

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянуто формування, розвиток і особливості корпоративної культури у компаніях на теренах України. Виявлено необхідність в удосконаленні наявних корпоративних норм та культури загалом. Проаналізовано характерні переваги та недоліки організаційної форми господарювання з точки зору здійснення ефективної економічної політики, можливостей корпоративного управління.

In this article we consider the formation, development and characteristics of corporate culture in the companies on the territory of Ukraine. We evaluate the need to improve existing corporate norms and culture in general. Evaluation of the characteristic advantages and disadvantages of organizational forms in terms of the implementation of effective economic policies, and opportunities for corporate governance.

Ключові слова: корпоративна культура, управління персоналом, корпоративні норми.

Вступ Формування корпоративної культури залишається важливою складовою структурного реформування, що зумовлює актуалізацію наукових досліджень різнопланового соціально-економічного змісту. Питання полягає у досягненні соціально-економічної ефективності корпоративного управління за умов одночасної реалізації цілей підвищення ефективності функціонування корпорації та забезпечення балансу інтересів персоналу організації. Як показав аналіз, досягнення цих двох цілей є необхідним з точки зору забезпечення економічного зростання, створення і підтримки конкурентного середовища, максимізації прибутковості інвестиційного процесу, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва.

Проблема оцінки корпоративної культури об'єктивно ускладнюється наявністю різноорієнтованих ціннісних пріоритетів учасників корпоративних відносин, які зацікавлені у досягненні успіху в діяльності підприємства, тоді як шляхи й методи його забезпечення можуть значно відрізнятися. Саме тому адекватне оцінювання рівня корпоративної культури дає змогу визначити можливість створення балансу інтересів зацікавлених сторін.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є розроблення теоретичних та методичних підходів щодо формування корпоративної культури, що буде сприяти практичній реалізації принципів сталого розвитку підприємств в умовах перехідної економіки України. Потрібна переорієнтація управління на рівні корпоративних норм, культури. Тому головним завданням є доведення того, що корпоративна культура в системі управління підприємством є стратегією майбутнього, забезпечує ефективне функціонування організації.

Методологія. Для проведення дослідження було використано такі методи: спостереження, гіпотетичний метод, порівняння, аналізу і синтезу інформації, метод збору та узагальнення інформації. У роботі використано монографії та наукові публікації українських та зарубіжних учених-економістів, статистичні дані.

Результати дослідження. В останні роки управлінські служби не тільки змінили відношення до культури організації, але і зайняли активну позицію у використанні її як фактору підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективності виробництва та управління. Наявність організаційної культури та її значення визнані у всьому світі.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління підприємством має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування [1, с. 143].

Нині не має єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». До того ж, різні автори для її характеристики використовують такі терміни як: «культура», «організаційна культура», «культура організації», «фірмова культура», «культура підприємства». Аналіз наявних трактувань цих понять дав змогу зробити висновок про те, що їх сутність є тотожною.

Так, корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства.

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях [2, с. 45].

Виділяють три рівні корпоративної культури (рис. 1).

При цьому кожен наступний рівень є все менш очевидним.

Самий верхній, поверхневий рівень корпоративної культури складають видимі об'єкти, артефакти культури: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Усе це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою працівників підприємства.

Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності та переконання, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові, використовуваних символах.

Але деякі цінності закладені у корпоративній культурі настільки глибоко, що робітники просто їх не помічають. Ці базові, основні переконання і складають сутність корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою і рішеннями людей на підсвідомому рівні [3, с. 87].



Рис. 1. Рівні корпоративної культури

У деяких підприємствах як базисне виступає припущення про неприязнь людей до праці, з якого випливає припущення про те, що вони будуть по можливості ухилятися від виконання своїх обов'язків. Менеджмент такого підприємства жорстко контролює дії працівників, обмежує ступінь їхньої волі, колеги підозріло ставляться один до одного. Культура більш прогресивних підприємств ґрунтується на припущенні про те, що кожен індивід прагне на високому рівні виконувати доручені йому обов'язки. У таких підприємствах робітники мають більшу волю і більшу відповідальність, колеги довіряють один одному і працюють спільно. Базові припущення найчастіше виникають з основних переконань засновника підприємства або його перших керівників [4, с. 167].

Корпоративна культура повною мірою пояснює складові управління підприємством: стратегію, цілі, ринкові ніші, стан продуктивності праці, якості товарів, відношення до споживачів, конкурентів і т. д.

Сутність корпоративної культури у системі управління підприємством визначають:

— загальнолюдські цінності, сполучення інтересів персоналу (співробітництво, новаторство, довіра і т. д.) з корпоративними інтересами (підвищення конкурентоспроможності, завоювання ринкової ніші і т. д.);

— реальні ринкові вимоги до управління підприємством (пріоритет споживача, якість роботи та ін.) і вимоги до персоналу (відданість підприємству, акцент на почутті спільності, причетності до загальної справи підприємства та ін.).

Метою корпоративної культури є формування функціональної поведінки персоналу, яка спрямована на досягнення цілей підприємства.

Для досягнення цієї мети в процесі управління потрібно вирішувати такі завдання:

- розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства;
- заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства;
- зміцнення стабільності системи соціальних відносин;
- підтримка індивідуальної ініціативи працівників;
- надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху;
- створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу у підприємстві;
- делегування відповідальності;
- зміцнення корпоративної родини (поздоровлення персоналу із сімейними, трудовими святами, подіями і т. д.).

У цьому процесі величезна роль приділяється менеджерам, їхній організаційній культурі та вмінню працювати з персоналом. Керівництво корпоративною культурою у підприємстві здійснює, насамперед, весь менеджерський склад на принципах безперервності і тривалого впливу [5, с. 211].

Як об'єкт вивчення та управління корпоративна культура:

- регулює поведінку працівників;
- є соціальною, тому що на процес її формування впливають працівники підприємства;
- є багатогранною;
- є результатом дій та думок персоналу;
- здатна змінюватися;

- усвідомлено або неусвідомлено сприймається всіма працівниками;
- має багато традицій, тому що проходить певний історичний процес розвитку;
- знаходиться в постійному розвитку.

Слабка сторона українських підприємств – оперативність прийняття рішення. Коли структура вибудована з твердих корпоративних правил, будь-які оперативні рішення мають пройти відповідні етапи. Наприклад, власник якогось (не нашого) магазину цілком може прийняти рішення про зниження на 20 % ціни товару, що не користується попитом. А керівники вітчизняних організацій права так діяти, без узгодження з усіма відповідальними особами компанії, не мають. Сильна сторона фірми – ідентичність представлення компанії (однакові вивіски, викладення продукції, рівень обслуговування, що сприяє створенню певного іміджу, образу в покупця і проєктується на всі магазини в країні [6].

Сила корпоративної культури – це характеристика, що описує її стійкість та ефективність у протистоянні іншим тенденціям.

Аналізуючи найбільш значущі фактори, що впливають на формування корпоративної культури, можна визначити критерії, відповідність яким свідчить про сильну корпоративну культуру:

- спільність інтересів – більшість співробітників і менеджерів поділяють спільні цінності і методи ведення бізнесу. Наприклад, на щомісячних зібраннях спостерігається єдність поглядів, всі швидко доходять згоди. Щоб досягти такого результату потрібно вести постійну роботу з персоналом, проводити регулярні опитування, цікавлячись питаннями заробітної плати, організації праці на робочому місці, стилем управління і внутрішнім лімітом в організації. Для отримання достовірної інформації потрібно дотримуватись автономності;

- адекватність обраної стратегії – цілі компанії не протирічають корпоративній культурі. Наприклад, культура шведської компанії ІКЕА, що виготовляє і продає не дорогі меблі, адекватна обраній стратегії. Вона ґрунтується на таких цінностях, як простота, скромність і контроль за витратами. Менеджери компанії, включаючи вище керівництво, ніколи не літають першим класом і не зупиняються у дорогих готелях;

- адаптивність культури – здатність бути каталізатором змін. Від цієї характеристики залежить сприйнятливність організації до змін зовнішнього середовища і здатність ефективно працювати у довгостроковій перспективі. Цінності, що характеризують цінність культури – це довіра, схильність до ризику, заповзятливність, креативність, інновації і т. д.

Висновки. Проведено сутнісно-змістовний аналіз наявного поняття «корпоративна культура» у широкому та вузькому розумінні для визначення напрямів, принципів та механізмів її розвитку та удосконалення. Зроблено висновок, що теоретичною основою корпоративної культури є система відносин зовнішніх та внутрішніх суб'єктів організації. Це дає підстави формувати корпоративну культуру із залученням до цього процесу, перш за все, вищих органів управління.

Науковою новизною є доведення того, що корпоративна культура в системі управління підприємством є стратегією майбутнього і яка забезпечує ефективне функціонування організації. Визначено, що необхідна переорієнтація управління на рівні корпоративних норм, культури.

Література

1. Дубяга В. Ф., Полосин А. В., Тиунов А. А. Организационная культура российского предприятия [Текст] : моногр. – М., 2007. – 220 с.
2. Чернявський А. Д. Корпоративне управління [Текст] : навч. посіб. – МАУП, 2007. – 208 с.
3. Корпоративная культура [Текст] : учебно-метод. пособие / Авт.-сост. Т. А. Лапина. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с. – Управление предприятием / Под ред. В. Н. Войтоловского, А. М. Лайкова. – Л.: ЛФЭИ, 2006. – 570 с.
4. Рудинская Е. В., Яремович С. А. Корпоративный менеджмент [Текст] : учеб пособие. – К.: КНТ, Ольга-Н, 2008. – 416 с.
5. Иванов И. Н. Менеджмент корпорации [Текст]. – М.: «Инфра», 2006. – 234 с.
6. Управління персоналом: корпоративна культура і управління [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10/> – Last access: 02-09-2008. – Title from the screen.
7. Корпоративна культура підприємства – один із факторів його конкурентноздатності [Electronic Resource]. Mode of access: http://www.management.com.ua/forum_common/list.php?f=4 – Last access: 22-06-2008. – Title from the screen.