

Отже, дерегулювання енергетичного ринку значно вплине на енергетику країни і функціонування економіки в цілому, оскільки сприятиме модернізації та підвищенню інвестиційної привабливості галузі. Тож, створення умов для конкуренції у системі електропостачання — основна передумова, що дозволяє побудувати ефективні, інноваційні та гнучкі ринкові механізми, які приносять максимальні економічні вигоди і дивіденди для суб'єктів енергетичного ринку.

Література

1. Directive 2009/72/EC of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 concerning common rules for internal market in electricity and repealing Directive 2003/54/EC [Electronic resource] // EUR-Lex — Access to European Union law [Official website]. — Access mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0072&from=EN>
2. 2020 climate & energy package [Electronic resource] // European Commission [Official website]. — Access mode: http://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2020_en
3. Green Paper. A European Strategy for Sustainable, Competitive and Secure Energy 2006 [Electronic resource] // Commission of the European communities [Official website]. — Access mode: http://fire.pppl.gov/eu_energy_greenpaper_030806.pdf

УДК 005.73:330.1:304.2

Тетяна Олександрівна Чебакова
аспірант кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
t.chebakova93@gmail.com

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE INNOVATION DEVELOPMENT OF THE COMPANY

Анотація. Розглянуто роль і місце культури в організації, термінологічні аспекти, фактори їх взаємодії, значимість організаційної культури в інноваційному розвитку підприємства.

Анотация. Рассмотрены роль и место культуры в организации, терминологические аспекты, факторы их взаимодействия, значимость организационной культуры в инновационном развитии предприятия.

Annotation. In the article considered the role and place of culture in the organization, terminological aspects of their interaction factors, the importance of organizational culture in innovative development of the enterprises.

Сучасні підприємці для забезпечення ефективного функціонування повинні приділяти значну увагу розвитку власної організаційної культури. Оскільки сучасні підприємства активно переорієнтовується на вимоги соціо-гуманітарних відносин, тому найпершою вони повинні змінювати культуру діяльності в організації, а також культуру упорядкування цієї діяльності.

В наш час менеджмент підприємств визнає, що організаційна культура того чи іншого типу є підтримана учасником організації система цінностей і сукупність норм поведінки як в організації, так і за її межами.

Значний внесок у дослідження аспектів організаційної культури здійснили: А. Маклін [8], Т. Соломанідіна [4], О. Харчішина [6], В. Кукоба [3] та ін. Однак теоретичний наробок у цьому спрямуванні і досі недостатній. Навіть поняття організаційної культури не має єдиного розуміння. Більшість науковців зазначають, що організаційна культура — це складна композиція важливих припущень, що апіорі приймається і поділяється учасниками організації (Г. Захарчин [1], К. Камерон, Е. Шейн). Інші автори розуміють організаційну культуру як філософію та ідеологію управління політкультурними організаціями (Ф. Тромпенарс, Г. Хофстед [7], Р. Льюїс), ціннісні орієнтації, вірування, очікування, норми та методи оцінювання

організаційної культури, що лежать в основі відносин та взаємодій як усередині організації, так і за її межами.

Зовсім непорівнюване тлумачення організаційної культури формують Б. Смирнов, В. Співак, Ю. Булигін, Г. Монастирський. Так, на думку Б. Смирнова організаційна культура означає впорядковану сукупність виробничих, суспільних та духовних досягнень людей [1, с. 37]. Як зазначає В. Співак, організаційна культура – "це середовище, атмосфера, в якій ми перебуваємо, все, що нас оточує, з чим і ким ми маємо справу на роботі" [5, с. 27]. Ю. Булигін наводить таке визначення: "Організаційна культура – це сукупність знань теорії організації управління, принципів, методів і форм організаторської діяльності, умінь організовувати реалізацію різних функцій управління", а Г. Монастирський зазначає, що організація – це складний організм [1, с. 37].

З огляду на суттєві розбіжності лише у понятійному аспекті виникає нагальна потреба в універсалізації теоретичних основ культури організації взагалі і організаційної культури інноваційного розвитку підприємств зокрема.

Метою дослідження є винесення для всебічного обговорення розробок стосовно актуалізації ролі організаційної культури в інноваційному розвитку підприємства.

Організаційна культура в ряді конкурентних переваг підприємства займає провідне місце, поряд із знаннями, вміннями, навичками, співпрацею, інформацією, психологічною стійкістю. Саме тому вона найчастіше сприймається як потужний важіль забезпечення сталої конкурентоспроможності підприємства. Завдання підтримання або підвищення конкурентоспроможності підприємства є перманентним для менеджерів будь-якої ланки. Одним із чинників, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, є його інноваційний потенціал, в якому домінуючим є інноваційна та професійна культура менеджерів. Інноваційний потенціал підприємства забезпечує його конкурентоспроможність, а інноваційна культура стимулює розвиток інноваційного потенціалу [3, с. 5].

У контексті інноваційного потенціалу можна здійснювати формування і розвиток інноваційної організаційної культури, а також культури інноваційного розвитку організації. Для цього слід активізувати характеристики організаційної культури конкретного підприємства з характеристиками «ідеальної» інноваційної організаційної культури. Теоретична модель «ідеальної» інноваційної організаційної культури повинна будуватися шляхом узагальнення та систематизації розрізнених характеристик останньої.

Література

1. *Волотовська Т. П.* Організаційна культура як запорука успіху самоосвітньої діяльності керівника загальноосвітнього навчального закладу / Т. П. — 2016. — Вип. 133. — С. 36-40.
2. *Захарчин Г. М.* Забезпечення конкурентоспроможності та розвиток організаційної культури підприємства: сучасна парадигма і прикладний аспект : монографія / Г. М. Захарчин, Л. С. Лісовська, А. А. Терехух; Нац. ун-т "Львів. політехніка". — Л., 2009. — С. 436.
3. *Крупський О. П.* Організаційна культура туристичного підприємства як індикатор його інноваційного потенціалу / О. П. Крупський // Бізнес Інформ. — 2014. — № 9. — С. 200-204.
4. *Кукоба В. П.* Упорядковувальний аспект організаційної культури підприємства: сутність, складові, основні атрибути / В. П. Кукоба // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. — 2016. — № 39. — С. 20-30.
5. *Соломанидина Т. О.* Организационная культура компании / Т. О. Соломанидина. // Управление персоналом. — 2003. — С. 456.
6. *Спивак В. А.* Корпоративная культура / В. А. Спивак. — С-Пб. : Питер, 2001. — С. 352.
7. *Харчишина О. В.* Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: Монографія / О. В. Харчишина — Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. — 289 с.
8. *Hofstede G.* Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. — New York: McGraw-Hill, 1996. — P. 279.
9. *McLean A. J.* Intervening in cultures, working paper / A.J. McLean, J. Marshall. — University of Bath, UK, 1983. — P. 2-20.
10. *Pacanowski M.* Communication and Organizational Culture / M. Pacanowski, N. O'Donnel-Trujillo // The Western Journal of Speech Communication. — 1982. — No. 46. — P. 115-130
11. *Scholz C.* Corporate Culture and Strategy — the Problem of Strategic Fit / C. Scholz // Long Range Planning. — 1987. — Vol. 20, No. 4. — P. 78-87.