

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Нікітюк Т.Л.,

*студент кафедри управлінських технологій
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна
e-mail: NykytiukTL@krok.edu.ua*

В сучасному світі підприємства повинні миттєво адаптуватися до мінливого бізнес-середовища з урахуванням власних можливостей, їх усіх об'єднує жага заробітку та індивідуальне застосування правил менеджменту в господарській діяльності. Ключовими елементами у побудові конкурентоспроможного і прибуткового підприємства є раціоналізація внутрішньо організаційних процесів та ефективне використання наявних ресурсів організації (зокрема персоналу), завдяки створенню на підприємстві виняткової корпоративної культури.

В сучасній економічній літературі значна увага приділяється корпоративній культурі (цій проблемі присвячені роботи А. Беліченко, В. Воронкової, Т. Дила та А. Кеннеді, О. Попова, В. Співака, Н. Тимошенко, Г. Хаєт, Е. Шейна), використанню маркетингового підходу (Балабанова Л. В., Войчак А. В., Котлер Ф., Куденко Н. В., Ламбен Ж.-Ж., Мак-Дональд М., О'Шонессі Дж., Хруцький В. Є., Чевертон П.), і, зокрема, проблемам управління корпоративною культурою (Орлова Т., Кучерова О., Балабанова Л. В., Балабаниць А. В.).

Для успішної реалізації стратегічних цілей підприємства дедалі більшого значення набуває розуміння менеджментом ролі корпоративної культури та обґрунтування доцільності інвестицій в корпоративну культуру. У багатьох керівників поняття «корпоративна культура», асоціюється з традиціями, закладеними на конкретному підприємстві, а все інше – просто розумно складені речення. Проте, це спрощене розуміння. Адже, кожне підприємство має формувати свою систему корпоративної культури, щоб насамперед досягти поставленої бізнес-мети. Ця система повинна складатися з певних цінностей і поділятися керівниками цього підприємства. Саме тому культура, яка формується, стає своєрідною візитною карткою підприємства, за якою можна робити висновки про її носія. На підприємстві корпоративна культура створює особливу внутрішню атмосферу, яка мобілізує людей на виконання вищих цілей і місії: підвищується якість та інтенсивність роботи кожного працівника, зводяться до мінімуму виробничі конфлікти. Сьогодні більшість керівників розглядають корпоративну культуру як потужний стратегічний інструмент, який орієнтує всі підрозділи на досягнення загальних цілей [1, с. 179].

Формування культури в організації пов'язане з впливом культури суспільства, у середині якого дана організація функціонує. Правила культури які будуть враховувати такі аспекти, як адаптація нових працівників, поведінка працівників на нарадах, міжособисті неформальні відносини, дрескод з одягу, зовнішнє оформлення організації тощо сприятимуть позитивному

психологічному клімату в колективі і в подальшому стануть стратегічним ресурсом організації.

При формуванні корпоративної культури організації, яка б підтримувала стратегію гнучкого організаційного розвитку, необхідно виконати ряд відповідних кроків [2, с.11]:

1) визначити стратегію щодо встановлення основних цілей і цінностей, бажаних пріоритетів, принципів, норм поведінки колективу;

2) виявити позитивні і негативні цінності. Визначити ступень відповідності існуючої корпоративної культури обраної керівництвом, яка впливає на стратегію розвитку організації;

3) створити організаційні заходи, спрямовані на формування бажаних цінностей і зразків поведінки;

4) здійснити гнучкий вплив на корпоративну культуру з метою подолання негативних аспектів, які будуть сприяти реалізації обраної стратегії;

5) оцінити успішність впливу стратегії організації на корпоративну культуру і за необхідністю, внесення корективів у дану стратегію.

Таким чином, корпоративна культура є головним механізмом, що забезпечує практичне підвищення ефективності роботи організації. Формування корпоративної культури підтримує формування стратегії організації та є важливим механізмом для успішного виконання її завдань, адже культура формує соціально-психологічний клімат і корпоративний дух, які сприяють виконанню поставлених завдань та досягненню успіху всієї організації [3, с.31]

Слід зазначити, що корпоративна культура, завжди, повинна підтримувати місію, цілі та конкретну стратегію розвитку організації. При цьому мета поєднання місії і культури носить довгостроковий характер, що сприяє досягненню максимальних результатів, при цьому зміни, вироблені в корпоративній культурі потребують високого ступеня компетентності з боку керівництва організації.

Список використаних джерел:

1. Башук Т.О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т.О. Башук, А.М. Жолудєва // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - Харків, 2017. – №2. – С. 179-184.
2. Дмитренко М.Й. Головні стратегії дослідження корпоративної культури в сучасній філософській рефлексії // *Вісник Житомирського державного університету*. - 2018. - с. 8-12.
3. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства // *Економіка харчової промисловості*. - 2018. - №3. - с.28-32.