

Олена Харчишина,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування
Житомирський державний університет ім. І. Франка, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ

Суть концепції організаційної культури полягає у визнанні важливої ролі так званих «м'яких» факторів управління, більшість з яких не мають матеріальної форми і справляють опосередкований вплив на результати економічної діяльності суб'єктів господарювання. Дослідники вказують на наявність цілої низки передумов розвитку концепції організаційної культури, суть яких зводиться до появи важливих змін у сучасній парадигмі менеджменту та виняткового значення організаційної культури для забезпечення сталого розвитку підприємств [2, с.64-65; 4, с.77-79].

Концепція організаційної культури спростовує поширену тезу про те, що людина завжди діє раціонально, керуючись тільки інтересами власної вигоди. Насправді морально-етичні аспекти поведінки індивіда (в т. ч. трудової поведінки) є надзвичайно важливими. Причинами успішного соціально-економічного розвитку країн Європейського союзу, Японії, США є наповнення праці глибоким морально-етичним змістом. Ставлення до праці як суспільного обов'язку, отримання задоволення від праці, відповідальне ставлення до споживачів і зовнішнього середовища є не тільки характеристиками ментальності чи результатом релігійного виховання пересічного європейця, але й необхідними умовами досягнення високих результатів роботи. На необхідності використання високих етичних стандартів в організації праці наголошують не тільки духовні лідери (наприклад, Павло Іоанн II), на цьому базисі ґрунтується один із сучасних наукових напрямів у менеджменті – праксеологія [1]. Відповідальне ставлення персоналу до результатів праці і таке ж відповідальне ставлення роботодавців до потреб і умов праці найманого

персоналу є не просто вимогами часу, а важливою складовою світогляду цивілізованої людини і необхідною умовою ефективної роботи підприємства в умовах турбулентного середовища.

Інтерес до організаційної культури як об'єкта управління і важливого фактора забезпечення ефективності і конкурентоспроможності підприємства виник в процесі формування нової парадигми менеджменту, основними положеннями якої є: 1) успіх організації залежить не тільки від ринкової позиції і наявності ресурсів, визначальною є роль людського фактору; 2) організація розглядається як відкрита динамічна система, основу якої складають спільні цінності індивідів; 3) зміщуються головні акценти у системі управління: з точки зору сучасного менеджменту ціль виконує вторинну роль у порівнянні із цінностями, а організація розглядається як самостійне культурне утворення; 4) необхідність постійної адаптації організації до умов турбулентного зовнішнього середовища зменшує значення постійного жорсткого контролю, вимагає змін у підходах до управління персоналом і акцентує увагу на самоменеджменті і саморозвитку індивіда, формуванні і поширенні знань, комплексному використанні нормативно-ціннісного, системного і ситуаційного підходів в управлінні; 5) посилення конкуренції вимагає від підприємств здійснювати діяльність з урахуванням довгострокової перспективи, тобто на основі принципів стратегічного управління; 6) перенасичення ринку товарами, посилення тенденції швидкого морального старіння товару вимагає широкого використання в процесі управління принципів маркетингу; 7) зміни у суспільному світогляді сприяють підвищенню ролі морально-етичних цінностей в усіх сферах життєдіяльності людини, внаслідок чого сформувалась і набула широкого розвитку концепція соціальної відповідальності бізнесу.

Формування таких орієнтирів в епоху глобалізації та перенасичення ринку є цілком зрозумілим, адже сьогодні реальну перевагу можна одержати не стільки за рахунок ринкових факторів, скільки за рахунок нематеріальних активів та неринкових факторів конкуренції, які уособлюються в бренді, іміджі

компанії і передбачають цілеспрямований вплив на формування організаційної культури фірми. Отже, організаційна культура є результатом закономірного розвитку менеджменту як науки, важливою складовою його сучасної парадигми.

Усі складові сучасної парадигми менеджменту об'єднані спільною ідеєю: забезпечення виживання організації в довгостроковому періоді за рахунок ефективного використання людських ресурсів, формування і вдосконалення знань, стимулювання творчості та інновацій, адже «в умовах сучасного ринку потрібне блискавичне реагування персоналу на зміни в навколишньому середовищі, динамічність якого зменшує можливість втрутитись в роботу кожного виконавця. Це означає, що небачено зростає роль його знань, навичок та вмінь» [3]. Вважаємо, що ступінь прагнення персоналу до здобуття нових знань, характер поведінки в нестандартних ситуаціях, ставлення до праці і споживачів в значній мірі обумовлюють параметрами організаційної культури. Власне, успішна реалізація п'яти основних концепцій сучасного менеджменту (управління знаннями та інтелектуальним потенціалом, стратегічне управління, менеджмент якості, стратегічний маркетинг та соціальна відповідальність бізнесу) без змістового наповнення основними положеннями теорії організаційної культури втратили б важливу частину своєї економічної суті.

Література:

1. Богоявленська Ю. В. Економіка і менеджмент праці: навчальний посібник / Ю. В. Богоявленська, Є. І. Ходаківський. – Київ: Кондор, 2005. – 332 с.
2. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства [Текст] : [монографія] / Г. М. Захарчин. – Львів : Видавництво Нац. ун-ту „Львівська політехніка”, 2009. – 276 с.
3. Кредісов А. Стратегічний менеджмент на початку ХХІ ст.: зміна парадигми/ А. Кредісов, Б. Літовченко // Економіка України. – 2011. - №2. – С.28-37
4. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2007. – 224 с.