

Анастасія ДАНИЛЬЧЕНКО,

студентки 1 курсу магістратури, спеціальність «Менеджмент»,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна

Науковий керівник: Наталія БОЧАРОВА,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ

Корпоративна культура є важливим процесом успішного функціонування установи, хоча багато управлінців не усвідомлюють це повною мірою. Сполучення, яка прагне до єдиної мети команда набагато ефективніше і швидше впорається з поставленими завданнями, ніж роз'єднаний колектив працівників, які не відчувають єднання з колегами, що не має можливості отримати від них допомогу і підтримку у важкій ситуації. Корпоративна культура містить в собі потужний потенціал позитивного впливу на трудовий колектив, і якщо ним уміло скористатися, можна домогтися високих результатів як матеріального, так і морального плану.

Вивченню теоретичних і практичних засад формування та впровадження корпоративної культури у діяльність установи присвячено праці багатьох вітчизняних та закордонних вчених, серед них виділимо дослідження Ворожбит В. В., Гавкалова Н. Л., Гнезділова К. М. та ін. [1].

Корпоративна культура є унікальною для кожної організації, тому важко побудувати одне універсальне визначення. Безумовно, це може стати джерелом успіху в бізнесі, якщо його розглядати як інструмент, який використовується для інтеграції працівників, полегшення спілкування та спонукання до ініціатив. [2].

Корпоративна культура – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник установи та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації.

Як зазначає В.О. Аніщенко, власна культура працівників є зовнішнім відображенням корпоративної культури, яка виражає себе через імідж і дизайн організації, фірмові традиції, обряди тощо. Зовнішня сторона корпоративної культури видима і співробітнику, і клієнту, а система норм поведінки зовнішньо схожа в різних організаціях [1].

До складових організаційної культури відносять філософію існування організації та її ставлення до співробітників і клієнтів; домінуючі цінності, на яких ґрунтується організація і які стосуються мети її існування і засобів досягнення цієї мети; норми, які приймаються членами організації і визначають принципи стосунків у ній; правила, за якими проводиться трудова «гра» в організації; психологічний клімат в організації; поведінкові ритуали (церемонії, використання певних слоганів тощо) [3].

Формування корпоративної культури неможливо проводити без усвідомлення рівнів її розвитку і механізмів формування. В науковій літературі виділяється три рівні корпоративної культури.[5]

Перший рівень – поверхневий (наочний, видимий, зрозумілий, піддається спостереженню). Це основний базовий рівень, де закладаються основи майбутньої поведінки особистості в колективі, його економічної психології відношення до реалізації основних процесів.

Другий рівень – змістовний. До нього відносяться виражені в словах і діях працівників підприємства загальні цінності та переконання, що свідомо ними поділяються і культивуються. Це найбільш повно виявляється в їхній мові, розповідях, висловлюваннях, використовуваних символах, термінах тощо. Другий рівень – це результат роботи менеджменту на першому рівні.

Третій рівень – невидимий, глибинний. На цьому рівні цінності, які були сформовані і закладені раніше в психологію людей, використовуються ними в свої діях автоматично, підсвідомо.

Якісно побудований процес формування корпоративної культури, повинен виховати у працівників такі якості:

1. Завжди компетентно та якісно виконувати свої обов'язки;
2. Бути ініціативним та ризикувати;
3. Швидко адаптуватися до змін та приймати рішення;
4. Вміти працювати в команді;
5. Довіряти і бути гідним довіри;
6. Поважати інших та себе;
7. Бути відповідальним;

Саме такі цінності забезпечують якісну трудову діяльність кожного працівника на підприємстві, що є запорукою ефективної діяльності підприємства в цілому.[4]

Взаємовідносини у колективі, його згуртованість значною мірою залежать від самих членів колективу, їхніх особистісних якостей і культури спілкування, що проявляється у ступені доброзичливості, симпатії чи антипатії.

Рекомендації щодо вдосконалення корпоративної культури в установі:

- 1) підтримувати на наявному рівні соціально-психологічний клімат в колективі;
- 2) проводити постійну діагностику корпоративної культури, що існує, а також задоволеності нею співробітників;
- 3) створити нову посаду – спеціаліста по корпоративній культурі;
- 4) покращити систему інформування працівників та потенційних споживачів.

Велику роль у формуванні та згуртуванні колективу відіграє стиль управління. Керівник у своїй повсякденній діяльності повинний враховувати, що його працівники мають різні характери, соціально-психологічні якості. Це вимагає від нього вивчення характеру підлеглих, вміння вибирати способи впливу на людину залежно від рис характеру, специфіки діяльності, соціальних характеристик. Далеко не кожен фахівець може бути гарним керівником.[6]

Отже ми бачимо, що корпоративна культура є важливим інструментом в управлінні підприємством.

Тому, для підтримки стабільного розвитку підприємства й підвищення ефективності його діяльності, керівники повинні своєчасно формувати та вдосконалювати корпоративну культуру. Вона має стати центром уваги менеджерів, адже дозволяє досягнути ефективних результатів діяльності підприємства через наближення інтересів керівництва і персоналу. Створення високого рівня корпоративної культури дає змогу покращити конкурентоспроможність підприємства та його продукції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 3. 7 с.
2. Ворожбит В. В. Система цінностей у корпоративній культурі як засіб підтримки економічної безпеки підприємства. Економіка розвитку. 2018. № 1. С. 127–131.
3. Гавкалова Н. Л. Організаційна та корпоративна культура: визначення та особливості. Інвестиції : практика та досвід. 2016. № 19. С. 4–6.
4. Гнезділова К. М. Корпоративна культура викладача вищої школи : навч.-метод. посіб. Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. 124 с.
5. Григор'єва М. І. Особливості адаптації корпоративної культури на представництвах іноземних підприємств в Україні. Економіка та держава. 2014. № 5. С. 35–39.
6. Давиденко Н. М. Етика бізнесу як основний елемент корпоративної культури в АПК. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. №3. С. 13–14.

Денис ДОРОХОВ,
здобувач вищої освіти, Менеджмент,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна
Науковий керівник: Наталія БОЧАРОВА,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,
м. Мелітополь, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасних дослідженнях з економіки, соціології, політології та психології гостро порушується проблема мотивації людини до роботи. Часто людина на сільськогосподарських підприємствах є незадоволеною тим, чим вона займається; наприклад персонал є здатним втомлюватися від монотонності, або навпаки вважає, що саме він заслуговує на певне просування й кар'єрний ріст;