

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ РОЛЬ В РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті визначено сутність поняття «корпоративна культура». Розглянуто структуру, функції та особливості формування корпоративної культури підприємства. Досліджено вплив корпоративної культури на розвиток організації.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, культура підприємства, управлінська діяльність, персонал, розвиток підприємства.

Abstract

The article defines the essence of the notion of «corporate culture». The structure, functions and peculiarities of corporate culture formation of the enterprise are considered. The influence of corporate culture on the development of the organization is investigated.

Keywords: corporate culture, organizational culture, enterprise culture, management activities, personnel, enterprise development.

Вступ

Діяльність кожної організації підпорядковується будь-якій системі формальних і неформальних правил. Формальні правила – це правила внутрішнього трудового розпорядку. Неформальні правила стосуються зовнішнього вигляду співробітників, професійного сленгу, взаємовідносин між підлеглими і керівництвом. Формальна система правил спирається на організаційну структуру підприємства, неформальна система – це та, яку ми називаємо «організаційною», або «корпоративною культурою».

Метою роботи є визначення теоретично-наукових засад корпоративної культури та її ролі в розвитку організації.

Основна частина

Будь-яка організація є складною сукупністю великого числа взаємопов'язаних елементів: персонал, матеріально-технічна база, зміст діяльності і т.д. Набір зазначених елементів являє собою організаційний потенціал. Основу організаційного потенціалу складає так звана культура організації – сукупність управлінського персоналу, системи цінностей і процедур, комплекс найбільш стабільно і тривалий час існуючих характеристик організації.

В електронному словнику-довіднику корпоративна культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи та працівників на загальні цілі.

Термін «культура» у всіх на слуху, проте популярність цього слова дуже оманлива. Безсумнівно, дати грамотне, чітке і коротке визначення будь-якого широкого поняття дуже важко. Багато авторів сходиться на тому, що культура організації представляє собою складну композицію важливих припущень (які часто не піддаються формулюванню), бездоказово приймаються і поділяються членами колективу.

В економічній літературі відсутнє суворе вживання таких термінів як «організаційна культура», «корпоративна культура» і «культура підприємства». Існує три точки зору до визначення даних категорій [1]:

- корпоративна культура тотожна організаційній культурі;
- корпоративна культура частина організаційної культури;
- корпоративна і організаційна культури – самостійні феномени.

Отже, культура підприємства – це увійшовший в звичку, ставший традицією образ мислення і спосіб дії, який в більшій чи меншій мірі поділяють всі працівники підприємства і який

повинен бути засвоєний і хоча б частково прийнятий новачками, щоб нові члени колективу стали «своїми» [2].

Організаційна культура – це складний комплекс припущень, які задають загальні рамки поведінки, прийняті більшою частиною організації [3]. Вони проявляються в філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Вони регламентують поведінку людини і дають можливість прогнозувати його поведінку в критичних ситуаціях.

Корпоративна культура - сукупність моделей поведінки, які придбані організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і поділяються більшістю членів організації [4].

Зауважимо, що корпоративна культура – це досить складна і багатофункціональна система, що містить наступні компоненти [5]:

- прийнята система лідерства;
- стилі вирішення конфліктів;
- діюча система комунікації;
- положення індивіда в організації;
- прийнята символіка (гасла, організаційні табу, ритуали)/

Залежно від особливостей корпоративної культури, її цілей і впливу параметрів зовнішнього середовища може змінюватися пріоритетність і значимість окремих функцій.

Головна функція корпоративної культури – формування у працівників підприємства почуття ідентичності, відчуття колективного «ми», а також забезпечення гармонізації організаційних та індивідуальних інтересів. Крім того, функціями організаційної культури є [6]:

– ціннісноутворююча – формування у працівників поглядів і розуміння цінностей, прийнятих в організації. Корпоративна культура впливає на світогляд працівника. Корпоративні цінності перетворюються в цінності особистості і колективу або вступають з ними в конфлікт;

– нормативно-регулююча – задає регулюючі норми поведінки працівників, роблячи їх поведінку передбачуваною і керованою. Ця функція дозволяє контролювати форми поведінки і сприйняття;

– пізнавальна – можливість реалізації у працівників в рамках корпоративної культури особистісних мотивів, таких як: прагнення до пізнання, бажання пізнати себе і визначити своє місце в колективі;

– комунікаційна – встановлення і використання ефективних комунікаційних потоків, які забезпечують взаєморозуміння та взаємодію в аналізі будь-якого виду інформації. Ця функція допомагає задовольнити природну потребу в інформації;

– мотивуюча – стимул до підвищення продуктивності, виникнення бажання діяти в інтересах організації. Корпоративна культура дозволяє об'єднати зусилля всіх підрозділів підприємства для досягнення її цілей і завдань;

– стабілізаційна – розвиток системи соціальної стабільності в організації, досягнення загальної згоди за допомогою об'єднуючих дій основних елементів культури, збільшення згуртованості колективу;

– інноваційна – сприяє виживанню організації в умовах конкурентної боротьби і допомагає зайняти їй передові позиції в економіці. В її основі лежить система цілей, орієнтованих на потреби клієнтів, готовність до ризику і застосування інновацій.

Формування корпоративної культури вимагає врахування поступовості, еволюційного характеру її розвитку і здійснюється за допомогою таких заходів [7]:

- здійснення так званого символічного керівництва, тобто створення символічних фігур і образів керівників, що втілюють кращі цінності і норми організації;
- концентрація зусиль на формування найбільш істотних організаційних цінностей і норм;
- створення і розширення в організації локальних «острівців», на які поширюються певні цінності;
- зміна поведінки співробітників через переживання реальних успіхів організації;
- створення знаків корпоративної культури, що виражають цінності і норми.

Доцільно також розглянути структуру і рівні корпоративної культури з точки зору складових і чинників процесу її формування.

Визначають такі рівні корпоративної культури [8]:

- загальнолюдська (національна) культура;
- корпоративні цінності;
- актуалізація (зовнішні форми прояву) корпоративної культури.

Перший рівень – рівень загальнолюдської (національної) культури. Важливою умовою та чинником формування корпоративної культури є онтологічні, глибинні чинники загальної людської (національної) культури, зокрема світогляд, сенс життя, духовність, мораль, цінності, вірування, уявлення, установки людини та ін., які за своєю суттю, є позаорганізаційними, надкорпоративними елементами корпоративної культури.

Другий рівень визначається корпоративними цінностями, які актуалізуються в місії організації та, сформульованих на її основі, і під впливом, з одного боку, загальнолюдської (національної) культури, а з іншого, цінностями організації, ділових принципах.

Третій рівень – рівень актуалізації (зовнішніх проявів, зовнішніх форм прояву, формальних ознак) корпоративної культури.

Розглянемо вплив корпоративної культури на розвиток організації. Культура організації пов'язана з досягненням найкращих соціально-психологічних умов організації, що сприяють працівникам розвивати свої особливості і кращі якості, що дозволяють в подальшому підвищити ефективність діяльності організації навіть в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Культурні аспекти є важливим засобом, за допомогою якого організації можуть забезпечити собі стабільність і процвітання навіть в період кризи, залишаючись ще конкурентоспроможними.

Сучасні керівники розглядають корпоративну культуру як потужний стратегічний інструмент, внаслідок того, що корпоративна культура може бути одним з важелів підвищення здорової конкуренції організації, який в свою чергу дозволяє мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечити продуктивну взаємодію, а також орієнтувати всі підрозділи та окремі особи на досягнення загальних цілей.

Фактори, що впливають на формування корпоративної культури: національна культура, культура керівника, місія підприємства, його структура та розмір, структура робочої сили і зовнішнє середовище. Корпоративна культура може бути прийнятною для певного періоду часу і умов, так як зміна зовнішньої конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни, нові технології потребують зміни культури підприємства, що стримує підвищення її ефективності, а згодом – підвищення ефективності діяльності підприємства.

Висновки

Проведене дослідження дозволило зробити висновок, що формування і підтримка корпоративної культури має практичний інтерес, так як це підвищує здатність організації до адаптації до динамічно мінливих умов зовнішнього середовища, досягнення цілей, позитивно впливає на результативність діяльності.

Корпоративна культура формується в тісній взаємодії з бізнесом і в процесі вирішення управлінських проблем, спрямованих на досягнення цілей бізнесу. Отже, успіх фірми залежить від сили корпоративної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / Тарасова О. В. // Економіка харчової промисловості. – № 3 (19) / 2013. – с. 28–32.
2. Ілляшенко С. М. Умови та особливості становлення корпоративної культури вітчизняних підприємств / С. М. Ілляшенко, М. І. Овчаренко // Економіка та управління підприємствами. Проблеми економіки. – № 3, 2012. – С. 115–118.
3. Біляк Ю. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління персоналом / Біляк Ю. // Агросвіт. – 2014. – № 10. – С. 39–43.

4. Колесник Т. Механізм формування корпоративної культури в системі управління промисловим підприємством / Колесник Т. // Економічний простір. – 2015. – № 96. – С. 218–226.
5. Міхов Л. І. Сутність та зміст корпоративної культури / Міхов Л. І. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2015. – №3(31). – С. 42–46.
6. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О. В. Тарасова, С. С. Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3(19). – С. 28–32.
7. Шевченко В. С. Визначення впливу корпоративної культури на діяльність підприємства / В.С. Шевченко // Комунальне господарство міст. – 2014. – №114. – С. 157–161.
8. Прищак М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Вінниця, 2016. – 150 с.

Петрик Вікторія Ігорівна – студентка групи МОЗ-17м, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: petrik110396@icloud.com

Науковий керівник: **Прищак Микола Дем'янович** – канд. пед. наук, доцент кафедри філософії та гуманітарних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: m_pryschak@ukr.net

Petryk Viktoriia I. – student MOz-17m, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: petrik110396@icloud.com

Supervisor: **Nicholas Pryschak Demyanovich** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Building Philosophy and Humanities, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, e-mail: m_pryschak@ukr.net