

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК НЕОДМІННА УМОВА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Корпоративна культура нині сприймається як важливий елемент ділового життя, невід'ємна частина системи ефективного корпоративного управління. Вона розглядається як вирішальний фактор формування механізму прийняття рішень, своєрідна основа раціональної діяльності, що забезпечує єдність дій співробітників, контроль і стимулювання усіх працюючих. Тому виникає необхідність розробки ефективної діючої, унікальної системи корпоративної культури як одного із напрямів удосконалення корпоративного управління на підприємстві, що дозволить забезпечити дохідність підприємства за рахунок максимізації ефективності корпоративного менеджменту.

Корпоративна культура відіграє важливу роль у визначенні і реалізації управлінської діяльності, здійсненні ефективної політики підприємства. Дослідження в цій сфері здійснювали такі українські вчені, як Г.М. Захарчишин, Т.В. Костіна, Л.В. Кривенко, Я.І. Пижинський, В.О. Шпильова та ін. Проте, враховуючи нестабільність зовнішнього середовища, необізнаність керівників компаній про важливість і необхідність корпоративної культури, узагальненні і фіксації її елементів в нормативних документах можна стверджувати, що питання вивчення корпоративної культури, формування та впровадження її в практику українських підприємств і надалі залишається актуальним.

Стан корпоративного управління характеризується, перш за все, практикою господарювання та корпоративною культурою: вони є базовими щодо норм корпоративного законодавства. Якими б досконалими не були законодавчі норми, вони не працюватимуть в умовах їх неприйняття практикою господарювання та культурою взаємовідносин.

Стрімкий розвиток глобалізації та розбудова інформаційного суспільства спричинюють переосмислення таких понять як етика, цінності та культура. Корпоративна культура сприяє розвитку та досягненню стратегічних цілей і орієнтирів організації. Крім того, майже кожна успішна організація має свою корпоративну культуру, яку на наш погляд найкраще характеризує таке визначення як – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Така культура дозволяє вирізняти організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників [4].

Функціональне навантаження корпоративної культури організації полягає в можливості використання її як механізму регулювання і впливу на якість, а також ефективність виробництва. Основне завдання, яке вирішується в даний час за допомогою корпоративної культури - це створення і збереження цілісності та стабільності організацій. Корпоративна культура є основою сучасного ринкового менеджменту, а більшість організацій управляються кадрами, у яких відсутнє нове прогресивне мислення, зокрема, їм властиві традиційні принципи управління трудовим колективом [3].

Враховуючи, що сучасна корпоративна культура містить ключову суперечність - командний стиль управління і впровадження принципу особистої відповідальності найманих робітників, слід зазначити, що це перешкоджає формуванню консолідованої культури організацій. Тому, на жаль, особливості корпоративної культури в українських організаціях поки що носять декларативний характер. В перспективі необхідно сформувати новий стиль управління, що поєднає, з одного боку, жорстку дисципліну і централізацію, а з іншого - скорочення дистанції влади через відкритість і доступність. Крім того, варто спрямувати зусилля на подальшу розробку теоретико-прикладних аспектів формування позитивного іміджу учасників організації на засадах функціонування якісно-нової стратегії розвитку корпоративної культури [4].

Наявність стратегії формування і розвитку корпоративної культури – дасть змогу перевірити чи буде діяльність підприємства відповідати сучасним викликам ХХІ століття та вимогам соціуму, і чи буде підприємство трактувати себе як частину суспільства, або функціонувати на ринку як відособлений суб'єкт. Адже, унікальність системи корпоративної культури полягає у тому, що вона забезпечує досягнення бажаного ефекту від діяльності організації, є надбанням системи внутрішніх цінностей

компанії, що передбачають систему норм та еталонів поведінки, відносин та способів ведення бізнесу, що у врешті-решт формують індивідуальність компанії. Ядром корпоративної культури є цінності [5].

Корпоративна культура на різних підприємствах може мати неоднакову орієнтованість на розвиток персоналу і виробничі функції. В економічній літературі корпоративна культура класифікована на негативну і позитивну залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу [1]:

1) позитивна корпоративна культура фіксує цінність професійно-трудова діяльність як способу реалізації цінності, її саморозвитку, а також цінність організації;

2) негативна корпоративна культура - відображає ситуацію, коли становище на конкретному підприємстві в цілому є позитивним, однак, для окремого співробітника з точки зору його саморозвитку та самореалізації – невідповідним.

В інтересах високоякісного розвитку трудового потенціалу вітчизняних підприємств україн необхідним є формування позитивної корпоративної культури. Це, своєю чергою, потребує перегляду діючих на підприємствах систем управління працею, організації оплати праці, трудового виховання молоді та професійного навчання, вдосконалення колективно-договірних регулювань праці.

Передумовою удосконалення корпоративної культури на підприємстві є виявлення необхідних напрямків змін корпоративної культури підприємства. Слід удосконалювати положення колективного договору, що мають регулювати умови й оплату праці, заохочення трудових досягнень працівників, їх участь у розробленні та впровадженні інновацій, питання управління корпоративною культурою має перебувати у центрі уваги менеджерів, підпорядковуватися досягненню максимальних результатів на основі наближення інтересів адміністрації і найманих працівників.

Окремо слід виділити елементи нової корпоративної культури організації, що розкривають перецінку соціальних пільг і гарантій де немає суперечностей між ринком і соціальними зобов'язаннями перед колективом організації. Однак, зазначимо такий хитрий аспект власників підприємств які пов'язують надання соціального пакету як елемент впровадження якісно-нових цінностей. Слід зазначити, що для цього діють системи вибіркового заохочення, які підтримують відповідні для організації стандарти поведінки. Крім того, у ході розробки та подальшої реалізації стратегії корпоративної культури організації нового типу мають бути враховані загальноцивілізаційні закономірності та особливості розвитку українського суспільства [3].

Для підвищення ефективності впровадження змін корпоративної культури на підприємстві необхідно розробити комплекс робіт щодо підтримки розвитку корпоративної культури на підприємстві. В ідеалі – потрібно створити на підприємстві "осередок" корпоративної культури. У відділі маркетингу потрібно організувати відділення корпоративної культури (або робочу групу), в якому мають працювати 2-3 спеціалісти з корпоративної культури. Відділення (робоча група) корпоративної культури має системно та постійно займатися питаннями формування, оцінки, розвитку і управління корпоративною культурою підприємства. Тому саме на відділення корпоративної культури слід покласти завдання з впровадження змін та підтримки розвитку корпоративної культури на підприємстві.

Проведене дослідження показує, що основою життєвого потенціалу організації є, її корпоративна культура. Вона відіграє важливу роль у визначенні і реалізації управлінської діяльності, здійсненні ефективної політики підприємства. В Україні корпоративна культура найчастіше залишається поза увагою керівників підприємств. Важливим напрямом вирішення цієї проблеми, на нашу думку, є поглиблення її аналізу. В зв'язку з цим вважаємо за доцільне: створити команду з прогресивним мисленням; розробити стратегію корпоративної культури; розробити Положення про корпоративну культуру підприємства; удосконалити Положення колективного договору; ввести систему оцінки рівня корпоративної культури.

З метою забезпечення стабільного розвитку підприємств та підвищення ефективності їх діяльності, керівництву українських підприємств необхідно інвестувати ресурси у формування та вдосконалення корпоративної культури.

Список літератури:

1. Захарчишин, Г.М. Корпоративна культура. – Навч. посібник / Г.М. Захарчишин. - Львів: Новий світ-2000, 2011. - 342 с.

2. Костіна, Т.В. [Корпоративна культура: її сутність і формування в Україні](http://www.stattionline.org.ua/ekonom/60/8066-korporativna-kultura-) // [Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського](http://www.stattionline.org.ua/ekonom/60/8066-korporativna-kultura-). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/60/8066-korporativna-kultura->

[%D1%97%D1%97-sutnist-i-formuvannya-v-ukra%D1%97ni.html](#)

3. Кривенко, Л.В. Сучасна стратегія корпоративної культури організації: проблеми та перспективи. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_TPE/Krivenko_15.pdf

4. Пижинський Я.І. Формування концепції організаційної культури /Я.І Пижинський, Д.В. Брустінов // Економіка і управління. – 2008. – №5. – С. 20-25.

5. Фіщук Н.Ю., Ломачинська І.В. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/691.pdf>.