

державними органами, науковими колами, навчальними центрами, громадськими та міжнародними організаціями, по-друге;

– управлінський досвід – без цієї складової важко стати ефективним менеджером. У початківців в цій сфері професійної діяльності є можливість отримати певний досвід керівництва, приймаючи участь у волонтерській діяльності (некомерційних проектах), що нині надзвичайно поширене явище у суспільстві;

– високий рівень освіти – ця характеристика є обов'язковим доповненням до попередньої складової. В якості ключових напрямків тут можна виділити такі: управління персоналом, менеджмент, управління проектами, підприємницька діяльність. Широта поглядів, ерудиція, глибоке знання як своєї так і суміжних сфер діяльності – є запорукою досягнення значних результатів на шляху опанування мистецтва керування;

– впевненість, проте не зухвалість, адже менеджер впевнений у власних силах, досвіді та управлінських рішеннях, надихає команду та визиває відчуття поваги колективу;

– володіння мистецтвом тайм-менеджменту – дозволяє більш раціонально використовувати власний час та формувати пріоритети у виконанні справ, а отже досягати підвищення ефективності та продуктивності праці;

– майстерність делегування частини завдань підлеглим – дозволяє розумно використовувати власний час менеджера і, при цьому, сприяє професійному вдосконаленню підлеглих. Ця характеристика тісно пов'язана з комунікативними здібностями особистості, наявністю взаємної довіри, а також з мотивацією, впливом і лідерством, оскільки керівник має «змусити» підлеглих ефективно виконувати доручені їм завдання.

Безумовно, представлений перелік якостей, притаманних сучасному ефективному менеджеру, не є вичерпним, та може буди доповнений, наприклад, такими складовими, як: цілеспрямованість, ініціативність, прагнення до постійного самовдосконалення, уміння швидко вибрати головне і концентруватися на ньому, оперативність у вирішенні проблем, здатність передбачати та ефективно здійснювати нововведення, уміння згуртовувати колектив, формувати ефективні робочі групи та забезпечувати їх діяльність усім необхідним, майстерність навчати і розвивати підлеглих, ставити і раціонально розподіляти між виконавцями завдання, спонукати підлеглих до праці, координувати і контролювати виконання завдань тощо.

Слід також зауважити, що вимоги до менеджерів стосовно розглянутих якостей не є однаковими на різних рівнях управління. На нижчих, наприклад, більше цінується рішучість, комунікабельність, а на вищих на перше місце висувається вміння стратегічного мислення, здібність встановлювати нові та чіткі цілі, здатність до інновацій тощо.

Вікторова В. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
І. Агеєва
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Д. Моторного
м. Мелітополь, Україна

Значення організаційної культури у формуванні конкурентних переваг підприємства

Організація як об'єднання людей для досягнення цілей, безумовно, є складною економічною структурою, яка виконує цілий ряд виробничих та управлінських функцій. Основою життєвого потенціалу такої структури є її «душа» – організаційна культура.

Метою дослідження є вивчення теоретично-методологічних аспектів організаційної культури та пошук способів і джерел удосконалення управління організацією, що сприятиме виграшу підприємства в конкурентній боротьбі. Чимало науковців у своїх працях приділяли увагу важливості організаційної культури, серед них є І. В. Грошев, З. Фрейд, В. Булліт, І. А. Косач, Е. Х. Шейн та ін. [1–4].

Як правило, більшість менеджерів на практиці пояснюють організаційну культуру як сукупність думок кожного співробітника підприємства: їх особисті цілі під час виконання роботи, відносини у колективі, репутація та індивідуальний імідж робітників, а також власне бачення компанії у майбутньому. Перелічені складові допомагають кожній організації відрізнитись від інших та мати власні переваги на конкурентному ринку [3, 144].

Далі для того, щоб детально розглянути організаційну культуру на будь-якому підприємстві, слід розділити її на базові складові та проаналізувати кожну з них [2, 115]. Одним з перших та найважливіших компонентів є місія, стратегія та цілі організації. Місія визначає головний напрям роботи та розвитку підприємства, його існування взагалі.

Стиль керівництва формує взаємозв'язок між керованою та керуючою системою на підприємстві, встановлює методи та правила щодо прийняття управлінських рішень, а також впливає на загальну робітничу атмосферу.

Символіка підприємства (стенди, гасла та інше) створює корпоративний дух серед робітників та заряджає їх на зміцнення командного устрою.

Організаційна етика створює загальний імідж підприємства та є однією із найважливіших умов для формування гарного враження під час ділових переговорів та міжнародних зустрічей.

Мотивація завжди була важливою у якості виконання робіт, а тому не дарма є однією з функцій менеджменту організацій.

Варто зауважити, що організаційна культура не знаходиться постійно у нерухомому стані та не є стабільним об'єктом. Вона виконує важливі завдання. І. В. Грошев виділив найголовніші функції організаційної культури: інтегруюча, пізнавально-інформаційна, адаптивна, знакова та ціннісна функція [1, 93].

Інтегруюча функція організаційної культури полягає в об'єднанні людей та збереженні цілісної структури самого підприємства. У свою чергу, відомі соціологи Шейн та Бейт в межах даної функції виділяють певний ряд факторів, завдяки яким відбувається об'єднання працівників. Серед них є наступні: однакове мислення, моральні цінності, виховання; вірування в успіх організації; участь у різноманітних заходах тощо [2, 71].

Дана функція, інтегруючи працівників, додатково створює на виробництві атмосферу безпеки, а також стабільності. Співробітники на підсвідомому рівні розумітимуть, що вони мають підтримку, а командні взаємовідносини є запорукою на успіх у будь-якому виконуваному завданні.

Пізнавально-інформаційна функція є наслідком першої – інтегруючої. Завдяки груповому мисленню та загальній співпраці відбуваються комунікативні зв'язки та обмін інформацією. Утворене інформаційне поле може передавати дані не тільки при обов'язковому звіті підлеглого керівнику, але і під час звичайної розмови. Однак, такий процес потребує контролю, бо іноді він може призвести, наприклад, до опору організаційним змінам.

Адаптивна функція організаційної культури допомагає пристосуватись працівникам до правил та робітничого колективу і надає приклад прийнятої поведінки на даному підприємстві. Американський психолог Е. Шейн додає, що організаційна культура сприяє узгодженості дій більшості працівників [2, 150].

Знакова функція організаційної культури будується на відповідних знакових системах. Такими системами є усна та писемна мова, традиційні жести, рухи та багато іншого. Така функція не повторюється на жодному підприємстві.

Ціннісна функція є похідною від якісних показників організаційної культури. Вона також, як система цінностей, створює у працівника цілком визначені ціннісні потреби в конкретній групі, а отже є важливою у роботі всього виробничого механізму організації.

Отже, у висновку слід зазначити, що вплив організаційної культури на діяльність організації проявляється в досягненні головної мети організаційної культури – забезпеченні самоорганізації соціально-економічної системи за допомогою персоналу, підвищенні трудового потенціалу організації, який є складовою загального економічного потенціалу фірми. Зростання компетенції означає зростання прибутковості організації, а це пов'язано з тим, що більш компетентні працівники можуть працювати на більш досконалому обладнанні, використовуючи ефективні технології; вони здатні генерувати ідеї, творчо підходити до роботи. Все це позитивно позначиться на якості продукції, дозволить організації розробляти власні унікальні технології, продукцію, тим самим підвищуючи прибутковість.

Джерела та література

1. Грошев І. В., Краснослободцев А. А. Організаційна культура: підручник. Москва: Юніті, 2017. 160 с.
2. Фрейд З., Булліт В. Томас Вудро Вільсон. Двадцять восьмий президент США. Психологічне дослідження. *Канон + РООІ «Реабілітація»*. 2016. С. 336.
3. Косач І. А., Ладонько Л. С., Калінько І. В. Ділове адміністрування: менеджмент організацій та управління змінами: навч. посіб. Чернігів: ЧДІЕУ, 2013. 215 с.
4. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство/пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 336 с.

Воротнюк Ю. – аспірантка

Науковий керівник: д. е. н., проф.

О. Садченко

Одеський національний університет

імені І. І. Мечникова

м. Одеса, Україна

Класифікація економічних конфліктів у глобальному бізнес-середовищі

У сучасних умовах всі економічні відносини характеризують тим чи іншим ступенем економічного прояву конфліктів, які є рушійною силою майбутнього розвитку суб'єкта господарювання.

Конфлікт довгий час знаходиться в центрі уваги вчених різних напрямків. Поняття конфлікту належить як науці, так і використовується у повсякденному житті, це наділяє його своїм специфічним змістом. Через це термін «конфлікт» не має однозначного визначення.

Конфлікт – процес розвитку взаємодії суб'єктів з приводу відмінності їх інтересів і ціннісних орієнтацій [1, 355].

Економічні конфлікти вирізняються боротьбою різних суспільних сил за вплив у сфері економіки: боротьба за економічні ресурси, ринки збуту.

Серед причин економічних конфліктів виділяють як об'єктивні обставини (конкуренція, обмежені ресурси, законодавство тощо), так і суб'єктивні (система менеджменту, стиль управління компаніями, психотип керівника, культурне середовище тощо).

Класифікація економічних конфліктів має важливе значення для правильного розуміння причин конфлікту та пошуку шляхів їх подолання.

Конфлікт завжди передбачає участь сторін, тому найбільш фундаментальною є класифікація конфліктів за характеристиками сторін, що беруть у ньому участь.

По складу і кількості конфліктуючих сторін і учасників конфлікту виділяють:

- внутрішньоособистісний конфлікт;
- міжособистісний конфлікт;
- конфлікт між особистістю і групою;
- міжгруповий конфлікт.