

СТАНІСЛАВИК

Олена В'ячеславівна
elenastanislavik@yandex.ru

УДК 338.241.2

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В
ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТО-
СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВАROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN
INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE
ENTERPRISE

КОВАЛЕНКО

Олександр Михайлович
almkov@rambler.ruк.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університетд.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет

Досліджено роль організаційної культури в підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто основні напрями впливу організаційної культури на підвищення конкурентоспроможності. Показано вплив організаційної культури на мотиваційні дії персоналу підприємства та вплив організаційної культури на його компетенцію. Сформульовано основні ознаки, які дають можливість розглядати організаційну культуру як стимулятор інноваційних процесів та як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вироблено послідовність дій щодо використання організаційної культури як стимулятора конкурентоспроможності. Визначено послідовність дій щодо аналізу ефективності впливу організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства.

The role of organization culture in increase of competitiveness of the enterprise is investigated. The main directions of influence of organization culture on competitiveness increase are considered. Influence of organization culture on motivational actions of the personnel of the enterprise and influence of organization culture on competence of the personnel are shown. The main signs which give the possibility to consider organization culture as a stimulator of innovative processes and as a factor of increase of competitiveness of the enterprise are formulated. The sequence of actions for use of organization culture as competitiveness stimulator is developed. The sequence of actions for analysis of efficiency of organization culture influence on competitiveness of the enterprise is determined.

Ключові слова: організаційна культура, конкурентоспроможність підприємства, фактори, мотиви і стимули, мотиваційні дії, персонал підприємства, компетенції персоналу

Keywords: organization culture, competitiveness of the enterprise, factors, motives and incentives, motivational actions, personnel of the enterprise, competences of the personnel

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації економічних процесів забезпечити високий рівень конкурентоспроможності можна завдяки інноваційній моделі розвитку кожного окремого підприємства. Інноваційна модель буде ефективною за умови системного підходу до її формування, який дасть можливість логічно вибудувати певну структуру і взаємозалежності всіх складових інноваційної системи.

Інноваційні процеси підприємств значною мірою зумовлені їхніми внутрішніми можливостями. Організаційна культура є внутрішнім важелем впливу на інноваційний розвиток з акцентуванням уваги на внутрішніх конкурентних перевагах та стратегію

домінування інноваційного фактора в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Оскільки інноваційні процеси впливають на підвищення конкурентоспроможності підприємства і самі по собі переводять нововведення в систему загальнокультурних норм, в результаті чого культурні цінності відтворюються в життєдіяльності суспільства новими поколіннями, то суттєво зростає роль організаційної культури в підвищенні ділової активності підприємства. Завдяки своїй внутрішній силі організаційна культура може зробити успішним та привабливим будь-яке підприємство. У сучасних умовах стрімкої інформатизації культура стає динамічним фактором, який прискорює впровад-

ження нового досвіду в різні сфери суспільно-економічної практики.

У зв'язку з цим є сенс розглядати організаційну культуру як важливий фактор підвищення інноваційної активності підприємства і забезпечення його високої конкурентоспроможності.

Теоретичні та практичні аспекти забезпечення конкурентоспроможністю відображено в працях як закордонних вчених-економістів – І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера, А. Томпсона, Р. Фатхутдінова, так і вітчизняних дослідників – Б. Буркинського, В. Герасимчука, Л. Піддубної І. Решетникової, тощо.

Серед останніх найбільш вагомих наукових досліджень присвячених проблемам підвищення конкурентоспроможності підприємств можна виділити праці А. Воронкової, Н. Тарнавської, Г. Яковлева, К. Латишева, Д. Лук'яненка, В. Пономаренка, І. Сіваченка, Л. Піддубної [1-8].

Однак багато питань в цій сфері залишаються недостатньо вивченими. Необхідні більш обґрунтовані дослідження впливу організаційної культури на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

МЕТА РОБОТИ

Метою роботи є дослідження ролі організаційної культури в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є праці вітчизняних і зарубіжних вчених, а також матеріали періодичних видань. При проведенні дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід.

РЕЗУЛЬТАТИ

В сучасних умовах важливим фактором конкурентоспроможності стає організаційна культура, яка за всіх інших однакових умов може забезпечити підприємству позиції лідера на ринку і здатна тривалий час підтримувати у працівників підприємства прагнення до інноваційної активності.

Фактор організаційної культури домінує у конкурентному змаганні не тільки за ринку збуту, інноваційну привабливість, але й у соціальній сфері, оскільки підприємство є з одного боку роботодавцем, з іншого – платником податків.

Крім того, загальна тенденція всіх змін спрямована на підвищення уваги до особистісних підходів, які необхідно використовувати в регулюванні поведінки людини на підприємстві. Практика заохочення до праці свідчить, що сьогодні людина все більше заглиблюється у свій внутрішній світ, тому мотиви мають виходити із самої природи бажань людини до самовдосконалення, саморозвитку, поцінування своєї особистості. В цьому зв'язку роль організаційної культури є незаперечною, тому

що вона проникає у внутрішній світ кожного працівника.

Отже, розглянемо основні напрями впливу організаційної культури на підвищення конкурентоспроможності, використовуючи існуючі надбання у сфері мотивації праці.

У наукових джерелах підтверджується складність проблеми мотивації і дослідження мотиваційної поведінки людини. Велика мінливість і динамічність особливостей формування мотиваційного механізму залежно від умов, які склалися, внутрішніх і зовнішніх аспектів розвитку людини, вимагають постійного дослідження його аспектів, створення підходів з метою вироблення ефективних способів регулювання поведінки людини.

Відповідно до культурологічного підходу система цінностей розглядається як ключовий елемент для розуміння прагнення підприємства до інноваційної діяльності, до успіху. Структура цінностей може коливатися у широкому діапазоні в контексті організаційної культури як ідеології бізнесу.

Слід відзначити, що мотиваційний механізм персоналу підприємства нічим не відрізняється від механізму будь-якої людини, яка не пов'язана з виробництвом, тому що мотивація як категорія охоплює всі етапи в єдиному ланцюжку – від біологічних основ існування людини до складних форм реалізації її свободи. Мотивація є універсальним механізмом підготовки до вільної активності людини, що надзвичайно важливо з огляду на можливість її самореалізації. Підсистемою мотивації є стимуляція, яка спонукає людину до відповідної активності.

Мотив є внутрішньою спонукою до певної дії, що викликана потребою людини. А під стимулом ми розуміємо той інструмент впливу на людину, який заохочує її до дії. Основна функція стимулу – це активність. Він повинен спонукати людину до виконання конкретної функції. Таким чином, можна сказати, що стимул в своїй активній формі реалізує потенціал людини, потрібно тільки, щоб людина це розуміла й усвідомлювала. Механізм усвідомлення цієї важливої функції стимулу виникає завдяки культурі, її базовим елементам.

Організаційна культура здатна сформувати спільне мотиваційне поле для всіх працівників підприємства, об'єднаних ідеєю якісної праці, яка забезпечує конкурентоспроможність підприємства. Це важливий момент у системі стимулювання, яка повинна враховувати індивідуальні потреби кожного працівника, що відрізняються залежно від його статусу та з інших причин і для задоволення яких слід використовувати диференційовану систему стимулів. Завдяки цінностям організаційної культури вдається структурувати стимули і скерувати мотиваційний вплив в напрямку розвитку потреби працювати на підвищення конкурентоспроможності підприємства. На рис. 1 зображено схему впливу організаційної культури на мотиваційні дії персоналу підприємства.

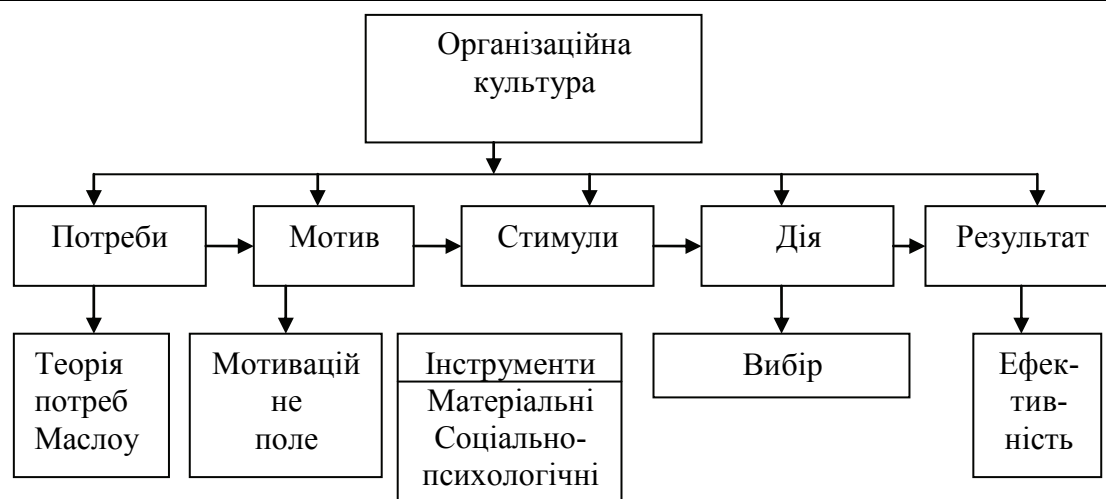


Рис. 1. Вплив організаційної культури на мотиваційні дії персоналу підприємства

[розроблено авторами]

Сформулюємо основні ознаки, які дають можливість розглядати організаційну культуру як стимулятор інноваційних процесів та як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.

До таких ознак належать:

1) риси організаційної культури, які сприяють успіху підприємства (заохочення ініціативи та креативності, вміння приймати рішення в умовах дефіциту інформації, сприяння в самореалізації персоналу, поєднання гнучкості та жорсткості в управлінні);

2) елементи організаційної культури, на основі яких можна створювати мотиваційне поле для підвищення конкурентоспроможності підприємства. В переліку цих елементів важливими є: усталені стереотипи поведінки, норми поведінки, домінуючі цінності, філософія підприємства, психологічний клімат;

3) вплив організаційної культури на підвищення конкурентоспроможності відбувається через її функції, оскільки вони передають саму суть загальної концепції інноваційного розвитку. За допомогою функцій (креативна, змістовна, мотиваційна, системоутворювальна) організаційна культура одночасно впливає на структуру підприємства, процес та поведінку персоналу;

4) оскільки в самій сутності організаційної культури закладено елемент творчості як якісну ознаку, то вона потенційно здатна підтримувати інноваційну активність підприємства і його конкурентоспроможність.

5) основою організаційної культури є цінності. Система цінностей як один з елементів організаційної культури впливає на поведінкову політику всіх працівників підприємства, бо відображає його філософію. І якщо у цій філософії базовими принципами є прагнення до удосконалення, креативності і гнучкості, то підприємство перебуватиме в стані пошуку шляхів підвищення

конкурентоспроможності й активного функціонування на ринку. В умовах інтелектуалізації суспільства провідним фактором стають знання, які набувають особливої цінності та спонукають персонал до пошуку нових ідей, розвитку інноваційного мислення.

Завдяки організаційній культурі і, зокрема, інноваційній культурі, до інноваційного процесу залучаються всі працівники підприємства та творчі особистості ззовні. Таким чином, організаційна культура спрямовує дії людини на покращання якості праці, що є основою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Організаційна культура – це середовище, в якому взаємодіють елементи підприємства і відбуваються основні організаційні процеси. Отже, вона може визначати моделі поведінки та мислення всіх учасників ринкового процесу.

Організаційна культура пов'язана з людським капіталом через систему відносин і поведінкових характеристик. Наявність креативного компонента в системі поведінкових характеристик організаційної культури є вагомим спонукою до інноваційного розвитку.

Організаційна культура стимулює інноваційний стиль мислення, наслідком якого буде інноваційний продукт. І залежно від того, наскільки вона є сильною й привабливою для персоналу, настільки вона і сприяє його мотивації. Отже, організаційна культура через мотиваційний важіль здатна змінити стандартне інертне мислення, полегшуючи опір інноваціям та системним змінам.

Організаційна культура як мотиваційний фактор найкраще проявляється в системі управління персоналом і, зокрема, в підсистемі управління мотивацією поведінки персоналу конкретизуються її потенційні можливості. Загальні принципи мотивації діють за різних соціокультурних обставин та умов. Важливо, щоб працівники усвідомлювали

взаємозв'язок своїх дій та вчинків із системою винагород чи санкцій. Отже, у працівників буде спрацьовувати стереотип сприйняття і розуміння поведінки на основі прийнятих на підприємстві цінностей, що впливатиме на відношення до праці.

Організаційна культура на підприємстві може пізнаватися через функціонуючу мотиваційну підсистему в системі управління персоналом завдяки системі нагород чи привілеїв, які здебільшого пов'язані з певними стандартами і нормами поведінки. Принципи побудови системи стимулювання та її основне спрямування повинні підтримувати саме ту поведінку та відношення до праці, в яких найповніше проявляється зміст організаційної культури.

Повинна мати соціальне спрямування кадрова політика, завдяки чому підвищується статус організаційної культури, а основним завданням в управлінні персоналом стає максимальне інвестування у розвиток людського капіталу та соціальний розвиток. Тобто в цьому випадку маємо прямий та зворотний зв'язок між організаційною культурою, системою управління персоналом і підсистемою стимулювання, прийнятою на підприємстві. Завдяки тісній взаємодії за допомогою принципу синергетики на підприємстві можна буде досягти бажаного ефекту, необхідного для підвищення конкурентоспроможності.

Система мотивації повинна спиратися на індивідуальний підхід до кожного працівника, підбираючи свою шкалу стимулів, які б заохочували до якісної праці і стимулювали винахідництво, творчість, активність у поєднанні із відповідальністю за якісну працю.

Необхідно виробити послідовність дій щодо використання організаційної культури як стимулятора конкурентоспроможності. Для цього необхідно:

- 1) згрупувати цінності, які є спільними для всіх категорій працівників підприємства і які можуть слугувати мотиваторами;
- 2) оцінити їх як реальний інструментарій впливу на персонал;
- 3) виділити основні та другорядні;
- 4) починати впроваджувати їх у щоденне життя підприємства
- 5) формувати ту організаційну поведінку, яка відповідає задекларованим цінностям;
- 6) формувати професійну культуру на основі категорій відповідальності та компетенції.

Саме на ці риси вказується у вимогах стандарту ISO 9001:2000, в якому підкреслюється, що персонал повинен бути компетентним, тобто мати відповідний рівень освіти, яка відповідає роду діяльності, професійну підготовку, кваліфікацію та досвід. Сукупність перелічених ознак компетентності має документально підтверджуватися, а підприємство повинно вживати всіх заходів для постійного розвитку персоналу.

До критеріїв, за допомогою яких можна перевірити, наскільки організаційна культура виконує свою роль, належать: покращання якості науково-дослідних досліджень, які доповнюються кількісними параметрами: подані рацпропозиції, патенти, нові розробки тощо; зростання продуктивності праці; покращання якісного складу персоналу підприємства; зростання доходів працівників тощо.

Вплив організаційної культури на компетенцію персоналу зображено на рис. 2.



Рис 2. Вплив організаційної культури на компетенцію персоналу [розроблено авторами]

Внутрішня мотивація організаційної культури проявляється у тому, що вона розвиває у працівників підприємства почуття співпереживання за спільну справу, гордості за спільні здобутки, відповідальності та розвиває вміння поєднувати особистісний інтерес із корпоративним. Зовнішній характер мотивації організаційної культури проявляється у розширенні соціального пакета, який надається працівникам підприємства і може проявлятися у різних формах.

Наявність на підприємстві працівників високого рівня компетенції не завжди є гарантією ефективного виконання ними своїх функцій у напрямку підвищення конкурентоспроможності. Висока ефективність досягається тоді, коли кожний працівник усвідомлює, що від його внеску залежить успіх загальної справи і це розуміння повинно розвивати в ньому прагнення трудитися з максимальною віддачею і бажанням творчо підходити до виконання своїх функцій і самовдосконалення. Така ситуація можлива за умови панування на підприємстві інноваційного духу, загальної доброзичливої атмосфери і високої відповідальності всього персоналу. Щодо відповідальності, то це важливе питання відображено в стандарті ISO 9001:2000. Зокрема, в п'ятому розділі стандарту викладено вимоги, що ставляться до відповідальності вищого керівництва. Зміст цих вимог відповідає сутності організаційної культури, оскільки йдеться про підтримання на підприємстві чесних взаємовідносин і створення сприятливої для творчості атмосфери.

Незважаючи на визнання важливості організаційної культури як стимулятора інноваційних процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємства, прикладною проблемою є оцінка ефективності її внеску. Зазначена проблема поки що в наукових працях недостатньо висвітлена, однак на основі здійснених узагальнень можна виділити підходи, необхідні для її вирішення.

Для того, щоби визначити наскільки спонукальна сила організаційної культури є важливою, необхідно:

1) використати експертний метод опитування працівників підприємства з метою виявлення мотивів, які можуть активізувати якісну роботу на підприємстві;

2) класифікувати сукупність мотивів на економічні та соціальні;

3) вибрати параметри, які дають змогу визначити силу мотивації, та запропонувати базисну шкалу для їхньої оцінки. Надалі необхідно використовувати методичні підходи, які пропонує наука кваліметрія, для оцінки мотиваційної сили організаційної культури. Ця послідовність повинна закінчуватися формуванням мотиваційного ядра, в якому мотиви потрапляють у категорію «сильної дії», «слабкої дії», «нейтральної дії».

Систематизація мотивів дасть змогу проаналізувати ефективність впливу організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства.

ВИСНОВКИ

Досліджено роль організаційної культури в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Показано вплив організаційної культури на мотиваційні дії персоналу підприємства. Сформульовано основні ознаки, які дають можливість розглядати організаційну культуру як стимулятор інноваційних процесів та як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Організаційна культура спрямовує дії людини на покращання якості праці, що є основою підвищення конкурентоспроможності підприємства і може визначати моделі поведінки та мислення всіх учасників ринкового процесу. Вона через мотиваційний важіль здатна змінити стандартне інертне мислення, полегшуючи опір інноваціям та системним змінам. Організаційна культура, презентуючи систему цінностей та особистісно-орієнтованих методів управління, стимулює інноваційний стиль мислення, наслідком якого буде інноваційний продукт. Як мотиваційний фактор організаційна культура найкраще проявляється в загальній системі управління персоналом і, зокрема, в підсистемі управління мотивацією поведінки персоналу, де конкретизуються її потенційні можливості. Важливо, щоб працівники усвідомлювали взаємозв'язок своїх дій та вчинків із системою винагород чи санкцій. Принципи побудови системи стимулювання повинні підтримувати саме ту поведінку та відношення до праці, в яких найповніше проявляється зміст організаційної культури.

Показано вплив організаційної культури на компетенцію персоналу. Встановлено, що висока ефективність праці досягається тоді, коли кожний працівник усвідомлює, що від його внеску залежить успіх загальної справи.

Вироблено послідовність дій щодо використання організаційної культури як стимулятора конкурентоспроможності. Визначено послідовність дій щодо аналізу ефективності впливу організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства.

Список використаних джерел

1. Воронкова А.Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: [Монографія] / А.Е. Воронкова, Н.Г. Калюжна, В.І. Отенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 512 с.

2. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [Монографія] / Наталія Петрівна Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

3. Яковлев Г.И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: теория и практика (на материалах работы предприятий промышленности): дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / Геннадий Иванович Яковлев. – Самара, 2007. – 310 с.

4. Латишев К.О. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції автобудівного підприємства: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Донецьк, 2013. – 210 с.

5. Лук'яненко Д.Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: [Монографія] / За заг. ред.

Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручника: У 2-х т. – К.: КНЕУ, 2006. – 816 с., 592 с.

6. Пономаренко В.С. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [Підручник] / В.С. Пономаренко, Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328 с.

7. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Кредитно-модульний курс: [Навч. посіб.] / За ред. І.Ю.

Сіваченка, Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. 3-тє вид. – К.: ЦУЛ, 2010. – 312 с.

8. Пономаренко В.С. Конкурентоспроможність як імператив функціонування та розвитку сучасних економічних систем. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: Монографія / В.С. Пономаренко, Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 264 с.