

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємства, що функціонують в умовах ринкової економіки, здійснюють свою діяльність в рамках певного конкурентного середовища. Конкурентна боротьба з іншими суб'єктами ринку за споживачів є невід'ємним компонентом ринкового механізму господарювання, що, у свою чергу, актуалізує управлінські завдання, пов'язані із формуванням конкурентних переваг. Однією із конкурентних переваг внутрішнього характеру є корпоративна культура підприємства.

Корпоративна культура є важливим інструментом, що забезпечує стратегічний розвиток бізнесу та формує імідж організації. Її формування спрямоване на підвищення конкурентоспроможності та пов'язане з інноваціями, орієнтованими на досягнення бізнес-цілей організації.

Формування корпоративної культури відбувається на кожному підприємстві, з моменту його створення. Причому варто відзначити, що управління корпоративною культурою може здійснюватися як централізовано, з використанням єдиного структурного підрозділу / спеціалізованої служби на підприємстві, так і децентралізовано, в рамках декількох структурних підрозділів. Раціонально побудоване управління корпоративною культурою забезпечує формування додаткових конкурентних переваг, зміцнюючи лояльність та вмотивованість працівників, покращуючи імідж підприємства на ринку.

Основними компонентами корпоративної культури є комунікаційні процеси; сформована система внутрішньоорганізаційних зв'язків між структурними підрозділами; норми поведінки, правила, звичаї та традиції, усталені у діяльності підприємства; розроблені кодекси та процедури. За іншим підходом, у структурі корпоративної культури підприємства прийнято виділяти наступні компоненти:

- сукупність офіційно закріплених та неформальних правил, що діють на підприємстві;
- сформовані звичаї, норми, традиції, ритуали;
- індивідуальні, групові, загальноорганізаційні інтереси та їх узгодженість;
- психологічний клімат та норми поведінки, усталені на підприємстві;
- стиль керівництва;
- міра задоволеності працівників умовами праці та відпочинку;
- самоідентифікація людей, пов'язання ними свого майбутнього із розвитком підприємства.

Отже, корпоративна культура охоплює всі аспекти міжособистісних відносин в рамках підприємства та визначає загальний порядок функціонування відповідної системи відносин.

Ефективне управління корпоративною культурою підприємства потенційно спроможне сформувати наступні переваги для суб'єкта господарювання:

- стабільність та стійкість функціонування, високий рівень лояльності працівників;
- відповідальне ставлення до своїх обов'язків, культура праці, спрямована на забезпечення досягнення високих результатів;
- інноваційний тип мислення та готовність до змін;
- ефективний стиль управління, відносини між керівниками та підлеглими, що ґрунтуються на взаємоповазі;
- сприятливий психологічний клімат тощо.

Корпоративна культура є важливим компонентом маркетингової політики підприємства, адже формує вектор його розвитку та загальне позиціонування на ринку. Формування цінностей у рамках корпоративної культури, які б поділялися усіма працівниками, забезпечує злагодженість роботи персоналу, розвиток людського потенціалу.

Корпоративна культура суб'єкта господарювання визначає вектор його розвитку, ідентифікує напрями функціонування підприємства. Вона дає можливість суб'єкту господарювання значною мірою вирішити проблему узгодження індивідуальних цілей працівників із загальною метою підприємства, при цьому створюється загальний культурний простір, який включає цінності, правила, норми, моделі поведінки, які приймаються всіма співробітниками.

Отже, варто відзначити, що корпоративна культура є важливим інструментом управління ефективністю діяльності підприємства. Тому для підтримки стабільного функціонування та розвитку підприємства та підвищення ефективності його діяльності менеджери усіх рівнів повинні вирішувати завдання щодо формування цільових елементів корпоративної культури та забезпечення її розвитку відповідно до умов зовнішнього та внутрішнього середовища.