

К.е.н., доцент Харчишина О. В.,

Національний університет харчових технологій, Україна, м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-КУЛЬТУРНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Успіх економічних реформ та стратегії інноваційного розвитку перебуває в тісній залежності від ступеня розвитку економічної культури як на макро-, так і на мікрорівні. Становлення ринкових відносин в Україні на інноваційних засадах потребує переоцінки національних цінностей, які лежать в основі економічної культури суспільства.

Інноваційне спрямування розвитку економіки України є відображенням загальносвітової тенденції глобалізації і, одночасно, перебуває під впливом національних особливостей господарських систем і окремих її елементів. Вплив національно-культурного фактору на ефективність функціонування підприємств, галузей та економіки в цілому підсилюється у період розвитку інформаційного суспільства і може стати причиною виключення окремих країн із світової системи розподілу праці. За свідченням професора О. І. Шкаратана, можна виділити цілу низку якостей, що є необхідними працівникові в інформаційному суспільстві, головними з яких є готовність до постійної інноваційної діяльності, підготовленість до постійної обробки і оцінки інформації та вміння приймати нестандартні рішення [1, с.30-31]. Згідно з дослідженнями Т.Пітерса і Б.Уотермана, основними факторами успішності американських компаній є ціннісне керівництво, вірність своїй справі, сприяння інноваціям, врахування запитів споживачів, повага до кожного працівника [2, с.48-51]. Ці фактори одночасно виступають важливими характеристиками організаційної культури, яка здатна суттєво підсилити економічний потенціал підприємства. Власне, розглядаючи проблему забезпечення інноваційного розвитку на макроекономічному рівні, ми не можемо залишити поза увагою стратегію інноваційного розвитку окремих галузей економіки, а також окремих

підприємств як ключових елементів економіки держави. І в цьому сенсі важливе значення має здатність підприємства зорієнтувати свою роботу на розвиток інновацій, стимулювання ініціативи кожного працівника, подолання опору змінам з найменшими втратами.

У зв'язку із цим важливого значення набуває організаційна культура як інститут, який визначає формальні і неформальні норми, правила, які регулюють поведінку економічних суб'єктів. Організаційна культура є характеристикою діяльності організації, а тому формується під впливом особистісних рис, ідей, поглядів її засновників і керівників. Значний відбиток на формування організаційної культури накладає ментальність народу, специфічні риси певного суспільства. Зокрема, за даними окремих дослідників, українському народу притаманні такі погляди: орієнтація на державність, схильність до зрівнювання у розподілі, патерналізм, глибокі національні традиції [3, с.6]; перевага принципів індивідуальності і людяності, економічний нігілізм, безініціативність, безпорадність, втрата почуття відповідальності, звичка покладатись на опіку держави і одночасно не довіряти їй [4, с.88]. Абсолютна більшість таких установок не відповідає ринковому типу мислення. Наявність таких характеристик ментальності українського народу дає можливість стверджувати про неможливість нав'язування західного способу мислення, наголошує на потребі враховувати про формуванні організаційних культур вказаних національних особливостей.

Взаємозв'язок у ланцюгу організаційна культура - інноваційний розвиток впливає із функцій культури в економічному житті підприємства, яких окремі дослідники налічують від п'яти до дванадцяти [5, с.56-57; 6, с.105-106]. Однією з основних функцій слід вважати інноваційну, яка завдяки формуванню системи цінностей, уявлень, визначенню бажаних типів поведінки організаційної культури стимулює пошук нових моделей професійної діяльності, зростання ефективності організації праці, вдосконалення методів управління, з метою найбільш повної відповідності сучасним умовам зовнішнього середовища. Саме інноваційна функція організаційної культури

дає можливість зменшити опір змінам, нововведенням і сприяє розвитку потенціалу підприємства.

Важливим інструментом створення інноваційного іміджу підприємства є розробка кодексу організаційної культури. Такий кодекс дає можливість конкретизувати цілі інноваційної діяльності підприємства, підвищити його інвестиційну привабливість у бізнес-середовищі, а також налагодити ефективний прямий і зворотній зв'язок керівництва та персоналу щодо формування цілей і цінностей підприємства, обговорення нових ідей та пропозицій.

Отже, організаційна культура є важливим фактором забезпечення інноваційного розвитку не лише окремого підприємства, а й економіки держави в цілому. При розробці стратегії інноваційного розвитку важливо не лише враховувати особливості управління організаційною культурою, а й національні особливості ментальності українського народу.

Література:

1. Шкаратан О. И. Русская культура труда и управления // Общественные науки и современность. – 2003. - №1. – С. 30-54
2. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления: Опыт лучших компаний. – М.: Прогресс, 1986. - 423 с.
3. Усачева В.В. Організаційна культура в транзитивній економіці: політекономічний аспект: Автореф. дис. ... канд. екон. наук. – Донецьк, 2003. – 15 с.
4. Савчук Л., Бурлакова А. Розвиток корпоративної культури в Україні // Персонал. – 2005. - №5. – С.87-89
5. Тульчинский Г., Терентьева В. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. – М.: Вершина, 2007. – 352 с.
6. Шаркова Ф.И., Ткачев В.А. Брендинг и культура организации. – М.: Изд. дом «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 268 с.