

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ

Ефективна діяльність багатьох успішних підприємств залежить від наявності високого рівня корпоративної культури, яка є важливим та потужним інструментом управління працівниками підприємства. Сьогодні саме наявність та постійний розвиток корпоративної культури забезпечує довготривалу ефективність господарської діяльності підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на мотивацію працівників, продуктивність та ефективність їх праці.

Дослідженню корпоративної культури приділяли увагу багато науковців, тому існує велика кількість підходів щодо трактування поняття корпоративної культури підприємства. Узагальнюючі різні трактування, можна дати таке визначення - корпоративна культура є складною системою, яка включає цінності, переконання, вірування, уявлення, очікування, символи, а також дієві принципи, норми поведінки, традиції, ритуали та ін., що виникли на підприємстві впродовж терміну його існування та які визнаються більшістю працівників та формують їх поведінку.

Корпоративна культура включає в себе:

- цінності персоналу;
- комунікаційну систему і мову спілкування;
- використання часу;
- взаємовідносини між персоналом;
- розвиток персоналу і його навчання;
- зовнішній вигляд, стиль одягу.

Мета корпоративної культури – це забезпечення високого рівня прибутковості підприємства завдяки вдосконаленню системи управління людськими ресурсами для того, щоб забезпечити лояльність працівників до керівників та менеджерів, виховання у співробітників хорошого ставлення до підприємства.

Для реалізації цієї мети необхідно виконувати такі завдання:

1. Розвивати у персоналу відчуття причетності до діяльності підприємства.
2. Заохочувати та залучати персонал до спільної діяльності на користь підприємству.
3. Підтримувати ініціативи працівників.
4. Зміцнювати соціальні відносини на підприємстві.
5. Допомогати персоналу в особистому розвитку та ін.

Створення високого рівня корпоративної культури забезпечує розв'язання двох ключових проблем: встановлення оптимальних зв'язків між підприємством і зовнішнім оточенням та створення стабільної і продуктивної роботи персоналу на основі партнерських відносин. Корпоративна культура виконує такі функції:

- визначає внутрішнє уявлення про підприємство, формує його цінності;
- допомагає новим працівникам швидко пристосуватись та ефективно виконувати свою роботу, правильно відноситись до певних явищ, що виникають на підприємстві;
- сприяє стимулюванню відповідальності працівників при виконанні певних завдань та ін.

Саме завдяки виконанню своїх функцій корпоративна культура впливає на поведінку та мотивацію працівників на підприємстві.

Базовими засадами розвитку корпоративної культури є її принципи. Вони залежать від виду діяльності організації, національних пріоритетів, особливостей та стилю управління. Принципи корпоративної культури можуть розроблятися кожним підприємством самостійно, але всі вони поділяються на загальні та спеціальні.

До загальних принципів відносять такі:

1. Соціально-економічний та інтелектуальний розвиток. Даний принцип передбачає спрямованість на соціальний та інтелектуальний розвиток працівників, і на забезпечення економічного достатку.
2. Всеохоплення і системність. Цей принцип передбачає, що процес формування та розвитку корпоративної культури здійснюється з урахуванням усіх працівників, явищ, елементів та процесів, що є на підприємстві.
3. Вимірність і корисність. В процесі виконання своїх функцій корпоративна культура повинна приносити користь і працівникам, і підприємству.
4. Відкритість і постійне удосконалення. Даний принцип свідчить про відкритість корпоративної культури та її орієнтацію на забезпечення постійного розвитку та удосконалень.
5. Координація. Принцип реалізується в тому, що корпоративна культура забезпечує порядок роботи підприємства та координує поведінку людей на підприємстві.
6. Обов'язковість. Передбачає те, що норми і правила корпоративної культури є обов'язковими для всіх працівників на підприємстві, і тому керівники компанії повинні здійснювати контроль за їх дотриманням.

Спеціальними принципами є такі:

1. Вільний прояв. Передбачає те, що формування корпоративної культури повинно бути ненав'язливим та здійснюватися залежно від виду діяльності, якою займається підприємство.
2. Узгодженість і відповідність цілей. Оскільки на кожному підприємстві є свої місія, стратегія, цілі, то корпоративна культура повинна відповідати цим цілям та сприяти їх досягненню.
3. Чіткість. Даний принцип передбачає те, що менеджери при формуванні корпоративної культури мають чітко ставити вимоги та цілі, які вони хочуть досягнути.

4. Особистісно-орієнтований менеджмент. Формування корпоративної культури повинно бути націлено на особистісно-орієнтований менеджмент.

Оскільки особливості корпоративної культури часто визначені сферою діяльності підприємства, то для забезпечення стабільності та ефективності важливого значення набуває формування такої культури, яка буде відповідати вживаній технології й сфері діяльності. Процес формування корпоративної культури на підприємстві завжди є досить тривалим та складним. Його суть полягає у виконанні чотирьох послідовних етапів.

1. Необхідно чітко визначити місію підприємства та базові цінності.
2. Відповідно до встановлених цінностей сформулювати стандарти поведінки персоналу підприємства.
3. Дотримуватися старих та створювати нові традиції підприємства.
4. Розробити символіку підприємства.

Головною характеристикою ефективної корпоративної культури є такі базові цінності, які інтенсивно підтримуються, чітко визначені й швидко поширюються. Чим більша кількість працівників, які розділяють ці базові цінності, визнають міру їх важливості та прихильні їм, тим ефективнішою є культура.

Формування корпоративної культури неможливо проводити без усвідомлення рівнів її розвитку і механізмів формування. В науковій літературі виділяється три рівні корпоративної культури. Перший рівень – поверхневий (наочний, видимий, зрозумілий, піддається спостереженню). Це основний базовий рівень, де закладаються основи майбутньої поведінки особистості в колективі, його економічної психології відношення до реалізації основних процесів.

Другий рівень – змістовний. До нього відносяться виражені в словах і діях працівників підприємства загальні цінності та переконання, що свідомо ними поділяються і культивуються. Це найбільш повно виявляється в їхній мові, розповідях, висловлюваннях, використовуваних символах, термінах тощо. Другий рівень – це результат роботи менеджменту на першому рівні.

Третій рівень – невидимий, глибинний. На цьому рівні цінності, які були сформовані і закладені раніше в психологію людей, використовуються ними в свої діях автоматично, підсвідомо.

Якісно побудований процес формування корпоративної культури, повинен виховати у працівників такі якості:

- завжди компетентно та якісно виконувати свої обов'язки;
- бути ініціативним та ризикувати;
- швидко адаптуватися до змін та приймати рішення;
- вміти працювати в команді;
- саморозвиватися;
- довіряти і бути гідним довіри;
- поважати інших та себе;
- бути відповідальним;
- використовувати критичний підхід та прислухатися до критики на свою адресу.

Саме такі цінності забезпечують якісну трудову діяльність кожного працівника на підприємстві, що є запорукою ефективної діяльності підприємства в цілому. Наявність постійного розвитку корпоративної культури забезпечує і постійний розвиток діяльності підприємства, а також відкриває нові можливості реалізації людського потенціалу працівників.

Отже ми бачимо, що корпоративна культура є важливим інструментом в управлінні підприємством. Тому, для підтримки стабільного розвитку підприємства й підвищення ефективності його діяльності, керівники повинні своєчасно формувати та вдосконалювати корпоративну культуру. Вона має стати центром уваги менеджерів, адже дозволяє досягнути ефективних результатів діяльності підприємства через наближення інтересів керівництва і персоналу. Створення високого рівня корпоративної культури дає змогу покращити конкурентоспроможність підприємства та його продукції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.