

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

**Костюченко К.С., гр. МО-19м**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Ткаченко**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Кожна організація, що прагне досягти високого рівня ефективності та мати стійке положення повинна здійснювати оцінку дієвості корпоративної культури з метою підвищення її ефективності, що дозволить організації створити «своє обличчя», стати впізнаваною. Для дослідження ефективності корпоративної культури торговельної мережі магазинів Roshen (м. Харків) було застосовано методику оцінки Д. Денісона, яка відображає взаємозв'язок між корпоративною культурою та економічною ефективністю організації, адже для виміру ефективності використовується широкий спектр ключових показників діяльності підприємства.

За отриманими результатами перший блок питань, що відповідає пристосованості був оцінений досить низько. Найбільшу кількість низьких оцінок отримало ствердження «навчання – важлива ціль щоденної роботи», що свідчить про відсутність організаційного навчання. Наступним фактором, що характеризує корпоративну культуру є місія. За підсумком усіх тверджень середній бал дорівнює 4,0 бали, що говорить про розвиток стратегічних намірів та бачень на майбутнє. Третій блок анкети – узгодженість або послідовність. Загальний середній бал складає 4,0 бали та свідчить про високу операційну силу підприємства. Остання група питань відповідає фактору залученості. Середній бал склав 1,9 бала, що свідчить про недостатнє залучення працівників до управління підприємством та низький командний дух.

На основі отриманих результатів побудовано модель корпоративної культури магазинів Roshen у вигляді кола, на якому відображено слабкі місця корпоративної культури. А саме група пристосованості та залученості. З огляду на гнучкість та стабільність обидва проблемні блоки знаходяться в зоні гнучкості, це означає що організація стабільна та керована, але не має організаційної гнучкості та не пристосована до змін. Загалом за проведеним дослідженням та вивченням проблемних аспектів можна зробити висновок, що підприємство не звикло до змін, орієнтованість на запити споживача та вплив цих запитів на кінцеві рішення майже відсутній. Також на підприємстві дуже низьке організаційне навчання, судячи зі всього, лише при влаштуванні на роботу проводиться основний інструктаж. Негативним моментом є і те, що працівники майже не залучаються до основних процесів управління на підприємстві, і таким чином не відчують свою значимість для підприємства.