

**Мельник А.М., магістрант групи ЗМО-20-2М**  
**Науковий керівник – Бірюченко С.Ю., к.е.н., доц.**  
**кафедри менеджменту і підприємництва**  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Корпоративна культура – поняття, без якого не обходиться діяльність жодного підприємства. Вперше сформоване в окрему гілку в системі менеджменту на Заході, воно прийшло і до України з посиленням глобалізації і зараз поступово впроваджується на підприємствах нашої країни. На сьогодні питання формування корпоративної культури не вивчено повністю ні в теорії, ні на практиці, чим і підкреслюється актуальність теми дослідження.

Для успішного ведення справ керівництво підприємства має приділяти увагу не лише технічним та фінансовим аспектам організації своєї діяльності, а також взаємин між керівництвом та персоналом, між самими працівниками підприємства. Саме тому менеджерам підприємства слід приділити велику увагу формуванню корпоративної культури, яку можна визначити як сукупність прийнятих на підприємстві ціннісних установок, норм та зразків поведінки, які створюють орієнтири діяльності співробітників, визначають узгодженість у роботі та відрізняють одне підприємство від іншого. Нерідко менеджери не надають належної уваги важливості формування корпоративної культури, проте простежити вплив даного чинника на «успішність» підприємства не складно.

По-перше, корпоративна культура є одним із інструментів мотивації персоналу підприємства на роботу. Найчастіше низькі показники роботи обумовлені недостатньою мотивацією співробітників, що говорить про необхідність застосування не лише матеріальних, а й моральних методів стимулювання до праці. Корпоративна культура створює сприятливий клімат на підприємстві, що спонукає працівників намагатися виправдати очікування керівника, виконуючи покладене ними завдання у необхідному обсязі та у строк. При цьому велику роль відіграє позитивне ставлення менеджерів до підлеглих. Заохочення та віра у здатність працівника виконати те, що від нього вимагається, зробить для ефективності діяльності значно більше, ніж загроза несхвалення чи штрафу.

По-друге, корпоративна культура дуже впливає на імідж підприємства. Вона є частиною реклами його рекламної діяльності, підвищує надійність підприємства в очах партнерів та клієнтів. Крім того, потенційні працівники зацікавлені в тому, щоб працювати на такому підприємстві, де цінують працю і підтримується «командний дух».

Найбільш ефективним вважається формування корпоративної культури нового підприємства, ніж зміна на існуючому. Саме тому даному питанню слід приділити велику увагу вже за етапі зародження підприємства.

Створення корпоративної культури умовно можна поділити на чотири етапи:

- 1) визначення місії підприємства та його базових цінностей;
- 2) формулювання стандартів поведінки членів підприємства;
- 3) формування традицій підприємства;
- 4) розробка символіки.

До факторів, що ускладнюють процеси формування корпоративної культури середнього та малого бізнесу в Україні варто віднести:

- поєднання статусу власника активів підприємства та посади генерального директора;
- невміння працювати в команді, перекладання вини за невдачі на підлеглих та привласнення успіхів керівниками;
- прийняття рішень щодо призначення на керівні посади, виходячи з особистого знайомства, а не за наявності у претендента сучасних управлінських знань та навичок;
- практично повна відсутність довгострокового планування господарської діяльності через неможливість розробки точного прогнозу характеристик довкілля, через економічну та політичну нестабільність.

Актуалізація проблеми культури підприємства передбачає повне оновлення вищої ланки управління., Більше того, проблема реформування культури підприємства безпосередньо пов'язана з віком топ-менеджерів, їх кваліфікацією та освітою.

Отже, слід відзначити значне значення формування корпоративної культури на вітчизняних підприємствах. При цьому бажано не просто дотримуватися «шаблонних» норм і проводити планові заходи, але й організувати таку культуру, яка б відрізняла підприємство від інших і спонукала працювати у ньому. Також слід приділити увагу неформальному спілкуванню лідера підприємства з персоналом та прислухатися до реакції працівників на внутрішньоорганізаційні зміни, до ідей та пропозицій всіх співробітників. Тільки повний комплекс заходів щодо формування та підтримки організаційної культури надасть можливість підвищити ефективність діяльності підприємства.