

Розвиток корпоративної культури в умовах віддаленої зайнятості

Культура компанії є невід'ємною частиною бізнесу. Вона зачіпає практично всі аспекти діяльності: від підбору кращих працівників до підвищення їх задоволеності роботою. Без сформованої корпоративної культури багато співробітників будуть боротися за те, щоб знайти реальну цінність у власній роботі, а це призводитиме до різних негативних наслідків, в т. ч. і часткової втрати прибутку.

Корпоративна культура – це обличчя компанії; сукупність діяльності співробітників, процесів і робочого середовища для досягнення загальних цілей компанії. Корпоративна культура також включає те, як організація взаємодіє із співробітниками, клієнтами, суспільством, а також їхнє сприйняття самої організації. Головними представниками корпоративної культури є співробітники компанії.

Переваги розвинутої корпоративної культури включають: залученість співробітників, задоволеність роботою, а також почуття приналежності до колективу та загальну згуртованість. Організації з розвинутою корпоративною культурою приваблюють співробітників, які працюють із задоволенням і відчують зв'язок з компанією. По суті, вони стають «амбасадорами» своєї компанії, підвищуючи її репутацію та сприяючи залученості висококваліфікованих кадрів.

Все більше компаній переходять на режим роботи з віддаленими робочими місцями через технологічний розвиток та потребу в ефективному управлінні та залученні талановитих співробітників. Віддалена зайнятість вимагає нового підходу до корпоративної культури, комунікації, співпраці та лідерства. Компанії повинні адаптуватися до цих змін, забезпечуючи ефективну комунікацію, підтримку співробітників, встановлення ясних цілей та очікувань [1].

Серед українських науковців можна виділити В.А. Гневко та І.П. Яковлева, які вважають, що корпоративна культура – це певна картина більш менш однорідних і погоджених один з одним уявлень, значень і узагальнень, які діють в трудовому процесі і розділяються різними категоріями фахівців, орієнтуючи їх і додаючи сенс їх діяльності в певній системі [2].

За результатами дослідження робочої сили, проведеного у 118 країнах Міжнародною організацією праці, встановлено, що до пандемії COVID-19 лише 7,9 % працівників у світі працювали у віддаленому режимі на постійній основі. Частка дистанційних працівників у країнах ЄС, за даними Євростату, у 2019 р. становила трохи більше 5 %, і цей показник був незмінним протягом останнього десятиліття.

Достовірних даних щодо поширеності віддаленої форми роботи в Україні до пандемії COVID-19 немає. Періодичні дослідження робочої сили, що проводить Державна служба статистики України, не відрізняє працівників, які працюють на робочому місці, наданому роботодавцем, і тих, які здійснюють професійну діяльність на робочому місці, що знаходиться поза межами організації або офісу.

Очевидно, що карантинні обмеження помітно змінили ситуацію зайнятості в офісі та віддалено. Так, у 2020 р. у США вдома працювали дві третини (62 %) усіх працюючих. У країнах ЄС цей показник був меншим і становив 12 %, проте різниця із ситуацією до карантину є значною. Що стосується України, то у квітні 2020 р. серед жителів міст із населенням понад 50 тис. мешканців працювали у віддаленому режимі неповний чи повний робочий день уже 40 %. Пандемія COVID-19 не тільки поставила під питання готовність компаній оперативно адаптувати операційні процеси під нові умови, а й показала бізнесу важливість корпоративної культури.

Ситуаційні фактори, під впливом яких наразі функціонує корпоративна культура компаній, впливають на поведінку як окремого співробітника, так і загалом колективу, а також відношення до цієї компанії споживачів. Для підтримки та розвитку корпоративної культури в умовах пандемії COVID-19 важливого значення набувають такі складові, як корпоративні цінності, роль лідера та бренд роботодавця, оскільки вони слугують основним орієнтиром для співробітників і клієнтів компанії щодо загальних цінностей, прозорості та перспективності її діяльності [3, с. 152–153].

З метою удосконалення існуючої або формування нової корпоративної культури компанії варто провести детальний аналіз змін, що відбулися всередині організації, усунути застарілі практики, що втратили сенс та отримати зворотний зв'язок з боку працівників щодо сформованих основних ключових елементів нової або удосконаленої корпоративної культури.

HR може допомогти підтримувати корпоративну культуру серед віддалених працівників за допомогою наступних дій [4, с. 54–55]:

- HR-спеціалістам потрібно забезпечити постійний та ефективний зв'язок з віддаленими працівниками. Вони можуть використовувати електронні комунікаційні засоби, такі як Google Meet або Viber, Telegram, для збереження зв'язку, обміну ідеями, спільної роботи та обговорення питань. Регулярні онлайн-зустрічі, вебінари та відеоконференції також можуть бути корисними для зміцнення комунікації;

- налагодження ефективної комунікації між співробітниками – однією з найбільших перешкод на шляху до дистанційної культури є спілкування. Оскільки всі працюють з різних місць, то знайти компроміс і можливість для кожного не завжди легко. Прості виправлення вимагають більше часу та подальших дій. Тому менеджери мають встановити норми спілкування, щоб забезпечити ясність. Встановлення стандартів зв'язку запобігатиме завалу людей повідомленнями, зменшить переривання та полегшить спілкування;

- розробка інформаційного бюлетеня для всієї компанії, за допомогою якого легко можна ділитися подіями, цілями та досягненнями різних відділів;

– використання модуля зворотного зв'язку з працівниками – необхідно забезпечити співробітникам можливість поділитися тим, що їм подобається і не подобається, та як можна покращити певний процес. Також HR-спеціалісти можуть надавати зворотний зв'язок віддаленим працівникам щодо їхньої роботи, а також оцінювати їхні досягнення та внесок у досягнення цілей компанії. Це може бути здійснено за допомогою онлайн-інструментів для оцінювання та надсилання зворотного зв'язку, таких як проведення електронних опитувань, використання програмного забезпечення для оцінювання та нагородження;

– закладення цінностей і культурних принципів – HR-спеціалісти може виконувати роль тьютора та порадирика для віддалених працівників щодо цінностей і культурних принципів компанії. Вони можуть забезпечити доступ до інформації про цінності, місію та візію компанії, а також пропонувати конкретні приклади, як втілювати ці принципи у роботі та поведінці;

– здійснення онлайн-навчання та розвитку – HR-спеціалісти можуть забезпечити онлайн-навчання та розвиток для віддалених працівників, що сприяє їх професійному розвитку та залученню у культурне середовище компанії. Це може включати веб-формати навчання, онлайн-курси, віддалений тренінг та інші ресурси для самоосвіти. Це сприяє почуттю належності та залученості співробітників до команди;

– проведення корпоративів (спільне проведення вихідних днів і соціальних заходів) – HR-спеціалісти можуть організувати вихідні дні та соціальні заходи для віддалених працівників з метою покращення командного духу та обміну неформальною інформацією (віддалених вечірок, онлайн-ігор, віртуальних екскурсій або інших подій, які зближують працівників із компанією.

Загалом, HR-відділ може відіграти важливу роль у підтримці корпоративної культури серед віддалених працівників, забезпечуючи їх комунікацію, залученість та зв'язок з компанією через віддалений формат роботи.

Важливим чинником формування корпоративної культури організації є мова спілкування. Мова спрямована як у внутрішній неповторний світ людини, її психіку, інтелект, так і у зовнішній світ – природу, суспільство тощо. Мова є основою розвитку особистості з високим інтелектуальним рівнем і творчою індивідуальністю, вона не існує поза людською спільнотою. Як наголошував український мовознавець О. Потебня: «Мовна індивідуальність вирізняє людину як особистість, і що яскравіша ця особистість, то повніше вона відображає мовні якості суспільства». Народ творить мову, а мова творить народ.

Мова як засіб спілкування пов'язана із мовним етикетом. Ділове спілкування має відповідати певним вимогам, серед яких: орієнтація на конструктивний результат, прагнення розв'язати конфлікт чи спірні моменти під час спілкування, бажання досягти певних домовленостей і укладання ділових угод тощо. Під час ділового спілкування ставлення до обговорюваної проблеми не залежить від ставлення до ділового партнера, задіяного в обговоренні. Така ситуація дає змогу виявити проблему «в чистому вигляді» і об'єктивно її оцінити. Отже, мовний етикет у діловому спілкуванні передбачає шанобливе ставлення до співрозмовника, використання загальнокультурних норм спілкування, судження та форми вираження.

Отже, керівництво багатьох компаній зіткнулося з проблемою розвитку корпоративної культури в умовах віддаленої зайнятості. Для вирішення цієї проблеми було визначено низку завдань, які сприятимуть посиленню настрою роботи працівників та трудового потенціалу. Основними напрямками вдосконалення корпоративної культури є налагодження ефективної робочої та неформальної комунікації у віддаленій команді, підтримка усталених традицій із використанням цифрових інструментів, у т. ч. зв'язку. Таким чином, корпоративна культура – це інструмент, за допомогою якого можна впливати на результативність поведінки персоналу компанії.

Список використаних джерел:

1. Тренди в підборі персоналу 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://notagroup.com.ua/news/trendi-v-pidbori-personalu-2021/>. – Дата звернення: 27.10.2023.
2. Синицька О.І. Підходи до формування трудового колективу та корпоративної культури. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2003. Вип. 1. С. 359.
3. Іванченко Г.В. Вплив пандемії COVID-19 на формування та розвиток корпоративної культури компанії. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5. Том 1. С. 150–154.
4. Краснокутська Н.С., Кришталева О.В. Розвиток корпоративної культури в умовах віддаленого режиму роботи. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. № 4. Том 32 (71). С. 53–57.