубіжних конкурентів невпинно росте, українським підприємствам стратегічно необхідно реорганізувати стару систему управління і формувати власну ефективну організаційну культуру.

Дослідження проведені західними спеціалістами підтверджують, що у період різкого загострення конкуренції на світових ринках, розширення масштабів технічних, технологічних, організаційних та інших нововведень конкурентні переваги отримують ті підприємства, керівництво та працівники яких швидше зможуть критично оцінити стан справ, ліквідувати старі стереотипи у виробництві, розробити стратегію змін своїх організацій, сформувати нові орієнтири діяльності та самовдосконалення. При цьому повинні враховуватися основні постулати сучасних концепцій управління:

- соціальні інновації важливі так само, як і технологічні; капітал потрібно інвестувати не тільки в сучасні технології, але й у підвищення кваліфікації та навчання персоналу;

- координація активності співробітників повинна забезпечуватися через засоби комунікації та взаєморозуміння; проблеми повинні вирішуватися спільними зусиллями колективу; необхідне сприяння корпоративному стилю роботи;

– постійна націленість персоналу на пошук нових, нестандартних рішень поставлених завдань (виробничих, маркетингових, технологічних, організаційних, економічних тощо) [3].

Ці завдання вирішуються у взаємозв'язку організаційної, інноваційної, інтелектуальної культури і культури особистості (рис. 1).

Люди – найцінніший ресурс підприємства, головне джерело продуктивності, який визначає стратегічний успіх підприємства, є основою забезпечення його конкурентоспроможності. Це обумовлює практичне посилення уваги керівників до активізації людського фактора та використання фізичного, психологічного й емоційного потенціалу працівників, їх виконавчих, творчих й організаційних здібностей. Тому на нашу думку, розвиток інноваційної культури базується на нових знаннях, передовому досвіді, інформації, розвитку науково-технічного прогресу, мотивації персоналу до новацій завдяки нормам, правилам реалізації нововведень.

Водночас інтелектуальна культура виявляється у процесі творчої, креативної діяльності й контактуванні з іншими людьми, особливо в критичних, нестандартних умовах. Інтелектуальна культура передбачає формування інтелектуальних умінь і навиків, заснованих на оволодінні основних операцій мислення. Це вміння виділяти завдання, здійснювати активну розумову обробку, які визначають рівень успішності спеціалістів, фахівців і сприяють розвитку культури особистості. На нашу думку, основними складовими інтелектуальної культури є інтелектуальна активність, харизматичність, розумові здібності, емоціональний інтелект, харизматичність, творче мислення і креативність.

Інтелектуальна активність – це здатність людини творити нові знання, нову інформацію з різних галузей діяльності, можливість ефективно й оперативно втілювати створені знання, ноу-хау в життя, тобто виробляти на їхній основі новий, більш якісний продукт, уміло його продавати та належно заробляти на новому товарі, щоб розвиватися далі [6].

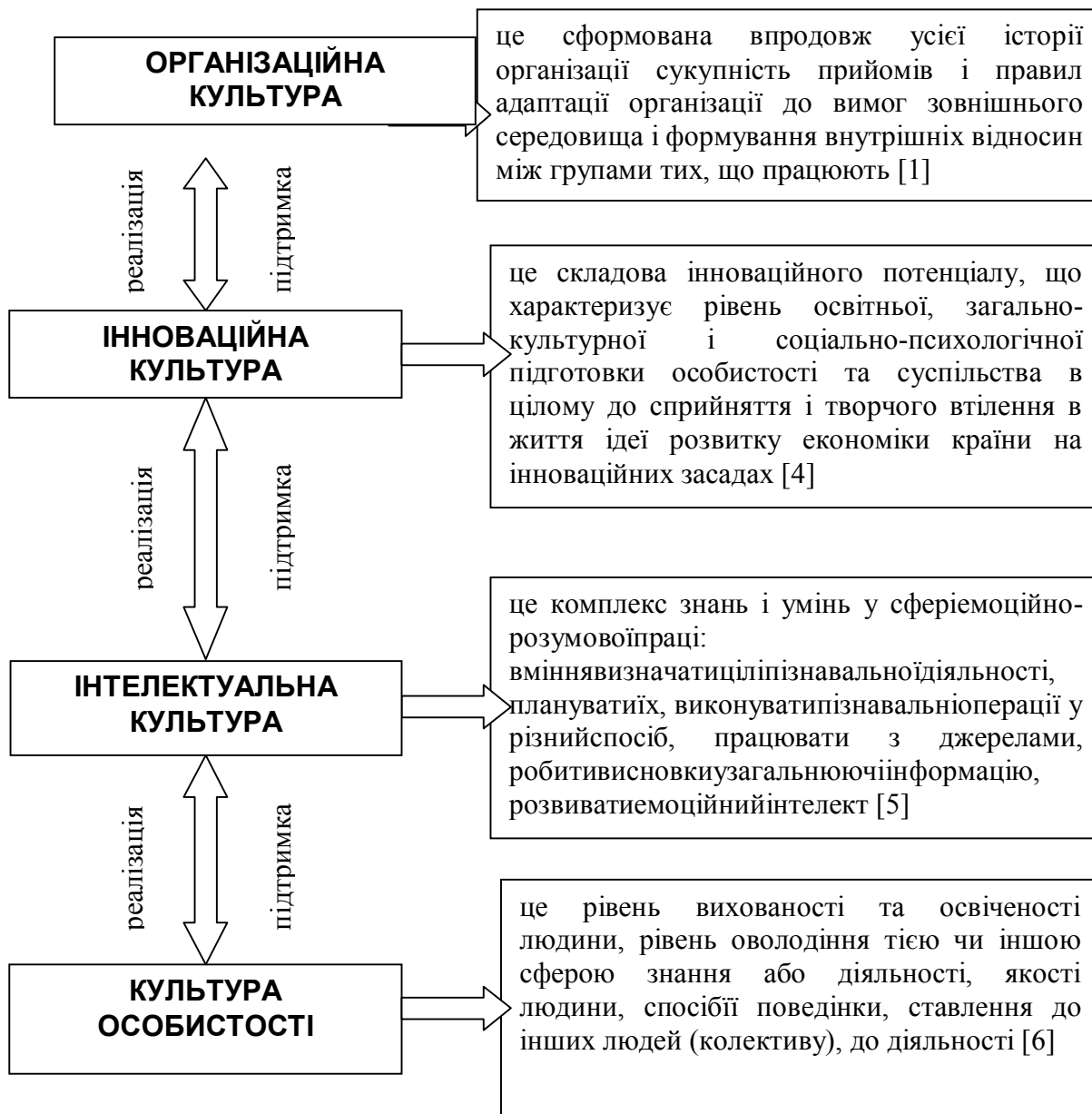


Рис.1. Взаємозв'язок організаційної, інноваційної, інтелектуальної культури та культури особистості

Харизматичність – це сукупність особистих якостей людини, що визначає її здатність подобатись іншим людям і впливати на них [7].

Креативність – це здатність до висування та реалізації принципово нових ідей, які відрізняються від традиційних схем мислення; вміння робити що-небудь по-новому, оригінально, відмовившись від стереотипних способів мислення [7].

Творче мислення – мислення, що дає принципово нове вирішення проблеми, що приводить до нових ідей, відкриттів і рішень. Нова ідея –

завжди новий погляд на взаємозв'язку і взаємозалежності явищ. Нерідко нова ідея виникає на основі нового «зчеплення» раніше відомої інформації. Так, А. Ейнштейн не проводив експериментів, він лише з нового боку осмислював отриману інформацію, заново систематизував її [8]. Нові ідеї виникають на базі певних передумов у загальному розвитку тієї чи іншої галузі знань. Але при цьому завжди необхідний особливий, нестандартний склад розуму дослідника, його інтелектуальна енергія.

Тому складовими організаційної культури повинні бути інноваційна, інтелектуальна культура і культура особистості, представлені на рис. 2.

Культура особистості базується на вихованні, менталітеті, світогляді, які в свою чергу мають підґрунтя – родинно-культурні звичаї, традиції, релігійність тощо.

Велику роль в інтелектуалізації суспільства відграють нові інформаційні технології, які розширюють пізнавальні можливості людини. Нове інформаційне комунікативне середовище відкриває різноманітні можливості збільшення інтелектуального капіталу у соціально-економічному просторі. Характерною рисою інтерактивного інформаційного простору є стрімке зростання книжок, газет та журналів, конференцій, баз і банків даних, представлених на електронних носіях. Отже, в електронній основі сьогодення формується нове інформаційне середовище, в якому створюються принципово інші умови виробництва, поширення, сприйняття й зберігання інформаційних і інтелектуальних ресурсів, частина яких включена до колекцій електронних бібліотек. І ресурси електронних бібліотек поряд з традиційними бібліотеками, архівами, музеями також є вагомим частиною розвитку організаційної культури суспільства.

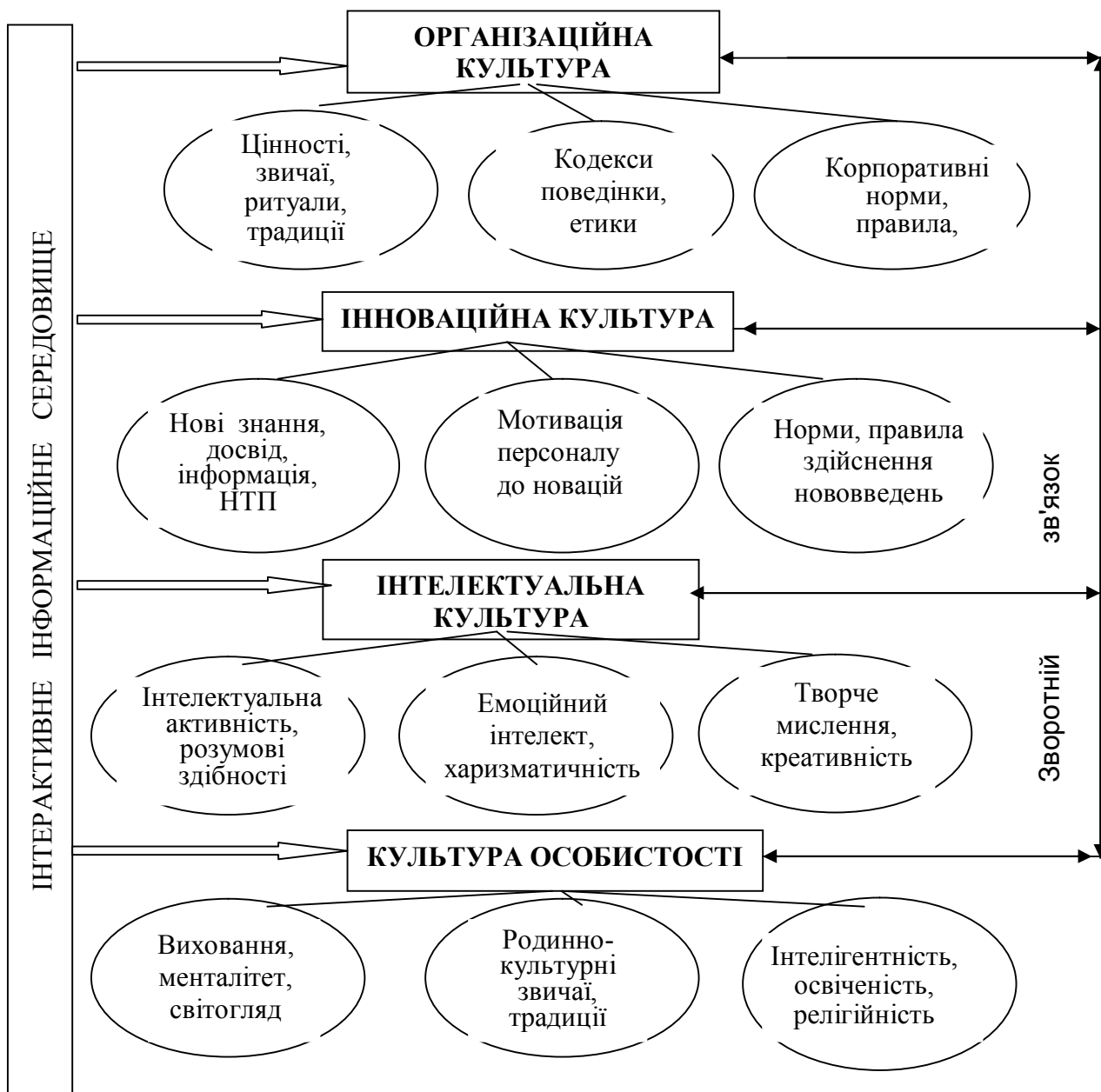


Рис. 2. Складові організаційної культури

Формування організаційної культури сприяє тому, що з першого дня роботи на підприємстві робітник має відчувати атмосферу доброзичливості, раціональності, доцільності у всьому, починаючи з вибору та розташування обладнання, робочих місць, меблів, закінчуючи режимом праці, який включає короткострокові перерви для відновлення психічної і фізичної енергії, що була витрачена за час роботи. Як свідчить світовий досвід, саме на підприємствах з високорозвинутою організаційною культурою створюється атмосфера постійної турботи про працівника завдяки демократичному стилю управління та соціальній і кадровій політиці.

Однією із складових організаційної культури є система мотивації персоналу, яка має враховувати, що кожний працівник – індивідуальність і будь-які дії підлеглих зумовлюються певними потребами. Нові працівники, які приходять на підприємство, мають бути впевнені, що за умов успішної роботи вони зможуть забезпечити собі кар'єрне зростання на підприємстві. Дуже важливо розробити доступні для всіх цілі і засоби їх реалізації. Сьогодні організаційну культуру потрібно формувати з урахуванням трьох критеріїв: впевненість у собі; впевненість у продукті, який виробляє підприємство; впевненість у підприємстві, на якому працює робітник. Для цього керівництву підприємства необхідно забезпечити працівникам безпеку праці, гарантувати надійність, підтримувати мотивацію персоналу тощо.

Висновок. Узагальнюючи вищевикладене, можна зазначити, що організаційна культура включає: формування стійкого позитивного образу – іміджу підприємства, що створює йому відповідну репутацію, загальний культурний і професійний рівень та постійну мотивацію працівників для досягнення економічного результату. Передусім, економічна ефективність підприємства (організації) залежить від результативності і творчої праці її працівників, рівнобічність підготовки «гнучких» співробітників допомагає реагувати на зміни попиту ринку.

Водночас всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей забезпечується з метою збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями.

Таким чином, поняття «організаційна культура» розглядається як складне, багатоаспектне утворення, яке має в своїй основі здатність створювати нові задачі і отримувати нові знання, пов'язане з інноваційною та інтелектуальною культурою підприємства (організації) та культурою особистості.

Сучасні підприємства працюють над покращанням якісних показників виробленої продукції та відводять провідну роль для забезпечення власної конкурентоспроможності. Устаткування та сировина, як правило, є аналогічними практично для всіх конкурентів. Підприємства відрізняються одне від одного «тонкощами» технології і способами організації роботи, але й вони недоступні конкуренту, якщо розробляються на цьому підприємстві й застосовуються для конкретних його умов, а головне, пильно охороняються власним персоналом. Крім того, ці ноу-хау надають реальних конкурентних переваг лише в тому випадку, коли цілком реалізовані в діяльності працівників. Таким чином, для забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідний добір як інноваційних технологій, так і найбільш здібних, креативних працівників. Що вищі резерви людського потенціалу, то більшими професійними знаннями, уміннями, здібностями, навичками володіють працівники, то швидше удосконалюється і продуктивніше використовується матеріальний чинник виробництва для забезпечення конкурентоспроможності продукції і підприємства.

Складовими організаційної культури підприємств (організацій) визначені інноваційна культура, інтелектуальна культура і культура особистості, які націлені на підтримання духу згуртованої команди, яка працює заради спільних стратегічних цілей, для підвищення професійної компетентності працівників, перетворюючи їх у носіїв корпоративних цінностей, що сприяють процесу створення позитивного іміджу підприємства у ринкових умовах.

Список використаної літератури

1. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури на підприємстві /Г.М. Захарчин // Формування ринкової економіки в Україні. –2009. – Вип. 19. –С. 241–248.

2. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: монографія / О. В. Харчишина. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2011. – 290 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – С.66–84.
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: закон України від 16 січня 2003 р. № 433- IV // Офіційний вісник України. – 2003. – №7. – С.5.
5. Бондар М. В. Інтелектуальна культура студентів економічних спеціальностей та умови її формування / М. В. Бондар // Вісник Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького. – 2010. – Вип.136. – Серія «Педагогічні науки». – С.71–75.
6. Ананьев Б. Г. Психологическая структура личности и ее становление в процессе индивидуального развития человека / Б. Г. Ананьев // Психология личности: Хрестоматия. – Самара: Бахрах.– М, 1999. – 544 с.
7. Иноземцев В. Л. Экспансия творчества – вызов экономической эпохе / В. Л. Иноземцев // ПОЛИС. – 1997. – №5. – С.42–46.
8. Український соціум: інтеграція інтелектуального потенціалу / В. К. Врублевський, Ю. М. Канигін, В. П. Ксьонзенко та ін. / Міністерство освіти і науки України; Інститут соціології НАН України; Українське товариство «Інтелект нації» / За ред. В. К. Врублевського. – К.: Інститут соціології НАН України, 2005. – 396 с.
9. Коваленко О. М. Теоретичні, практичні і культурні аспекти інтелектуального капіталу: монографія. / О. М. Коваленко, О. І. Драган. – К.: НАКККіМ, 2013. – 260 с.

ДРАГАН Е. И. СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются составляющие, формирующие организационную культуру в условиях информационной коммуникативной среды. Современным предприятиям для обеспечения конкурентоспособности продукции необходимы новые знания, технологии, инновации, творческий поиск и креативность работников. Поэтому, высокоэффективная организационная культура предприятия должна формироваться во взаимосвязи с инновационной культурой, интеллектуальной культурой и культурой личности.

Ключевые слова: организационная культура, инновационная культура, интеллектуальная культура, предприятие, инновационное развитие.

DRAGAN O. I. COMPONENTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE ENTERPRISE

The article discusses the components that form the organizational culture in the information communication environment. Today's businesses to ensure competitiveness requires new knowledge, technology, innovation, creativity and creative people. Therefore, high performance organizational culture of the enterprise should be established in conjunction with an innovative culture, intellectual culture and cultural identity.

Keywords: organizational culture, innovative culture, intellectual culture, enterprise, innovation development.