

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Кравченко К.О., здоб. другого (магістерського) рівня ВО
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасні умови розвитку міжнародного бізнесу в умовах пандемії Covid19 висувають кардинально нові умови функціонування компаній як на національних, так і на зовнішніх ринках. І у цього контексті персонал є найважливішим ресурсом, ефективне управління яким дозволяє ставити та реалізовувати нові стратегічні та тактичні цілі компанії у сфері міжнародного бізнесу. Діяльність міжнародних компаній характеризується значною кількістю контактів із закордонними партнерами з притаманними їм крос-культурними особливостями ведення бізнесу, що обумовлює необхідність врахування національно-психологічних особливостей середовища ділового спілкування і особливостей корпоративної культури.

Під корпоративною культурою слід розуміти історично складені загальні традиції, цінності, переконання, формальні і неформальні правила поведінки адміністрації і персоналу, які дають можливість досягати гармонії в колективі, виховувати в працівників відданість організації, підвищує продуктивність праці, поліпшує процес комунікації між керівниками та підлеглими. Корпоративна культура повинна ідеологічно допомагати керівництву обирати та впроваджувати у діяльність стратегію довгострокового розвитку підприємства. За даних умов, корпоративна культура формується через сприйняття вимог ринку, ставлення до цінностей персоналу та засновника, усвідомлення свого призначення у суспільстві. На основі цих факторів будуються основні складові елементи корпоративної культури: філософія, мета, цінності, норми, корпоративний клімат, імідж [2].

Як основні завдання корпоративної культури в системі управління персоналом можна виокремити: формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; досягнення оптимуму між умовами та факторами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства; системна мотивація працівників до ефективної ділової активності; формування усвідомленого ставлення кожного працівника до своєї ролі й місця в системі управління підприємством; формування типу відносин як усередині підприємства,

так і поза його межами, побудованих на етичних засадах, моральних принципах і високій відповідальності [3].

На нашу думку, важливим є питання розуміння напряму діагностики та змін корпоративної культури для підвищення ефективності ведення бізнесу. У зв'язку з цим під діагностикою корпоративної культури слід розуміти сукупність методів та інструментів її оцінки для вирішення конкретних завдань у сфері управління персоналом міжнародної компанії.

У підручнику з корпоративного управління Ігнат'євої І. А., Гарафоновой О. І. Виокремлюють наступні методи діагностики рівня корпоративної культури.

1. Неформалізовані (якісні) методи включають: глибинне інтерв'ю; монографічне дослідження; вивчення правил, традицій, церемоній і ритуалів, що склалися в міжнародній компанії; вивчення практики управління, що склалася на підприємстві; традиційний аналіз документів підприємства; «обхід» підприємства; спостереження засідань, у тому числі клінічне інтерв'ю.

2. Формалізовані (кількісні) методи включають: соціологічні дослідження; модель Р. Хофштеде; модель Е. Шейна; модель Ч. Хенді; модель Д. Денісона; модель К. Камерона та Р. Куїнна; методика побудови профілів організаційної культури (OCAI); модель Т. Діла і А. Кенеді [1].

Можливості використання цих методів значною мірою залежать від галузевої специфіки діяльності компанії, особливостей її зовнішньоекономічної стратегії, ринкових позицій, особливостей системи управління персоналом, системи його мотивації.

Отже, формування системи управління персоналом міжнародної компанії на основі корпоративної культури дозволяє досягти підприємству унікальної конкурентної переваги, яка визначає доцільність використання даної концепції управління. Не менш важливим є самовідданість персоналу, даний аспект є особливо актуальним в умовах постійно виникаючих кризових явищ та жорсткої конкурентної боротьби на вітчизняному ринку.

Інформаційні джерела:

1. Ігнат'єва І. А., Гарафоновая О. І. Корпоративне управління: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 600 с.

2. Стадник В. В., Йохна М.А. Менеджмент : посібник. Київ : Академвидав, 2003. 464 с.

3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: пер. с англ. под ред. Т. Ю. Ковалевой. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 336 с.