

*Прозорова Н. В., к.е.н.,
Смігунова О. В., к.е.н., доцент,
Бова А. Ю., здобувач,
Державний біотехнологічний університет*

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО КОДЕКСУ В ФОРМУВАННІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Кризовий стан значної частини вітчизняних підприємств, в значній мірі зумовлений як нестабільністю соціально-економічних показників і недосконалістю ринкових відносин в Україні, так і практичною відсутністю в вітчизняних підприємствах сформованої корпоративної культури. Принципово нові завдання, що виникають в ході діяльності вітчизняних підприємств, пов'язані з підвищенням соціально-економічної ефективності їх діяльності та забезпеченням відповідного рівня їх економічної безпеки, вимагають концентрації уваги керівництва підприємств на необхідності теоретичного обґрунтування та пророблення практичних рекомендацій щодо їх вирішення. Одним з аспектів такого роду проблем є питання підвищення рівня корпоративної культури підприємства.

Корпоративна культура характерна для будь-якого підприємства та виникає в момент його створення. Виступаючи невидимою частиною підприємства, вона справляє вагомий вплив на поведінку персоналу. В різних організаціях аспекти корпоративної культури можуть бути детально відображені в відповідних документах, можуть бути задокументовані тільки деякі її принципи чи взагалі вона може існувати та реалізовуватись за неписаними правилами.

Формування та розвиток корпоративної культури були предметом досліджень А. Кеннеді, Б. Карлофа, О. Виханського, А. Наумова, А. Воронкової, І. Тивончука, О. Кузьміна, М. Первушиної та інших. Дослідники приділяли увагу розкриттю сутності корпоративної культури, систематизації підходів до її оцінювання, визначенню факторів впливу на корпоративну культуру тощо.

Реалізація корпоративної культури пов'язана з виконанням широкого спектру функцій, який поділено на дві групи: 1) пов'язані з внутрішнім станом формального механізму підприємства; 2) пов'язані з необхідністю адаптації підприємства до змін зовнішніх факторів [1]. Реалізації таких функцій в значній мірі сприяє створення корпоративного кодексу на підприємстві.

Функціями корпоративного кодексу, з одного боку, є регламентація дій працівників в різних ситуаціях, а з іншого – гарантування дотримання встановлених правил всіма сторонами, формування прозорих, зрозумілих для всіх критеріїв оцінювання діяльності та поведінки [2, 3].

Розробка зазначеного документу сприяє ідентифікації місії і стратегічних цілей діяльності підприємства, формуванню системи управління підприємством за принципом найбільш ефективного розподілу обов'язків та повноважень між рівнями та ланками управління.

Факторами, що справляють вплив на створення й впровадження дієвого корпоративного кодексу є правильний вибір підходу до його розробки; формування кола його розробників; налагодження зворотного зв'язку.

Правильність вибору практичного підходу до розробки корпоративного кодексу залежить від наступних чинників: чисельність персоналу (визначає трудомісткість обраного підходу), фінансові можливості власника; зрілість персоналу (визначає компетентність та зацікавленість персоналу); застосовуваний стиль управління [3].

При розробці корпоративного кодексу можливі наступні альтернативні підходи: анкетування персоналу, робота в групі, залучення фахівців-консультантів.

Перший підхід – анкетування працівників підприємства з метою визначення існуючих цінностей та проблем у відносинах між персоналом на різних рівнях. Даний підхід є важко застосовуваним у великих підприємствах та підприємствах з переважанням авторитарного стилю управління, оскільки опитування всіх працівників є досить трудомістким, вимагати великих фінансових витрат, а також обумовлюється рівнем компетентності та зацікавленості працівників в такому процесі.

Другий підхід полягає в утворенні робочої групи, що працюватиме над змістом кодексу, із залученням топ-менеджерів, менеджерів по роботі з персоналом, активістів та ініціативних працівників, організація її роботи в режимі «мозкового штурму» тощо.

Робота над кодексом охоплює наступні етапи: створення робочої групи та функціональної групи (забезпечує організацію діяльності робочої групи); затвердження графіку зустрічей робочої та функціональної груп; презентація проєкту (розкриття сутності, функцій, структури корпоративної культури (корпоративного кодексу); мозковий штурм (чи їх серія) з метою формування базису документу – головних цінностей, принципів організації, структури документу; складання плану підготовки та узгодження робочого варіанту кодексу; складання плану з PR-супроводження проєкту; підготовка кодексу до видання; складання плану проведення презентацій та вручення; складання плану тренінгового супроводження проєкту.

Третій підхід базується на зверненні до консультанта, чийі послуги, зазвичай, доволі дорогі. При цьому роль консультанта має зводитись до організації процесу та носити

навчально-рекомендаційний характер. Варто розуміти, що будь-який «залучений» фахівець не знає організацію зсередини, без чого неможливо створити ефективний корпоративний кодекс.

На відбір учасників, залучених до розробки кодексу, значний вплив справляє керівник (власник) підприємства, адже діяльності підприємства, інакше в створенні документу не буде сенсу. Загалом, в процесі створення кодексу мають бути задіяні топ-менеджери та персонал (або весь, або ключові посади).

Забезпечення зворотного зв'язку від персоналу залежить від повноти використання всіх інформаційних каналів для ознайомлення персоналу з кодексом. Важливим є врахування розробниками кодексу думок та його оцінок всіма працівниками підприємства. Серйозність намірів щодо впровадження кодексу в реальне життя характеризується зацікавленістю сторін, їх реальною залученістю в процес його створення.

Отже, роль корпоративного кодексу полягає у формалізації всіх елементи існуючої та/або бажаної корпоративної культури; декларуванні засад високого рівня ділової культури та етичного ведення бізнесу по відношенню як до персоналу підприємства, так і до контрагентів: споживачів, постачальників, партнерів.

Список використаних джерел:

1. Щетініна Л.В., Рудакова С.Г. Корпоративна культура: вимоги до регламентування та вплив на соціальний діалог. Економіка: реалії часу. 2015. № 5. С. 204-209.
2. Сазонова Т.О., Потапюк І.П., Шаповал В.В. Роль корпоративної культури в сучасній діяльності підприємства. Економічний форум. 2020. № 1 (4). С. 138-144. URL : <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-4-18>.
3. Смігунова О., Миколенко І., Романащенко М. Роль корпоративної культури в успішному розвитку системи управління персоналом підприємстві. Вісник Хмельницького національного університету. економічні науки. 2022, № 5, Т. 1. С. 37 – 42. URL : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=14398>.