

Мацук Марта

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к. е. н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Демків І.О.)

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

«Організаційна культура підприємства – один з факторів конкурентоспроможності підприємства; фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання» [1]. На сьогодні культура підприємства стає все більшою мірою предметом турботи менеджерів усього світу, адже організаційна культура – це складний феномен, який включає в себе норми, принципи, правила, цінності, ідеали, мову, жаргон, історію організації, легенди, образи, символи, метафори, церемонії, ритуали, форми винагород і заохочень.

Поняття «організаційна культура» відображає ступінь організаційного упорядкування процесу виробництва і процесу менеджменту організації, і є тільки одним із елементів культури організації [2].

В умовах глобалізації, розвитку економіки знань і постійної загрози поглиблення фінансової кризи підвищується потреба у використанні таких економічних інструментів, які при порівняно низьких витратах можуть забезпечити суттєве зростання економічної ефективності діяльності підприємства. Одним із таких інструментів є організаційна культура. Поява і розвиток теорії організаційної культури є логічним наслідком розвитку науки менеджменту і суспільної свідомості на фоні глобальних економічних процесів.

Вплив організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства не є прямим, він опосередковується через персонал підприємства, що передбачає формування бажаної поведінки і компетенцій працівників, створення ефективної системи мотивації праці у відповідності до цілей та місії фірми, формування лояльності персоналу. Тільки за таких умов є можливим випуск якісної і конкурентоспроможної продукції, створення успішних брендів, забезпечення чуйного ставлення до клієнтів. Основним акцентом у формуванні організаційної культури є її стратегічне спрямування та направленість на персонал. Саме тому, конкурентоспроможні компанії «характеризуються наявністю у них належної культури і способу мислення; виховують і утримують у себе співробітників, які володіють необхідними компетенціями; домагаються правильної поведінки своїх співробітників» [3].

Суттєвим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства є організаційна культура підприємства, адже завдяки високому рівню організаційної культури підприємство має переваги над конкурентами, оскільки

персонал підприємства в своїх діях притримується узгодженості та послідовності, зацікавлене в ефективній діяльності свого підприємства.

Організаційні цінності, звичаї підприємства підвищують координацію, зацікавленість у спільній діяльності, сприяють самоусвідомленню себе як частини загального результату [4].

Завдяки організаційній культурі посилюється розуміння цінності працівників підприємства, де в центр уваги ставиться особистість, потреби та очікування, визнання необхідності активнішого залучення працівників, довіри до них. Чим сильніша організаційна культура організації, тим менше потрібно приділяти уваги на розвиток формальних правил поведінки, і тим більша ймовірність ефективної діяльності працівників підприємства.

Важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства відіграють матеріальні складові (фірмовий одяг, інтер'єр). Ці складові справляють враження на споживачів продукції підприємства, створюють імідж підприємства, виступають важливими чинниками в конкурентній боротьбі.

Організаційна культура сприяє розвитку організації, підвищує її конкурентоспроможність. Завдяки їй підприємство отримує прибуток не шляхом впровадження інновацій, розширення асортименту продукції, а шляхом використання інтелектуального потенціалу працівників підприємства, узгодження цілей підприємства, створення іміджу підприємства.

Використані джерела

1. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. К. : Академвидав, 2003. 608 с.
2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Под ред Т. Ю. Ковалевой; пер. с англ. 3-е изд. СПб. : Питер, 2007. 336 с.
3. Корпоративна культура : навч. посіб. / за заг. ред. Г. Л. Хаєта. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.
4. Калініченко Т. І. Теоретичні підходи до тлумачення організаційної культури. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2010. № 3. С. 62–67.
5. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія. Нац. ун-т харч. технологій. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 290 с.
6. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури на підприємстві. Формування ринкової економіки в Україні. 2009. № 19. С. 241–248.