

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Як відомо, корпоративна культура – це добре сформована, стійка система норм та цінностей, переконань, принципів і технологій співпраці суб'єктів соціально-трудоких відносин у життєдіяльності організації. Вона виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях менеджменту та працівників, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Сенс корпоративної культури полягає в тому, щоб цінності компанії та людини, що працює в ній, збіглися та ставали нормами професійної поведінки. Метою корпоративної культури є забезпечення конкурентоспроможності компанії на ринку, високої прибутковості її діяльності за рахунок формування іміджу та гарної репутації з одного боку, та вдосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності співробітників до керівництва та його рішень, виховання у працівників ставлення до компанії як до свого дому, з іншого боку.

Елементами корпоративної культури є:

- Місія компанії (основна мета організації для виходу ринку та грамотного позиціонування);
- Стратегія розвитку (по суті, план роботи працівників на найближчі кілька років, в якому прописують як досягати цілей. Завдяки стратегії працівники можуть оцінити свої перспективи розвитку в організації);
- Цінності (переконання, які поділяють усі співробітники. Допомагають зрозуміти претенденту на роботу, чи зможе він стати частиною колективу, який поділяє певні принципи);
- Вид взаємин між колегами (йдеться про тип спілкування залежно від завдань компанії);
- Фірмовий стиль (корпоративні кольори, одяг, дизайн в офісах. Наприклад, одяг може бути виконаний у фірмових кольорах компанії. Впізнана форма допомагає співробітникам відчувати гордість за приналежність до бренду, що позитивно вплине на результати їх роботи. Люди будуть більш мотивованими для досягнення цілей);
- Правила поведінки (регулюють взаємини співробітників. Їх можуть представляти як книги або пам'ятки на стіні в офісі. Прописані інструкції допомагають створити єдиний механізм роботи та підвищити ефективність працівників);
- Посадові інструкції (обов'язки (наприклад, планувати робочий день команди) та завдання (наприклад, підготовка документації) кожного працівника, графік роботи. Допомагають співробітникам розуміти свою зону відповідальності, розподіляти час);
- Інструкції щодо роботи з клієнтами (правила ведення переговорів, взаємодії зі споживачами. За їх допомогою працівники підвищують рівень обслуговування покупців, точніше виконують завдання);
- Традиції (звички, які складаються у колективі довільно, або їх формують співробітники, керівник, PR-фахівець. Важливо, аби традиції подобалися працівникам. Вони гуртують колектив, підвищують настрій, а це, в свою чергу, сприяє більш продуктивній роботі).

Зупинимось на функціях корпоративної культури:

- Формування іміджу (він допомагає створити позитивний образ, щоб залучити співробітників, клієнтів, партнерів та інвесторів);
- Мотивація (правильне стимулювання співробітників допомагає краще вирішувати поставлені завдання);
- Залученість до життя компанії (тренінги, загальні інструктажі, корпоративні розважальні заходи, участь у соціальних проектах допомагають згуртувати колектив та підвищити інтерес співробітників до роботи);
- Адаптація та самоідентифікація (знаючи правила корпоративної культури, нові співробітники швидше розуміють свої обов'язки та адаптуються («вливаються») до колективу, адже кожен працівник повинен почувати себе частиною команди);
- Управління (у корпоративній культурі прописують стиль управління, щоб правильно організувати роботу всередині команди);
- Упорядкування (чітко прописані інструкції забезпечують стабільну та ефективну роботу компанії);
- Позиціонування на ринку (фірмовий стиль, місія допомагають підвищити впізнаваність бізнесу, побудувати маркетингову стратегію).

До переваг формування та впровадження корпоративної культури можна віднести: зростання продуктивності співробітників, готовність до змін та лояльне до них ставлення, забезпечення єдиного механізму роботи, швидка адаптація новачків, зміцнення командного духу, покращення мікроклімату у колективі, якісний клієнтський сервіс.

До недоліків: тривалість впровадження, необхідність оновлення та коригування корпоративної культури, можлива втрата цінних співробітників, які не згодні з правилами.

Корпоративна культура є ефективним інструментом стратегічного розвитку бізнесу та формує імідж організації. Її формування спрямоване на підвищення конкурентоспроможності та пов'язане з інноваціями, які орієнтовані до досягнення бізнес-цілей організації. Корпоративна культура існує в будь-якій організації незалежно від того, чи є спеціальний підрозділ для роботи з нею чи ні, вона існує від самого народження організації.

Кваліфіковане управління корпоративною культурою сприяє позитивному впливу на бізнес організації. Така організація має ринковий авторитет, є привабливою для бізнес-партнерів, акціонерів, потенційних робітників. Корпоративна культура є тією основою життєвого потенціалу організації, яка проявляється у спільній роботі людей, розвитку відносин між ними, формуванні стійких норм та принципів життєдіяльності організації.

До форм прояву корпоративної культури можна віднести: стабільність, ефективність та міцність зв'язків усередині систем організації; культуру та порядок виконання своїх обов'язків; пристосованість до інновацій в організації; встановлений стиль управління всіх рівнях, заснований на співробітництві; позитивна самоорганізація співробітників. Корпоративна культура проявляється у поведінці співробітників відповідно до прийнятих норм та визнаних цінностей, що поєднують інтереси окремих людей, груп та організації загалом.

Корпоративну культуру не можна сконструювати та впровадити, не можна запозичити або скопіювати. Можна запозичити лише окремі механізми зв'язків та структури, які будуть відображені в організаційних проектах. Як свідчить досвід, перенесення системи корпоративної поведінки однієї організації до іншої, переважно, не призводить до очікуваного результату.

Найтиповішими та найпоширенішими помилками формування корпоративної культури є наступні:

- Заперечення необхідності корпоративної культури (багато керівників сфокусовані лише на зростанні доходів і не намагаються покращити комунікацію у колективі, забуваючи про те, що корпоративна культура гуртує команду, допомагає легше впроваджувати нові інструкції та стандарти. Без неї колективом складно управляти, співробітники не почуваються частиною одного цілого);
- Примусове використання нової корпоративної культури може зашкодити бізнесу (не всі співробітники зможуть усвідомити, ухвалити та прийняти нові вимоги, тому інструкції необхідно впроваджувати поступово);
- Відсутність планів на майбутнє (важлива орієнтація на довгострокові цілі, щоб політика компанії довше залишалася актуальною);
- Зацикленість на прибутку (варто пам'ятати, що корпоративна культура – це не засіб отримання грошей. Політику компанії запроваджують для продуктивної роботи працівників. І саме вони допомагають збільшити прибутки компанії);
- Невідповідність цінностям (ситуація, коли керівник сформує корпоративну культуру, але не дотримуватиметься її сам, просто підірве довіру співробітників. Люди почнуть сумніватися в доцільності, корисності та необхідності таких нових правил);
- Використання штрафів за ігнорування інструкцій (щоб корпоративна культура допомогла і приносила користь організації, важливо, щоб співробітники розуміли сенс впровадження нових вимог, приймали їх та відчували користь від змін. Загроза покарання лише погіршить відносини у колективі та негативно вплине на роботу. Продуктивність співробітників буде гіршою, оскільки вони не прийматимуть нестандартних рішень, боячись бути покараними штрафом);
- Відсутність зворотнього зв'язку (важливо цікавитись думкою співробітників щодо організації робочих процесів, щоб коригувати існуючу корпоративну культуру чи формувати нову).

Вдалими прикладами формування та успішного впровадження корпоративної культури є всесвітньо відомі компанії: Facebook, Zoom, Adobe, Pixar, Twitter, Xiaomi, Toyota тощо.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, зазначимо: в умовах сьогодення корпоративна культура є інструментом стратегічного розвитку організації, спрямованого на підвищення її конкурентоспроможності. Корпоративна культура організації визначає вектор її розвитку, дозволяє згладити проблеми узгодження індивідуальних цілей із спільною метою організації, формує загальний культурний простір, що включає цінності, норми та поведінкові моделі, які поділяються всіма співробітниками. Корпоративна культура може більшою мірою впливати на успіх організації, ніж інші фактори. Сильні корпоративні культури сприяють правильному прийняттю рішень, створюють основу співробітництва, заснованого на довірі, неформально впливають на молодих співробітників, сприяючи розвитку їх особистісних та професійних якостей. Масштабність корпоративної культури визначається кількістю та стійкістю найголовніших поглядів та переконань, що приймаються співробітниками.