Тимошик Я.А., студентка, 4 к., гр. ЕК-4, ФБСО
Науковий керівник: Ткачук В.О. доцент кафедри фінансів та цифрової економіки, к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Корпоративна культура як фактор розвитку підприємства

В більшості українських організацій спостерігається низька ефективність діяльності, зумовлена, крім інших причин, саме відсутністю грамотно сформованої корпоративної культури. Нові ринкові умови господарювання призводять до необхідності трансформації застарілої управлінської системи, змін у цілях і способах розвитку культури, зокрема, формування ключових цінностей окремих організацій, націлених на задоволення потреб покупців і зміцнення своєї ринкової позиції.

В умовах ринку корпоративна культура виступає потужною конкурентною перевагою підприємства, підвищуючи ефективність функціонування у зовнішньому середовищі, як правило, за рахунок збільшення організаційної ефективності. Взагалі, увагу до феномену корпоративної культури було привернуто наприкінці 1990-х років з апеляцією до зарубіжного досвіду. На той момент переважна більшість публікацій, присвячених організаційній культурі, мали описовий характер досвіду зарубіжних компаній і демонстрували спроби застосування цього явища в українських реаліях з переважанням форми над змістом.

У рамках організаційної поведінки корпоративну культуру можна визначити у вигляді системи цінностей і методів розв'язання проблем, що ведуть організацію до успіху. Ці методи розв'язання і система цінностей формують у співробітників організації усвідомлення приналежності до певної організаційної культури. Кожна успішна організація, що розвивається, прагне формувати свою власну організаційну культуру.

Корпоративну культуру можна визначити як набір базових цінностей, негласних норм і угод, переконань, які поділяють усі співробітники організації. По суті, це своєрідна система загальних припущень і цінностей про те, що і як робиться на підприємстві, що пізнається в міру зіткнення з внутрішніми та зовнішніми проблемами.

Основні елементи корпоративної культури співвідносяться між собою за принципом додатковості, як гнучкої форми взаємодії в рамках єдиної цілісності (рис. 1). Ці елементи створюють корпоративний контекст функціонування організації та сприяють отриманню потенціалу корпоративної культури підприємства.

Рис. 1. Елементи корпоративної культури [1]

Загалом, управління щодо корпоративної культури має на увазі формування, підтримку культури, а також внесення змін і коригувальних дій за необхідності. Зміни проводяться разом зі змінами організаційної структури або робочого процесу, які вважаються необхідними для досягнення цілей організації.

Основними складовими корпоративної культури є:

– декларація організаційної місії;
– організаційна філософія;
– організаційний дух;
– управління, стиль керівництва та лідерства;
– організаційна етика;
– управління персоналом;
– імідж і репутація;
– культура якості.

У процесі ефективного формування корпоративна культура має стимулювати співробітників до підвищення кваліфікації, розвивати внутрішньоорганізаційне навчання персоналу, що може сприяти розв'язанню управлінських завдань, закріпленню найкваліфікованіших працівників, забезпеченню їхньої ротації, лояльному ставленню до організації, усуненню причин конфліктних ситуацій. Оскільки персонал і його мотивація, а також сама корпоративна культура є внутрішніми факторами розвитку конкурентоспроможності, то заходи в рамках корпоративної культури

вплинуть на зростання конкурентоспроможності підприємства та фінансових результатів його діяльності.

Ефективну корпоративну культуру вирізняють такі характеристики, як: злагодженість, взаємодія; задоволення роботою та гордість за її результати; відданість організації та готовність відповідати її високим стандартам; вимогливість до якості праці; готовність до змін, викликаних прогресом і конкурентною боротьбою, незважаючи на труднощі та бюрократичні перепони. Дослідження з корпоративної культури ж показують, що всі успішні компанії мають сильну корпоративну культуру, цінні співробітники самі прагнуть бути у тих компаніях, де їх ефективно мотивують і в яких приємно працювати. Адже поряд із матеріальним заохоченням є нематеріальне заохочення та мотивація, проблемами якої і має опікуватися корпоративна культура.

У деяких компаніях є певна корпоративна культура, проте вона може не бути сформульованою, через що також може існувати переконання, що співробітники не поділяють її титульний стиль, методи роботи та декларовані цінності, або виникають інші, негативні для інтересів компанії, уявлення (наративи). Сформульована та чітка корпоративна культура необхідна для того, щоб кожен працівник знав, які цінності сповідує компанія, якою є її політика в різних сферах діяльності, правила прийнятної та неприйнятної поведінки.

Навіть якщо в компанії є своя корпоративна культура, часто виникає потреба в її зміні. Необхідність зміни корпоративної культури виникає через те, що практика, що склалася, загальні переконання або стиль роботи співробітників неадекватний, завдає шкоди інтересам компанії.

Постійно зазнаючи впливу з боку зовнішнього бізнес-середовища та пристосовуючись до змін ринку, сучасна організація повинна мати здатність формувати та накопичувати потенціал, що може забезпечити не лише своєчасну та адекватну реакцію на впливи такого середовища, а й дасть можливість активно змінювати навколишню дійсність, ефективно управляти функціонуванням і розвитком численних елементів і підсистем організації [2]. У зв'язку з цим, з метою розвитку і підтримки корпоративної культури організації можна запропонувати до реалізації такі заходи:

– по-перше, виробити стійку систему цінностей, прийнятних для всього трудового колективу – система цінностей організовує внутрішній стрижень корпоративної етики: чим міцніші цінності в культурі цієї організації, тим сильніше вони впливають на поведінку співробітників;

– по-друге, створити корпоративний кодекс, в якому буде викладено, що організація реалізовує свою діяльність відповідно до законодавства, і всі співробітники керуються правилами ведення бізнесу. Відповідно, корпоративні цінності будуть повідомлятися кожному новому співробітнику на самому початку його роботи;

– по-третє, запровадити систему проведення тренінгів (воркшопів) із персоналом, спрямованих на підтримання корпоративної культури та згуртування трудового колективу; запровадити інтерактивні курси з культури ділових взаємовідносин для кожного співробітника;

– нарешті, по-четверте, розробити систему методів мотивації персоналу з урахуванням змін в економічній системі та на ринку праці.

Отже, можемо відзначити, що за вмілого використання корпоративної культури можна привести підприємство до успіху, процвітання і стабільності. Корпоративну культуру необхідно вивчати, стежити за її формуванням, удосконалювати та регулювати її зміни. Вона має стати органічною частиною всього підприємства, бути адекватною сучасним вимогам, продиктованим економічним і технологічним розвитком, специфікою українського законодавства та менталітету, а також конкретного підприємства. Вона має сприяти досягненню поставлених цілей, а, отже, підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Брустинов Д.М., Калініченко Т.І. Вплив корпоративної культури на діяльність менеджерів. *Держава та регіони*. 2015. № 1. С. 31–33.

2. Лозовський О.М., Петлінська Ю.О. Роль корпоративної культури в системі корпоративного управління підприємством. *Молодий вчений*. 2017. № 1. С. 635–639.