

УДК 334.7:004.7: 658.1

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-278-1-35

ГЕВКО В. Л.

Народний депутат Верховної Ради України

ФОРМУВАННЯ КОМПОНЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР: МЕЙНСТРІМ ТА АЛЬТЕРНАТИВИ РОЗВИТКУ

У статті досліджено організаційну культуру підприємств мережеских структур країни в сучасних трансформаційних умовах. Обґрунтовано перелік завдань, на основі яких формується компонента організаційної культури. Як результат наукових досліджень, ідентифіковано мейнстрім та сформовано основні вектори розвитку компоненти організаційної культури підприємств мережеских структур.

Ключові слова: організаційна культура підприємств, підприємства мережеских структур, компонента організаційної культури, мейнстрім, вектори розвитку.

GEVKO V.

Member of the Ukrainian Parliament

FORMATION OF THE COMPONENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE ENTERPRISES OF NETWORK STRUCTURES: MAINSTREAM AND DEVELOPMENT ALTERNATIVES

Modern scientific research points to the fact that without a properly formed organizational culture of enterprises at network structures it is impossible to achieve a high level of economic efficiency. In this context, it is quite relevant to study the components of organizational culture the enterprises at network structures in modern conditions of operation. The article substantiates the conceptual and applied aspects of the organizational culture at network structures. It is established that the formation of organizational culture of enterprises at network structures should be identified functionally into separate parts (subsystems), each of which contains both implicit and explicit elements. It is investigated that the organizational culture of enterprises at network structures is a system that includes certain subsystems connected by close links of direct and inverse nature. On the basis of which it is established that the main key tasks the component of organizational culture at enterprises are considered by the heads of enterprises at network structures. Scientific research points to the fact that the organizational culture at network structures takes into account the mainstream in the formation of project activities. It is noted that organizational culture makes it possible to achieve the following practical results: on the basis of knowledge about the features organizational culture, you can make predictions; comparison of results the study of organizational culture makes it possible to determine areas for improving organizational culture. It is established that the formation of component the organizational culture of enterprises at network structures forms the following vectors of development: to act more efficiently and effectively; counteract stereotypes; to realize the involvement of employees in collective activities; to build a positive image of enterprises at network structures; determine the correct system of employee motivation; to establish the mission and goals of enterprises at network structures, to build organizational values and ideals; understand individual and collective behavior.

Key words: organizational culture of enterprises, enterprises of network structures, component of organizational culture, mainstream, vectors of development.

Вступ. В сучасних умовах турбулентності економічних процесів встановлено, що організаційна культура підприємств мережеских структур є сукупністю різних за природою способів цілеспрямованого впливу суб'єктів управління на їх діяльність та на чинники, від яких залежить результат економічного розвитку підприємницьких структур, задля досягнення стратегічних цілей. Слід відзначити, що при цьому залежно від факторів організаційної культури підприємств мережеских структур, які можуть мати економічну, соціальну, організаційну, політичну і правову природу, виокремлюють економічні, мотиваційні, організаційні, політичні, соціальногуманітарні та правові механізми, які формуються під впливом організаційно-правових аспектів та які мають застосовуватися у комплексі.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідження наукової проблематики організаційної культури підприємств мережеских структур зробили такі вітчизняні науковці, як С. Гриценко, Г. Дмитренко, О. Вівчар, О. Єрмакова, Т. Заславська, Г. Колодко, В. Кириченко, Н. Кирич, Б. Козирь, Т. Максименко, С. Оборська, Ю. Пахомов, Р. Ривкіна, З. Шершньова, Е. Шаропова, К. Франкич та інші.

Метою статті є дослідження компоненти організаційної культури підприємств мережеских структур в сучасних умовах функціонування.

Виклад основного матеріалу досліджень. На основі проведених досліджень встановлено, що формування організаційної культури мережеских підприємств, зважаючи на складність управління економічним розвитком підприємницьких структур, являє собою багаторівневу систему взаємопов'язаних відповідних елементів. У науковій періодиці досліджено, що організаційна культура підприємств мережеских структур – це набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації, що виражаються у заявлених організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки і дій. Дані ціннісні орієнтації передаються членам організації через символічні засоби духовного і матеріального оточення організації [1].

Встановлено, що формування організаційної культури підприємств мережових структур варто ідентифікувати функціонально на відокремлені частини (підсистеми), кожна з яких містить як імпліцитні, так і експліцитні елементи. Так, з практичної точки зору організаційна культура підприємств мережових структур є системою, яка включає такі підсистеми, пов'язані тісними зв'язками прямого і зворотного характеру: ціннісна: цінності, місія і філософія компанії; символічна: герої, легенди, ритуали, символи; нормативна: норми, процедури, правила, критерії та структури; комунікативно-управлінська: стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; ідентифікаційна: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд. Слід відзначити, що базовою підсистемою організаційної культури мережових підприємств є ціннісна, інші чотири перебувають у тісній залежності від неї [6].

Продовжуючи логіку нашого дослідження встановлено, що ключовими компонентами організаційної культури підприємств все частіше розглядається керівниками підприємств мережових структур як вигідна сфера формування організаційної культури. У першу чергу, компоненти організаційної культури розробляються і реалізуються, виходячи із завдань підприємницьких структур. Тому, при їх формуванні мають враховуватися такі чинники, як необхідна динаміка розвитку підприємств мережових структур; темпи розвитку; необхідні фінансові ресурси для реалізації компонентів організаційної культури. По-друге, компоненти організаційної культури сприяють вирішенню завдань згуртованості колективу, підвищення якості взаємодії між функціональними підрозділами підприємств мережових структур. По-третє, за допомогою компонентів організаційної культури вирішуються питання створення і розвитку на підприємстві мережових структур єдиного ціннісного й інформаційного поля. Слід зазначити, що ефективна реалізація компонентів організаційної культури сприяє розвитку економічного стану, підвищенню результативності діяльності підприємств мережових структур, а також вдосконаленню діяльності та розвитку персоналу [3, с. 76–77]. На рис. 1 нами сформовано схему формування компоненти організаційної культури підприємств мережових структур з виокремленими структурно-логічними взаємозв'язками.

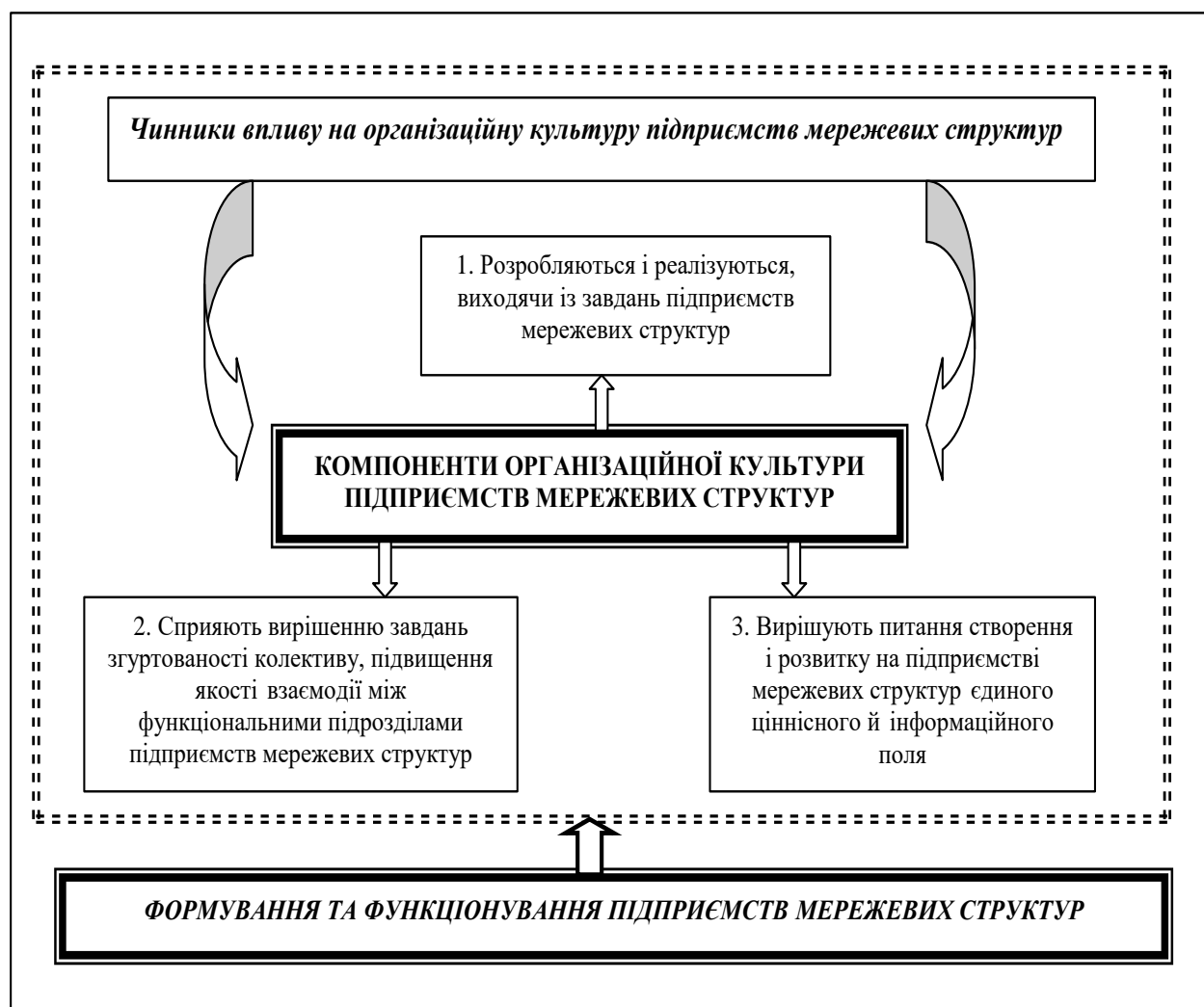


Рис. 1. Структурно-логічна схема формування компоненти організаційної культури підприємств мережових структур [власна розробка автора]

Звертаємо увагу на те, що глобальне поширення підприємств мережових структур дозволяє окремим економічним системам розвиватися стрибкоподібно, за рахунок розвитку внутрішніх виробничо-економічних процесів, що відкриває перехідним економікам шанс для інноваційного прориву. Це, перш за все, стосується України, де вже почався процес системних реформ. Слід відзначити, що він має включати послідовне усунення всіх видів бар'єрів для безперешкодного розвитку горизонтальних зв'язків, активне використання інтернет-технологій для формування різноманітних мережових альянсів в економіці. Отже, в умовах глобалізації суспільства та стрімкого поширення інформаційних комп'ютерних технологій, досягнення реалізації цілей окремих економічних структур досягається завдяки формуванню організаційної культури нового типу через запровадження принципів мережевого ефекту та положень системи мережевої взаємодії.

Насправді різні компоненти (учасники) мережі усвідомлюють свою незалежність і хочуть ділитися інформацією, кооперуватися один з одним, надавати свою продукцію або послуги для того, щоб зберегти власне місце в конкретній ціннісній ланцюга (мережі). Більш того, можна стверджувати, що логіка мережі або внутрішнього ринку передбачає створення ринкової економіки всередині компанії. У ній організаційні одиниці продають і купують товари і послуги один у одного за цінами, які встановилися на відкритому ринку [4].

Системні детермінанти організаційної культури підприємств мережових структур дали можливість визначити її як сукупність поглядів, ідей, методів та принципів, спрямованих на прогресивний розвиток структурних компонент. Ґрунтуючись на проведеному аналізі наукових джерел щодо ключових компонент організаційної культури підприємств мережових структур, виділенні їх характерних складових нами запропоновано функціональне призначення цілей забезпечення ефективності. Опираючись на ключові принципи еволюційної теорії і теорії систем щодо взаємопов'язаності та синергії взаємного впливу компонент соціально-економічних систем і переносячи їх у контекст формування організаційної культури підприємства як функціонально-структурованої бізнес-системи, було висловлено припущення про доцільність інтегрування у процес управління розвитком організаційною культурою на основі застосування функціонального підходу.

Наукові дослідження вказують на той факт, що організаційна культура підприємств мережових структур враховує мейнстрім при формуванні проектних заходів в контексті даної наукової проблематики, а саме:

- обов'язкова наявність відповідних нормативних документів щодо управління розвитком організаційної культури;
- забезпечення вирішення питань поточного характеру, пов'язаних з організаційною культурою підприємств мережових структур;
- налагодження ефективної співпраці між менеджером з управління організаційною культурою підприємств мережових структур та менеджерами інших служб мережі на засадах оптимального розподілу функцій та впровадження принципів децентралізації та делегування повноважень;
- встановлення відповідності підходів та методів управління організаційною культурою підприємств мережових структур встановленим на підприємстві мережових структур правилам та нормам, а також аналіз та оцінка технологій управління підприємством сформованій культурі з метою проведення відповідних коректив щодо вдосконалення організаційної культури;
- забезпечення відповідності стратегії управління організаційною культурою підприємств мережових структур організаційній структурі та системі управління відповідно;
- налагодження комунікаційних каналів у відповідності до ієрархії рівнів управління та забезпечення її дотримання при прийнятті управлінських рішень щодо організаційної культури;
- налагодження інформаційного та аналітичного забезпечення технології управління організаційною культурою підприємств мережових структур;
- забезпечення виконання кваліфікаційних вимог до менеджерів підрозділу управління організаційною культурою підприємств мережових структур, встановлення переліку їх компетенцій, необхідних для організації ефективної роботи з управління організаційною культурою даних підприємств [5].

Вважаємо за доцільне акцентувати увагу на тому, що визначення типу організаційної культури дає можливість досягнути таких практичних результатів: а) на основі знання про особливості певного типу організаційної культури можна будувати прогнози щодо поведінки окремих індивідів, підрозділів, керівництва та організації в цілому, передбачати реакцію персоналу на рішення керівництва та фактори зовнішнього середовища; б) співставлення результатів дослідження організаційної культури підприємства із середньо галузевими результатами, результатами кращих підприємств галузі дає можливість визначити напрями вдосконалення організаційної культури. Тому, на нашу думку, основними напрямками вирішення проблем, пов'язаних з організаційною культурою підприємств мережових структур є активна участь у міжнародних виставках, семінарах, залучення міжнародного досвіду питань корпоративної культури провідних країн світу, підвищення кваліфікації працівників, підвищення продуктивності праці, наближення рівня оплати праці до показників розвитих країн, забезпечення системи захисту конфіденційної інформації,

диверсифікація постачальників, покупців. Тому на кожній системі підприємств мережових структур повинна бути створена програма визначених дій, спрямованих на створення ефективної організаційної культури.

Висновки. Прорезюмувавши вище описане, слід відзначити, що результати значної кількості досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених дозволяють нам сформулювати думку про те, що формування компоненти організаційної культури підприємств мережових структур дає можливість ідентифікувати наступні вектори розвитку: діяти ефективніше та результативніше, враховуючи тенденції, загрози та можливості; протидіяти стереотипам, які обмежують можливості працівників; усвідомити причетність працівників до колективної діяльності, свою невід'ємність; побудувати позитивний імідж підприємств мережових структур; визначити правильну систему мотивації працівників; встановити місію та цілі підприємств мережових структур, побудувати організаційні цінності та ідеали; зрозуміти індивідуальну та колективну поведінку, усвідомити стиль керівництва та питання лідерства.

Література

1. Бала О. І. Корпоративна культура: функції та завдання / О. І. Бала, Р. Д. Бала // Управління у сфері фінансів, страхування та кредиту : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. – Львів : Видавництво НУ “Львівська політехніка”, 2007. – С. 48–49.
2. Вівчар О. І. Теоретичні аспекти безпекознавства в умовах підприємств (фундаментальні загрози в сучасному соціогуманітарному просторі) / О. І. Вівчар // Соціально-економічні проблеми і держава. – Тернопіль, 2017. – Вип. (1) 16. – С. 24–31. – URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>
3. Гайдай Ю. В. Формування організаційної культури підприємств торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.0 / Гайдай Ю. В. – Київ, 2014. – 250 с.
4. Січкарєнко К. О. Мережева організація інноваційної діяльності : наукова доповідь / Січкарєнко К. О. / НАН України, ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”. – К., 2015. – 48 с.
5. Устинов Р. Г. Обґрунтування взаємозв'язку культури підприємства та його конкурентоспроможності / Р. Г. Устинов // Вісник Донецького державного університету управління. Серія “Економіка”. – 2018. – № 4(81). – С. 85–92.
6. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств промисловості : монографія / Харчишина О. В. – Житомир : Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. – 289 с.

References

1. Bala O. I. Korporatyvna kultura: funksiі ta zavdannia / O. I. Bala, R. D. Bala // Upravlinnia u sferi finansiv, strakhuvannia ta kredytu : tezy dopovidei vseukr. nauk.-prakt. konf. – Lviv : Vydavnytstvo NU “Lvivska politekhnikha”, 2007. – S. 48–49.
2. Vivchar O. I. Teoretychni aspekty bezpekoznavstva v umovakh pidprijemstv (fundamentalni zahrozy v suchasnomu sotsioghumanitarnomu prostori) / O. I. Vivchar // Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava. – Ternopil, 2017. – Vyp. (1) 16. – S. 24–31. – URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>
3. Haidai Yu. V. Formuvannia orhanizatsiinoi kultury pidprijemstv torhivli : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.0 / Haidai Yu. V. – Kyiv, 2014. – 250 s.
4. Sichkarenko K. O. Merezheva orhanizatsiia innovatsiinoi diialnosti : naukova dopovid / Sichkarenko K. O. / NAN Ukrainy, DU “Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy”. – K., 2015. – 48 s.
5. Ustynov R. H. Obhruntuvannia vzaiemozviazku kultury pidprijemstva ta yoho konkurentospromozhnosti / R. H. Ustynov // Visnyk Donets'koho derzhavnoho universytetu upravlinnia. Seriiia “Ekonomika”. – 2018. – № 4(81). – S. 85–92.
6. Kharchyshyna O. V. Formuvannia orhanizatsiinoi kultury v systemi menedzhmentu pidprijemstv promyslovosti : monohrafiia / Kharchyshyna O. V. – Zhytomyr : Vyd-vo Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu im. I Franka, 2011. – 289 s.

Надіслана/Written: 25.01.2020

Надрукована/Printed : 10.03.2020

Рецензент: д. е. н., проф. Комарницький І. М.