

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Важливою умовою ефективного розвитку вітчизняних підприємств є пошук результативних методів управлінського впливу на персонал. Одним із важливих інструментів такого впливу є формування та розвиток організаційної культури. Завдання менеджера полягає не лише у плануванні та організації роботи, але й у конкретних діях щодо сприяння її виконанню працівниками і спонуканню їх до досягнення цілей організації.

Підприємство являє собою систему, яка складається з низки взаємопов'язаних підсистем, включаючи організаційну. Люди, з яких, власне, складаються організаційні системи, керуються певними цінностями. Визначимо організаційну культуру як концентрацію створених на підприємстві або запозичених цінностей, норм, поглядів та ідей, які в той чи інший спосіб утворюють стандарти поведінки співробітників. Згодом вони набувають певних форм передачі соціального досвіду та пізнаються завдяки символам, сприяють гармонізації колективних та індивідуальних інтересів, мобілізуючи потенціал найманих працівників на досягнення підприємницьких цілей.

Необхідно виважено підходити до питання формування організаційної культури. Якість організаційної культури підприємства визначається її спроможністю забезпечити дієвість персоналу та рівнем сприяння загальної ефективності управління компанією. Відправним кроком впровадження організаційної культури є чітке розуміння специфіки підприємства, оскільки саме врахування таких специфічних ознак при побудові (або реорганізації) системи організаційної культури на підприємстві забезпечує її подальшу дієвість та загальну ефективність. Напрямими формування організаційної культури на підприємствах визнано: розміри бізнесу підприємства (за обсягами бізнесу та за сегментацією діяльності); організаційну структуру та галузеву специфіку підприємства.

Обсяги бізнесу підприємства визначають обсяги процедур та документального забезпечення організаційної культури, її різноманітність та специфіку. Так, для великих підприємств характерні велика численність працівників та значні обсяги бізнес-процесів, що ставить в актуальну площину необхідність виокремлення спеціального підрозділу, який обіймається питаннями управління організаційною культурою та, загалом, впровадження потужної системи організаційної культури. З іншого боку для малих підприємств можуть бути притаманні великий спектр компонентів організаційної культури поряд із незначними їх обсягами. У такому випадку, необхідно передбачати відповідну організацію організаційної культури з встановленням додаткових вимог до професійної компетенції фахівців по персоналу. Система організаційної культури повинна бути адаптованою до організаційної структури підприємства і спрямована на забезпечення вимог системи управління.

Унікальність організаційної культури полягає в тому, що вона є досягненням системи внутрішніх ціннісних установок і правил, які панують на підприємстві. Ці цінності знаходять своє втілення у символах, легендах, героях, девізах, церемоніях тощо. До завдання менеджерів, зацікавлених у прогресивному розвитку підприємства, входить розвиток всіх складових організаційної культури для формування команди у трудовому колективі з високими моральними якостями.

Традиції – це певні звички працівників. Так, для підприємства може бути традицією, проводячи людину на пенсію, дарувати різні подарунки на пам'ять, спільне святкування днів народження, ювілеїв тощо. Керівники повинні знати традиції, що склалися на підприємстві, і підтримувати їх. Крім того, традиції не шкодять підприємству, а навпаки, розвивають командний дух, лояльність працівників до підприємства, уособлення себе із підприємством.

Символ – для більшості підприємств це товарний знак (марка), що виражає сутність виробничої діяльності або корпоративних цінностей підприємства, яка відрізняє його від інших виробників-конкурентів.

Легенда – це своєрідні PR-ходи, підтверджені чи непідтверджені документально історії, що описують певні цінності, «цінну» поведінку та сприяють формуванню позитивного іміджу підприємства.

Герой підприємства – це особа – працівник, який є прикладом і доказом того, що робота на підприємстві може бути успішною. Професійні досягнення героїв – це те, чого повинні прагнути інші працівники – це зразок того, як потрібно поводитись у різних ситуаціях, працюючи на підприємстві.

Гасло – це фраза, яка в короткому вислові і доступній формі висвітлює сутність ключового критерію цінностей підприємства.

Ритуали та церемонії – це спеціально заплановані заходи, що проводяться для всього трудового колективу і допомагають підвищити лояльність персоналу до підприємства та додають ваги підприємству у спілкуванні з потенційними партнерами, постачальниками, споживачами.

До складових організаційної культури відносяться також такі атрибути, як фірмовий знак, фірмовий стиль, прапор, нагороди, які символізують пануючі цінності. Тож наведені засоби впливу створюють (за їх майстерного використання) важливі позаекономічні передумови підвищення ефективності діяльності підприємства завдяки повнішій реалізації співробітниками їх сил та здібностей.

Організаційна культура формується завдяки й таким елементам, як зовнішній вигляд, одяг та презентація співробітниками себе на робочих місцях. Ділова респектабельність символізує серйозне ставлення до справи та прагнення довести це до відома підлеглих, клієнтів та партнерів. Формування організаційної культури сприяє тому, що з першого дня роботи на підприємстві працівник 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 високорозвиненою організаційною культурою створюється атмосфера постійної турботи про працівника завдяки демократичному стилю управління та соціальній і кадровій політиці.

Організаційна культура організації існує з моменту заснування організації, тому головна роль у формуванні принципів діяльності та цінностей, прийнятих у компанії, належить її засновникам. Ці цінності закладені на початковому етапі розвитку компанії, іноді з часом можуть трансформуватися, втім, зазвичай саме під них у подальшому підбирається персонал.

Досвід успішних міжнародних корпорацій доводить важливість сильної організаційної культури, яка сприяє згуртованості колективу, формуванню відчуття належності до організації, об'єднанню працівників навколо досягнення цілей організації. Причетність до вирішення складних, інколи життєво-важливих завдань суттєво підвищує самооцінку працівників.

Слід зазначити, що потенціал організаційної культури зумовлює ефективність та конкурентоспроможність підприємства тільки за умов практичної реалізації системи наступних заходів: забезпечення прозорості та своєчасності інформації; визначення філософії організації; роз'яснення та усвідомлення значущості культурних та моральних цінностей персоналом; 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.

Отже завдяки ефективно діючій організаційній культурі підприємства зможуть перебудувати свою як внутрішню так і зовнішню політику, що допоможе їм ефективно реагувати на будь-які прояви ринкового середовища, бути лідером на ринку, мати високу конкурентоспроможність.