

Харчишина О. В.

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет харчових технологій

ВЛАСТИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

В умовах економічної кризи підвищується потреба у використанні інструментів стратегічного менеджменту з метою стабілізації роботи підприємств та підсилення їх конкурентних переваг. Одним із таких інструментів є організаційна культура. Широкий теоретичний і практичний інтерес до проблеми оцінки і формування організаційної культури в усьому світі є яскравим свідченням розуміння вченими і фахівцями з менеджменту важливості і унікальності цього стратегічного інструмента. Адже в сучасних умовах, коли підприємства мають рівні можливості у використанні передових технологій, забезпеченні високого рівня якості продукції, залученні позичкового капіталу, саме організаційна культура стає тим фактором, який визначає конкурентоспроможність і унікальність компанії.

Властивості організаційної культури досліджуються зарубіжними і вітчизняними вченими на основі двох підходів: 1) ототожнення властивостей організаційної культури та властивостей систем (на основі уявлення про організаційну культуру як систему) – В. А. Співак, В. Г. Воронкова; 2) виділення функцій організаційної культури на основі уявлення про неї як про соціальну систему – Б. Карлофф, Т. О. Соломанідіна, В. Г. Коновалова, В. Д. Козлов. На наш погляд, обидва підходи, хоча і ґрунтуються на системному підході, але не враховують в повній мірі характерних ознак організаційної культури.

На нашу думку, визначаючи властивості організаційної культури, слід розуміти її не тільки як соціальну за походженням, але і як економічну за

змістом і цілями систему. Вважаємо, що доцільним є виділення 9 властивостей організаційної культури підприємства: багатогранність, об'єктивність, динамічність, унікальність, системність, неоднорідність, адаптивність, соціальність та економічний характер.

Системність як властивість вказує на те, що в контексті сучасної парадигми управління організаційну культуру розглядають як систему, яка є цілісною і складається з ієрархічно підпорядкованих елементів, поєднаних прямими і зворотними зв'язками.

Соціальність як властивість організаційної культури вказує на те, що вона є соціальною за своїми походженням, тобто є продуктом діяльності і намірів людини. Будь-яка група людей, які постійно взаємодіють з метою досягнення певної мети, свідомо чи несвідомо створюють культуру, яка буде визначати прийнятні, ефективні норми поведінки і засоби досягнення мети.

Економічний характер організаційної культури пояснює її природу і цілі. Організаційна культура як втілення певних норм, правил, традицій є об'єктом уваги керівництва не тільки тому, що сприяє створенню здорового мікроклімату та зменшенню рівня невизначеності. Управління організаційною культурою має перед собою, перш за все, економічну мету - створення умов для одержання підприємством прибутку в довгостроковому періоді. Саме тому організаційну культуру вважають одним із найважливіших інструментів стратегічного управління підприємствами.

Багатогранність організаційної культури проявляється в процесі вивчення і порівняння з культурами іншими підприємств. Тобто організаційна культура має багато проявів, характеристик, вона є одночасно і результатом, і процесом, а тому її неможливо пізнати з допомогою одного певного методу.

Об'єктивність як властивість організаційної культури означає, що вона існує незалежно від її усвідомлення власниками, керівниками, працівниками підприємства. Організація як об'єднання осіб із спільними цілями автоматично в процесі свого розвитку продукує певну культуру.

Динамічність означає поступовий розвиток, в процесі якого культура проходить певний життєвий цикл (цикли): зародження, становлення, розвиток, спад. Необхідність врахування властивості динамічності організаційної культури в системі стратегічного менеджменту підприємства полягає в тому, що: 1) динамічний поступальний розвиток організаційної культури може відбуватись як стихійно, так під дією цілеспрямованого впливу керівників (власників); 2) стихійний розвиток створює високу вірогідність негативного впливу культури на результати діяльності підприємства; 3) цілеспрямований вплив на організаційну культуру дає можливість управляти процесом розвитку, віддалити у часі стадію занепаду, вживати необхідних заходів щодо внесення змін в організаційну культуру з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Унікальність як властивість організаційної культури означає її неповторність, неможливість повністю її відтворити в умовах іншого підприємства.

Неоднорідність організаційної культури означає, що вона не є певним монолітним утворенням, а включає в себе певну кількість локальних культур (субкультур), які відображають колективний досвід певних структурних підрозділів та груп працівників.

Адаптивність як властивість організаційної культури означає, культура підприємства має здатність реагувати на зміни зовнішнього середовища, зберігаючи при цьому відносну сталість. Ця властивість може проявлятись з різною силою, тому організаційні культури прийнято поділяти на адаптивні і неадаптивні.

Отже, розглядаючи організаційну культуру підприємства як соціально-економічну систему, слід виділяти 9 її властивостей. Теоретичні розробки щодо організаційної культури мають велике значення для підвищення ефективності управління підприємствами харчової промисловості, так як це дає можливість забезпечити їх розвиток за рахунок внутрішніх чинників, які мають вирішальне значення для реалізації стратегії організацій.