



УДК 658:330.87

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Студ. А.Ю. Чубун, гр. МгДУР-17
Науковий керівник проф. А.О. Касич

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання: аналіз та дослідження корпоративної культури як елементу системи стратегічного управління організацією. Для досягнення мети вивчалися аспекти корпоративної культури, її особливості та роль в системі стратегічного управління.

Об'єкт та предмет дослідження: корпоративна культура як елемент системи стратегічного управління організацією.

Методи та засоби дослідження: при проведенні аналізу та досліджень щодо корпоративної культури та її складових як елементу системи стратегічного управління організацією були застосовані методи системного підходу, бібліографічного, інформаційного пошуку, а також метод узагальнення.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів полягає у розробці рекомендацій щодо формування корпоративної культури на українських підприємствах з урахуванням зарубіжного досвіду.

Результати дослідження: Корпоративна культура – важливий інструмент стратегічного управління, який дозволяє спрямувати всі підрозділи та індивідуально кожного працівника на спільні цілі, активувати ініціативу співробітників і полегшувати спілкування між ними. Управління корпоративною культурою – це складний процес, що включає в себе як консолідацію духовних та матеріальних цінностей, взаємовідносини в колективі та ставлення організації до своїх працівників. Розвиваючись у професійному напрямі та як окрема особистість, члени організації формують власне ставлення до різноманітних явищ, таких як: планування, покликання організації, чинники мотивації, виробництва, якість праці та інші. Однак синхронізація власних бачень відбувається через розвиток корпоративної культури.

Використовуючи інструменти корпоративної культури керівник впливає на поведінку персоналу компанії, забезпечуючи мотиваційні потреби та продуктивну працю співробітників. Тому продумана корпоративна культура сприяє дійовому вирішенню проблем і зростанню результативності, сприяє розвитку компанії, а також є основою прийняття своєчасних та ефективних управлінських рішень. Так, на думку С. Ріда [3], між управлінням людськими ресурсами, фінансовою сферою та інформаційними системами кордони будуть й надалі стиратися. Це освідчить про те, що керівники майбутнього мають приділяти увагу управлінню персоналом, фінансами та інформаційними системами в однаковій мірі.

Перші відносно чіткі згадування поняття «корпоративна культура» в економічній літературі почали з'являтися у другій половині ХХ століття. Значну увагу цьому питанню в своїх працях приділяли такі зарубіжні та українські вчені як С. Рід [3], Е. Шейн [5], О. Грішнова [1], Г. Чайка [4], А. Касич [2].

Організація може мати власну культуру тоді, коли вона має тривалу історію, достатню для утворення спільних базових уявлень. Після того як вони сформовані і пройшли сприйняття іншими, ці уявлення стають самобутніми її особливостями. Організаціям, де є високий показник плинності кадрів або має місце поверхнева історія, набагато складніше створити колективні цінності та розвивати корпоративну культуру [4].



Вивчаючи роботи відомих науковців щодо корпоративної культури та її зв'язку з різноманітними складовими менеджменту, можна виділити одного з перших дослідників даного питання – Е. Шейна [5]. На його думку, корпоративна культура сформована з трьох рівнів. Перший рівень є поверхневим. Він включає в себе елементи, що можна спостерігати, відчути або почути, перебуваючи в колективі. На цьому рівні закладаються основи поведінки особистості як частини колективу в майбутнього. Другий рівень – це переконання та спільні цінності, що поділяються усіма працівниками та виражаються в словах та діях колективу, мові, символах та розповідях. Цінності, яких довгий час дотримуються, переходять в розряд переконань, норм та правил поведінки. Це наслідок праці менеджменту організації на попередньому рівні. Третій рівень уявлень корпоративної культури сховано настільки глибоко у підсвідомості, що співробітники частіше за все навіть не бачать їх. Вони є базовими і основними. Саме ці переконання й керують поведінкою та впливають на прийняття рішень на рівні підсвідомості.

Організація, яка заснована на єдності поглядів і ціннісних переконань її членів, стає найбільш розвинутою, самодостатньою і динамічною, чим зумовлюється швидший розвиток компанії та досягнення високих результатів у порівнянні з конкурентами. Якщо корпоративна культура знаходиться на низькому рівні, то в організації спостерігається внутрішня конкуренція між членами команди за владу, вплив та статус, що знижує результативність роботи та рівень загальних показників компанії.

Сильна корпоративна культура, як зазначається у праці [1], виражається у:

- єдності інтересів
- більшість працівників і менеджерів поділяють загальні цінності і методи управління організацією. Це виражається у єдності поглядів та швидкому знаходженні спільних рішень;

- відповідність обраної стратегії
- цілі організації не суперечать корпоративній культурі;
- пристосованості культури
- здатність бути рушієм змін.

Висновки. Методами системного підходу, бібліографічного, інформаційного пошуку та узагальнення було досліджено явище корпоративної культури як елементу стратегічного управління організацією та визначено, що цінності є фундаментом корпоративної культури. Культурні та соціальні цінності створюють модель поведінки і взаємовідносин в організації, внутрішні норми і розподіл ролей серед персоналу.

Правильно побудована система корпоративної культури є однієї зі складових для активного розвитку організації, утворення сильної команди працівників та оперативного вирішення будь-яких питань щодо роботи компанії шляхом конструктивного діалогу й обговорення колективних ідей.

Ключові слова: корпоративна культура, стратегічне управління, розвиток.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грішнова О.А., Науменко А.В. Корпоративна культура як ресурс забезпечення стратегічної стійкості підприємства // Економіка и управление. – 2010. – №2. – С.33–38.
2. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А.О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.
3. Рид. С. Финансовый директор как интегратор бизнеса / С. Рид. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 397 с.
4. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навчальний посібник / Г.Л. Чайка. - К. : Знання, 2011. - 445 с.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. Пер. С англ. яз. Под. редакцией Т.Ю. Ковалевой. – 3-е изд. – СПб.: «Питер». – 2007. – 336 с.