

технічного прогресу в аграрному секторі та механізму їх масового поширення та впровадження.

Список використаних джерел:

1. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми / М. Й. Малік, О. А. Нужна // монографія. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
2. Grynko T. Organisational and economic mechanism of business entities' innovative development management / T. Grynko, T. Gviniashvili // Economic annals-XXI. – 2017. – №165 (5-6). – P. 80–83.
3. Крупский А. П. Подходы к потребности предприятия во внедрении инноваций / А. П. Крупский, Т. В. Гринько // Economics, management, law: innovation strategy: Collection of scientific articles. – China, Zhengzhou: Henan Science and Technology Press. – 2016. – P. 109– 115.

Трофімова В.Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Організаційна культура відноситься до базових понять теорії управління, і за минуле десятиліття категорія «культура» зайняла відповідне місце у сфері вивчення господарської діяльності підприємств. Прояви організаційної культури на підприємстві можна відчутти одразу, оскільки саме культура обумовлює адаптацію «новачків» та поведінку «ветеранів», знаходить висвітлення в ідеології кожної управлінської ланки, насамперед, вищого керівництва, реалізуючи себе в конкретній стратегії підприємства [1].

В умовах ринкової економіки, високого динамізму виробництва умовою виживання підприємства є вміння діяти на гранично широкому полі неясних і нечітких способів поведінки, потрібна гнучкість менеджменту і персоналу відповідно. Організаційна культура починає визначати межі гнучкості системи в екстремальних ситуаціях, виражаючи ступінь готовності колективу до здійснення перетворень, і ступінь його зрілості розглядається саме під цим кутом [2].

Очевидно, що будь-яке підприємство може бути оцінено й детально охарактеризовано на основі перерахованих вище параметрів. Слід також наголосити на тому, що особливу роль у формуванні організаційної культури відіграє керівник та його особистісні і професійні якості. Він повинен уміти: оцінювати культурні аспекти будь-якої проблеми, що постає перед підприємством; оцінювати і регулювати емоції як свої, так і своїх підлеглих; оцінювати пріоритети, які відповідають на підприємстві таким категоріям, як усвідомлення, притаманність, прихильність; дотримуватися правил: робити не те, що хочеться і те що заманеться, а те, що необхідно.

Організаційна культура – це один з найефективніших засобів залучення і мотивації персоналу, оскільки основу мотивації поведінки працівника складають потреби і цінності, які спонукають людину до певних дій, тому саме організаційна культура може створити мотиваційну площину, яка здатна об'єднати персонал навколо значимих цілей, спонукати працівників працювати творчо і ефективно як для власного блага, так і на користь підприємства.

Культура підприємства може визначатися через систему нагород і привілеїв. Останні зазвичай прив'язані до певних зразків поведінки та визначають для персоналу пріоритети, а також вказують на цінності, що мають більше значення для окремих керівників та підприємства в цілому.

Система відносин, що лежить в основі організаційної культури, – це найважливіші відносини, які формують і визначають норми поведінки персоналу на засадах комунікаційних процесів циркуляції інформації між суб'єктами та об'єктами управління. В свою чергу, норми поведінки – це вимоги поведінки персоналу, які сприймаються ним як сукупність правил дій та взаємодій в відповідних ситуаціях (виконання наказів і розпоряджень керівництва, допомога і партнерство в колективному виконанні поставлених задач). Доречно зауважити, що саме поведінка персоналу визначає ефективність функціонування організаційної структури в більшому ступені, ніж формальні функції між підрозділами.

Розрізняючи поняття соціалізації та інкультурації, ми розуміємо інтеграцію індивіда в людське суспільство, набуття ним досвіду, який потрібен для виконання соціальних ролей. В нашому випадку, соціалізація є процесом адаптації нового співробітника до умов роботи в рамках існуючої організаційної культури, в процесі якої новий працівник знайомиться з історією підприємства, його цінностями і принципами, вимогами до роботи і організації взаємовідносин [2]. А в процесі входу в «соціально-духовне поле» підприємства, новачок інкультурується, засвоюючи необхідні елементи організаційної культури, в результаті чого на засадах соціальної комунікації відбувається культурна трансмісія (передача знань, відомостей, інформації від покоління до покоління). Культурна трансмісія забезпечує неперервність культури, її спадкоємність. Від покоління до покоління мають передаватися, насамперед, базисні елементи культури.

Таким чином, організаційна культура являється складним конструктом взаємопов'язаних елементів, котрі в сукупності формують важливий механізм взаємодії персоналу на підприємстві, визначаючи соціальний простір для їх діяльності та індивідуального розвитку. Поява нових технологій, матеріалів, устаткування вимагає постійного творчого використання й поповнення знань, відновлення професійних навичок, тобто постійного навчання або освіти протягом усього життя.

Список використаних джерел:

1. Погребняк В. А. Культура организации как объект регулярного управления / В. А. Погребняк // Вопросы управления предприятием. – 2005. – №1 (13). – С. 54–59.
2. Пригожин А. И. Организационная культура и ее преобразование / А. И. Пригожин // Общественные науки и современность. – 2003. – №25. – С. 12–23.
3. Семикіна М. В. Еволюція організаційної культури на українських підприємствах: проблеми та протиріччя / М. В. Семикіна // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2009. – №6. – С. 197–200.
4. Слободской А. Л. Организационная культура : учеб. пособ. / А. Л. Слободской, О. А. Касьяненко, А. В. Чиркова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 192 с.