

ДЕЯКІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ УПРАВЛІННЯ

Н.В. Мілошевич, ст. викладач

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Сучасні умови розвитку економіки України потребують нових інструментів управління, які забезпечують високий рівень залучення робітників до ефективної роботи підприємства. В створенні сприятливих умов для формування особистості свідомого, активного працівника суттєву роль грає корпоративна культура управління.

Корпоративну культуру можна визначити як систему норм поведінки й цінностей, які забезпечують ефективне досягнення цілей організації, а також піднімають авторитет організації, збільшуючи її привабливість для співробітників, партнерів по бізнесу й інвесторів. Едгар Шайн, один із найбільш відомих дослідників корпоративної культури, характеризував її таким чином: «Корпоративна культура – це комплекс базових пропозицій, винайдених, виявлених або розроблених групою для того, щоб навчитися справлятися з проблемами зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції» [1; с. 237].

Незважаючи на актуальність теми корпоративної культури, і її очевидну вигідність для компаній, лише мала кількість вітчизняних підприємств займаються цим питанням впритул. Так, по даним різних дослідницьких і аналітичних агентств, тільки 10–15 % українських компаній займаються формуванням корпоративної культури й мають у своєму складі спеціалізовані відділи.

Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція).

Корпоративна культура виконує такі функції: визначає внутрішнє уявлення про підприємство та його головні цінності; допомагає новим співробітникам швидко адаптуватись і прилучитися до ефективної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві; стимулює прояв як індивідуальної, так і колективної відповідальності при виконанні певних завдань, зокрема у сфері інновацій (впливає на мобільність і здатність до розроблення інновацій) [2].

Роль корпоративної культури в сучасних умовах швидко зростає. Це усвідомлюють усі сучасні керівники й інвестують значні ресурси в її формування й розвиток. Останнім часом серед провідних українських фірм стало усе більше виникати не тільки усвідомлення важливої ролі корпоративної культури, але готовність плинно працювати над її формуванням і розвитком. Такі фірми починають підходити до створення корпоративної культури як стратегічно, створюючи загальні цінності й надихаючи співробітників на досягнення зухвалої корпоративної місії, так і тактично, поліпшуючи поінформованість співробітників, полегшуючи спілкування між ними, створюючи корпоративні видання, і т.п.

Корпоративна культура важлива для будь-якого підприємства, оскільки вона охоплює більшу частину сторін духовного й матеріального життя колективу та може впливати на:

- мотивацію співробітників;
- привабливість фірми як роботодавця, що відображається на плінності кадрів;
- моральність кожного співробітника, його ділову репутацію;
- продуктивність і ефективність трудової діяльності;
- якість роботи співробітників;
- характер особистісних і виробничих відносин в організації;
- відносини службовців до роботи;
- творчий потенціал службовців.

Розвиток корпоративної культури дає компанії ряд переваг: суттєво знижується конфліктність, поліпшуються ділові взаємини, зменшуються непродуктивні витрати часу, бізнес і окремі працівники стають більш адекватними.

Наявність позитивної корпоративної культури має велике значення для організації. По-перше, культура надає працівникам корпоративної ідентичності, визначає внутрішньогрупове уявлення про організацію, є важливим джерелом стабільності і наступності. Це створює у працівників почуття надійності організації і свого місця в ній, соціальної захищеності. По-

друге, знання цінностей, норм і правил, які сформувалися в організації, допомагають новим працівникам правильно інтерпретувати події, що відбуваються в ній, і відповідно визначити свою поведінку. По-третє, культура більше, ніж щось інше, стимулює самосвідомість і високу відповідальність працівника, що виконує поставлені перед ним завдання. Механізми впливу корпоративної культури на діяльність організації полягають у тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, щодо якої, керуючись цінностями, оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки та спілкування.

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури:

- система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;
- способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств;
- уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися [3].

Як показує досвід провідних фірм, в процесі впровадження корпоративної культури, можна ефективно управляти залученням і лояльністю всіх співробітників, незалежно від первісних даних, які склалися в колективі. Для цього потрібний компетентний PR-відділ, який повинен знаходити правильне місце для кожного співробітника, і ефективний керівник, здатний ставити перед колективом досяжні, але амбіційні цілі, управляти процесом і контролювати його, а також інформувати співробітників.

У якості основних інструментів, які керівники можуть використовувати для підвищення залучення працівників до загальної місії підприємства, можуть виступати: інформування співробітників, забезпечення ресурсами, визнання й заохочення, а також надання співробітникам можливості брати участь у прийнятті рішень.

Співробітники зі своєї сторони можуть стати авторами ідеї, зрозуміти, удосконалити й очолити процес, знаючи свої права й повноваження.

Головними факторами, що впливають на рівень залучення в компанії є: наявність лідера, відповідний рівень комунікації й формалізація правил і стандартів корпоративної культури.

Основним результатом розвитку корпоративної культури компаній є рівень мотивації персоналу, імідж компанії серед клієнтів і її репутація як роботодавця.

Отже, корпоративна культура повинна знаходитися в центрі постійної уваги менеджерів. З метою забезпечення стабільного розвитку підприємств та підвищення ефективності їх діяльності, керівництву підприємств необхідно інвестувати ресурси у формування та вдосконалення корпоративної культури. Побудова сильної корпоративної культури призведе до збільшення економічного росту підприємства за рахунок підвищення мотивації до роботи, поліпшення якості виконуваної роботи, до розвитку креативності й ініціативності, прихильності компанії, наближення інтересів адміністрації і персоналу. Формування корпоративної культури дасть змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств та їх продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Література:

1. Рудінська О. В. Менеджмент: Теорія менеджменту, організаційна поведінка, орпоративний менеджмент: посібник / О. В. Рудінська, С. А. Яромич. – К. : Ельга, Ніна-Центр, 2002. – 336 с.
2. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації.– Наука й економіка. – 2010. – № 1. – С.123–128.
3. Чернишова Т. О., Немченко Т. А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. – Наукові праці КНГУ. Економічні науки. – 2010. – вип. 17.
4. Є. А. Бельтюков Удосконалення управління персоналом підприємства / Є. А. Бельтюков, А. В. Пашкова // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. Донецький економіко-гуманітарний інститут МОНМС України; Інститут економіки промисловості НАН України. – Донецьк: Юго-Восток, 2012. – Вип. 1 (37). – С.148 – 152.