

Формування корпоративної культури в умовах віддаленої зайнятості

Культура компанії є невід'ємною частиною бізнесу [2, с. 29]. Вона зачіпає практично всі аспекти діяльності компанії – від підбору кращих талантів до підвищення задоволеності співробітників. Без сформованої корпоративної культури багато співробітників будуть боротися за те, щоб знайти реальну цінність у власній роботі, а це, зі свого боку, призводитиме до різноманітних негативних наслідків, в т. ч. і часткової втрати прибутку.

Корпоративна культура – це сукупність діяльності співробітників, процесів і робочого середовища для досягнення загальних цілей компанії [1]. Вона також включає те, як організація взаємодіє зі співробітниками, клієнтами та суспільством, а також їхнє сприйняття організації.

Переваги сформованої корпоративної культури включають сильну залученість співробітників, задоволеність роботою, а також глибоке почуття приналежності та згуртованості. Організації з такою корпоративною культурою приваблюють співробітників, які відтак працюють із задоволенням і відчують зв'язок з компанією. Таким чином, вони стають «амбасадорами» своєї компанії, підвищуючи її репутацію і сприяючи залученню нових працівників.

Все більше компаній переходять на режим роботи з віддалених місць через технологічний розвиток та потребу в ефективному управлінні та залученні співробітників. Віддалена зайнятість вимагає нового підходу до корпоративної культури, комунікацій, співпраці та лідерства. Компанії мають адаптуватися до цих змін, забезпечуючи підтримку співробітників, встановлення чітких цілей та очікувань.

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, наприклад, в умовах поширення різних епідемій, важливого значення набувають такі складові, як корпоративні цінності, роль лідера та бренд роботодавця, оскільки вони слугують основним орієнтиром для співробітників та клієнтів компанії у виокремленні її з-поміж інших.

HR може допомогти підтримувати корпоративну культуру серед віддалених працівників за допомогою наступних стратегій:

- встановити 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 і відеоконференції також можуть бути корисними для зміцнення комунікації;

- закласти відповідні цінності та культурні принципи – HR-служба може виконувати роль наставника для віддалених працівників в напрямі роз'яснення 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 за умов віддаленої зайнятості;

- забезпечити онлайн-навчання та розвиток віддалених працівників, що сприятиме їх професійному розвитку та залученню у культуру компанії. Це може включати веб-формати навчання, онлайн-курси, віддалений тренінг та інші ресурси для неформального навчання;

- організовувати заходи для віддалених працівників з метою покращення командного духу та обміну неформальною інформацією (наприклад, віддалені вечірки, онлайн-ігри, віртуальні екскурсії або інші події, які зближуватимуть працівників з компанією) та ін.

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 визначено налагодження ефективної робочої та неформальної комунікації у віддаленій команді, підтримку усталених традицій (звичай) із використанням цифрових інструментів зв'язку.

Список використаних джерел:

1. Дяків О.П. Основні складові формування корпоративної культури в організації. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Соціально-трудові відносини: теорія і практика.* К. : КНЕУ, 2010. Т. 3. С. 94–100.
2. Граціотова Г.О., Степанова А.В. Методи формування та удосконалення корпоративної культури на державних підприємствах. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету.* 2021. № 2 (16). С. 25–33.