

Принцип ініціативності швидше заснований на такій якості як підприємливість, що використовується в даній компанії. В ході аналізу ПАТ «Укрнафта» з'ясувалося, що в ефективній роботі зацікавлені як керівники, так і персонал. І це підтверджується ініціативними пропозиціями як створення нових проектів, проходження курсів для підвищення кваліфікації колективу. Вважається, що в кожному колективі повинні бути ініціативні люди, які креативно підходять до своєї роботи і знають, як можна вдосконалити ефективну діяльність компанії.

Прямим доказом цьому послужить приклад ПАТ «Укрнафта». Щоб удосконалити корпоративну структуру компанії, було вироблено реформування. На першому етапі були вдосконалені методи управління. Завданням другого етапу стало підвищення ефективності роботи ПАТ «Укрнафта» як вертикально інтегрованої компанії і оптимізації структури управління основними видами діяльності дочірніх товариств. В рамках виконання цього завдання окремі види діяльності були сконцентровані в спеціалізованих дочірніх товариствах з 100%-ою часткою участі ПАТ «Укрнафта» [3].

У ПАТ «Укрнафта» керівники зосереджені на розвитку кадрової політики. Головним важелем для цього послужило застосування принципу винагороди. Так само приплив персоналу зміцнює конкурентоспроможність ПАТ «Укрнафта» на ринку праці, а також дозволяє ефективно і прибутково вести роботу організації.

При розгляді на прикладі функціонування основних принципів А. Файоля доцільно запропонувати методи вдосконалення деяких принципів управління організацією та персоналом в рамках розглянутого підприємства. Не мале значення в управлінні має принцип корпоративного духу. Він забезпечує гармонію між персоналом і є величезною силою для будь-якої організації. З розвитком компанії завжди буде змінюватися корпоративна структура організації.

Зміни дозволили компанії розділити фінансові потоки у видобутку, транспортуванні, переробці, підземному зберіганні і збуті нафти, а також рідких вуглеводнів, значно підвищити прозорість формування витрат за напрямками діяльності. Продовженням роботи по вдосконаленню внутрішньокорпоративної структури управління з метою забезпечення структурної прозорості Товариства та візуальної ідентифікації ПАТ «Укрнафта» в країні та за кордоном стала розробка основних принципів побудови фірмових найменувань дочірніх товариств [3].

Висновок. Менеджмент являє собою раціональне управління підприємством, яке тісно пов'язане з поліпшенням організації на базі постійного впровадження нових форм, принципів, методів і структур управління для підвищення ефективності бізнесу і виробництва.

Успіх управління в значній мірі залежить, за Анрі Файолем, від досвіду, здібностей і таланту керівника. А. Файоль стверджував, що процес управління не може піддаватися суворій регламентації. Однак, процес управління повинен базуватися на певних правилах і принципах, які знаходять своє відображення в сучасній управлінській науці.

А. Файоль вважав викладені управлінські принципи універсальними і придатними для будь-якої сфери і галузі бізнесу. При цьому він констатував, що така система принципів не повинна вважатися закінченим постулатом. З плином часу в суспільстві, в способах і техніці організації виробництва і бізнесу накопичуються зміни, які вносять відповідні зміни також і в систему управління. Все це викликає необхідність постійного аналізу та переосмислення методів і принципів управління, породжує сучасні управлінські концепції.

Література:

1. Файоль А. Загальне і промислове управління. – М.: Контролінг, 1992. – 111 с.
2. Журавльов П. В., Кулапов М. Н., Сухарев С. А. Світовий досвід в управлінні // Мистецтво управління – 2015. – № 7.
3. Загальні відомості про ПАТ «Укрнафта» – [Електронний ресурс] – Режим доступу <https://uk.wikipedia.org/wiki/Укрнафта>

ВІДМІННОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В РОЗРІЗІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЇ

В.А. Замлинський, д.е.н., професор

В.В. Шацков

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Кожна компанія прагне підвищити конкурентоспроможність, збільшити розмір прибутку, покращити престиж, тобто поліпшити основні результативні показники своєї діяльності. Це досягається шляхом комплексного впливу різних факторів виробництва, одним з найбільш вагомих з яких є трудові ресурси та робоча сила підприємства. Саме працівники компанії створюють, надають чи реалізують товари, роботи та послуги. Проте, саме персонал компанії є найбільш непередбачуваним та суб'єктивним фактором. Це

відбувається через дію багатьох чинників: від кваліфікації та мотивації персоналу, до їх настрою та прагнення до роботи. Позитивні зміни в управлінні персоналом призведуть до поліпшення показників ефективності діяльності підприємства та, навіть більше, до залучення нових інвестицій чи модернізації продукції. Все це призвело до вибору теми дослідження та свідчить про її актуальність.

Для ефективного функціонування компанії необхідне відповідне та належне управління персоналом. Невід'ємною частиною успішного управління є розробка та впровадження головної цілі організації, її цінності (місії) та ідеології. Це допоможе працівникам усвідомити важливість своєї роботи, допоможе самореалізуватися в компанії. Цього можна досягнути впровадженням, розвитком та пропагандою корпоративної та організаційної культури. В теорії ці поняття розглядаються тотожно, але між ними є принципові розбіжності [1].

Задля виявлення принципів відмінностей між корпоративною та організаційною культурою треба спочатку визначитись, що являє собою кожна з них, їх спосіб формування, призначення та принципи.

Почнемо з поняття «корпоративна культура». Корпоративна культура □ це сукупність цінностей, правил, норм, поведінки сконцентрованих у в місії компанії, яку повинні розділяти усі її працівники та яка є стратегічним сенсом їх діяльності. Це система цілей компанії, структура соціально–психологічних відносин між робітниками всередині компанії, її відносини з оточенням, які формують ділову репутацію, авторитет компанії, посилюють її позиції у конкурентному середовищі. В великих компаніях вона розділяється на субкультури, які розвиваються в кожному підрозділі чи відділі.

Корпоративна культура формується управлінським персоналом компанії задля контролю поведінки робітників шляхом формування конкретної моделі поведінки робітників, встановленням системи особистих цінностей компанії.

Основне призначення корпоративної культури полягає в покращенні мікроклімату компанії за рахунок того, що робітник: відчуває гордість за свою фірму, знає що його зусилля немарні, розуміє, що він є ланкою чогось більшого, почуває себе у команді.

До принципів корпоративної культури можна віднести:

– принцип всебічності та системності, згідно якого культура стосується безпосередньо кожного працівника;

– принцип корисності, при якому вона повинна бути корисна як компанії, так і працівникам;

– принцип удосконалення □ корпоративна культура повинна постійно розвиватися;

– принцип координації, який полягає в встановленні правил поведінки персоналу як в середині підприємства, так і за його межами;

– принцип обов'язковості □ працівники повинні дотримуватися правил поведінки, які встановлені корпоративною культурою.

Перейдемо до організаційної культури. Організаційна культура □ це органічно сформована сукупність форм поведінки працівників всередині організації. Вона постійно розвивається і змінюється. Вона впливає на психологічний клімат компанії, на адаптацію нових робітників до вже існуючих неформальних правил поведінки, на ставлення працівників до мікро– та макросередовища компанії. Основною відмінністю організаційної культури від корпоративної є їх формальність. Якщо корпоративна культура □ це певна система, під яку нові працівники повинні підлаштовуватися, то організаційна культура □ це манера поведінки, що притаманна співробітникам компанії, новий робітник підлаштовується під неї сам по собі.

Організаційна культура формується під впливом ідей, манер, принципів всіх працівників компанії. Вона розвивається самостійно і еволюціонує як живий організм, може стати стійкою під впливом негативних факторів, а може зіпсуватися внаслідок кризових обставин. Організаційна культура на відміну від корпоративної формується і розвивається сама, менш залежна від дій управлінського персоналу [3].

Призначення корпоративної культури полягає в цілому у доброзичливих робочих стосунках між робітниками та їх ставленням до зовнішнього бізнес– середовища. Вона не завжди може бути позитивною через її відносну урегульованість, тому потребує постійного моніторингу з боку управлінського персоналу.

Серед принципів організаційної культури можна виокремити багато спільного з принципами корпоративної культури. Проте, основними відмінностями можна вважати наступні: самостійність □ організаційна культура не повністю залежить від бажань управління; двобічний характер □ цінності компанії впливають як на розвиток працівників, так і на розвиток компанії; індивідуальність □ організаційна культура зосереджується на сумі індивідуальних манер і принципів поведінки кожного працівника, а не на єдиній ідеології компанії.

Можна сказати, що організаційна культура стихійна, завжди існує в компанії та на відміну від корпоративної культури вона некерована. Якщо не встановлювати та не регулювати норми поведінки персоналу, це призведе до негативного мікроклімату в компанії та погіршення ефективності діяльності, та навпаки покращення мікроклімату збільшить мотивацію, що призведе до поліпшення фінансового стану компанії. Також важливо відмітити, що організаційну культуру на відміну від корпоративної культури працівник підтримує постійно та без зусиль, бо вона більш схожа на звичку [2]. Процес розробки ефективної корпоративної культури можна побачити на рис. 1.

Так як корпоративна культура відіграє значну роль в житті компанії, вона потребує пильної уваги зі сторони керівництва. Управлінський персонал не тільки формує та розвиває корпоративну культуру, а й

залежить від неї. Сучасні керівники розглядають культуру компанії як потужний стратегічний інструмент, який дозволяє зорієнтувати всі підрозділи та окремих осіб на досягнення єдиної мети, мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечити лояльність та полегшити спілкування. Але далеко не усі керівники володіють навичками та знаннями, які б допомогли встановити корпоративну культуру на високому світовому рівні.

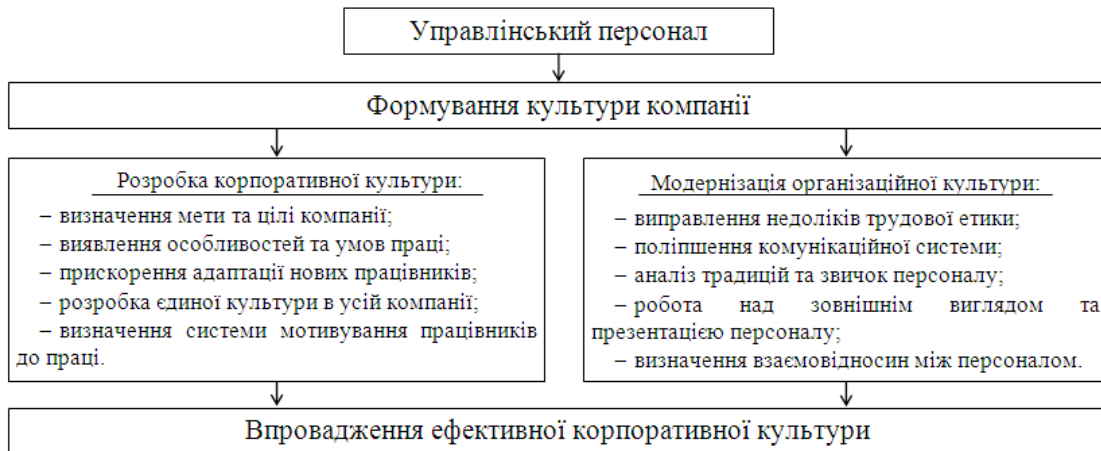


Рисунок 1 – Розробка ефективної корпоративної культури

В пострадянських країнах незначна частина компаній виважено підходить до необхідності формування та регулювання корпоративної культури. Лише кожна п'ята компанія в Україні впроваджує певні заходи щодо формування корпоративної культури, в той час як в країнах західної Європи □ близько 70%, а в розвинених країнах Сходу □ більше ніж 90% всіх компаній. Східні країни мають набагато більшу кількість трудових ресурсів порівняно з іншими країнами, а тому використовують усі можливості мотивації робітників. Все це однозначно позитивно впливає на компанію, так як культура всередині компанії допомагає працівникам працювати якомога краще.

Отже, ідеальною корпоративною культурою можна назвати ту, що збігається з організаційною, та при цьому покращує мікроклімат компанії. Виходячи з цього, основним завданням успішного управління стає впровадження такої корпоративної культури, якої працівники прагнуть дотримуватися. Підтримувати такий рівень культури в належному стані буде легше, ніж виправляти погану. Набагато вигідніше для компанії з точки зору зменшення витрат та більш швидкого корегування її недоліків постійно модернізувати корпоративну культуру.

Література:

1. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування [Електронний ресурс] / В.М. Семененко, О.А. Пишненко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3–4 (4–5). – С. 73–77. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
2. Корпоративна культура: вимоги до регламентування та вплив на соціальний діалог [Електронний ресурс] / Л. В. Щетініна, С. Г. Рудакова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 204–209. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html>
3. Никифорова В. Г., Кравченко В. О. Організаційна культура як складова управління людськими ресурсами у системі стратегічного управління // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313–4569) – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62) – С.94–105.

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Н.С. Мамонтенко, к.е.н., доцент

М.Ю. Єгоров, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

В сьогоднішній час спостерігається тенденція до розвитку як практики, так і теорії менеджменту. При цьому зміни в практиці менеджменту призводять до відповідного розвитку теорії. Така гуманізація менеджменту спричинила перехід від теоретичних інтересів з питань класичної теорії менеджменту до