

О.М. Шарапова, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне кризове становище значної частини вітчизняних підприємств, половина з яких декларують збитковість діяльності, значною мірою зумовлено не лише соціально-економічним становищем в Україні та недосконалістю ринкових відносин, але й відсутністю сформованої корпоративної культури підприємств.

Соціально-економічна система формує корпоративні цінності підприємства, які є ядром його корпоративної культури, що визначає шлях розвитку підприємства у сфері управління персоналом.

Корпоративна культура – це сукупність прийнятих на конкретному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культури між особових стосунків, обумовлених місією та стратегією розвитку.

Як одна із конкурентних переваг підприємства, корпоративна культура відіграє велику роль в загальній стратегії його розвитку. Вирішальним чинником у становленні корпоративної культури є філософія підприємства, якої дотримується керівництво. Формування культурних принципів має на меті створити в очах своїх співробітників і в зовнішньому середовищі певний імідж, на який впливає характер взаємодії працівників в рамках колективної праці, а також спосіб організації такої праці.

Культуру, яка склалася на підприємстві, можна вивчати різними методами, серед яких слід виділити наступні: інтерв'ю; анкетування; вивчення документів, правил, традицій, ритуалів тощо. Так, анкетування працівників підприємства може забезпечити інформацією щодо важливих векторів відносин у колективі, в яких проявляються особливі цінності і пріоритети. Культура підприємства також знаходить своє відображення в документах (планах, програмах, наказах, розпорядженнях, положеннях). Аналіз інформації, яка відображена в документах, може допомогти виявленню основних аспектів керівництва з удосконалення процесу управління.

Еталонним носієм культури на підприємстві є його менеджери, адже саме вони найяскравіше можуть продемонструвати норми корпоративної культури. Норми і цінності, які культивуються на підприємстві керівництвом, можуть передаватися через конкретні церемонії, ритуали, традиції.

Життя будь-якого підприємства підпорядковується системі формальних і неформальних правил. Прикладом встановлених формальних правил є правила внутрішнього трудового розпорядку, а неформальні правила – це сфера спілкування з колегами, відношення підлеглий – керівник, професійний жаргон, дрескод та ін.

Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати два ключових питання: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем та сприяти стабільній і продуктивній роботі персоналу. Завдяки своїй спрямованості, корпоративна культура може не тільки позитивно впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників, але й на деградацію трудового потенціалу підприємства.

Для вивчення культурного середовища підприємства та вирішення складних ситуацій, на наш погляд, необхідне вирішення наступних задач:

- чітко сформулювати пріоритетні цінності, які сприятимуть підтримці перспективної корпоративної стратегії розвитку підприємства;

- визначити, які культурні цінності будуть допомагати, чи навпаки заважати реалізації стратегічних цілей підприємства;

- оцінка ступеня відповідності корпоративної культури, що склалася на підприємстві, загальним стратегіям розвитку, які були вироблені керівництвом.

Для збереження стійкості свого становища підприємства повинні використовувати гнучкі стратегії ведення бізнесу, а конкурентоспроможність і стійкість визначає людський фактор, що включає в себе високий професіоналізм, відповідальне ставлення до справи, розуміння і прийняття місії та цілей підприємства серед його персоналу. Всі ці якості виховуються відповідною корпоративною культурою.

На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що у забезпеченні конкурентоспроможного потенціалу підприємства особливу роль відіграє міцна та високорозвинена корпоративна культура, яка відноситься до найбільш складних нематеріальних стратегічних ресурсів і сприяє не тільки зміцненню економічного становища підприємства, збільшенню його прибутків, але й підвищенню ефективності діяльності працівників.