

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Світова практика менеджменту засвідчила визначальну роль корпоративної культури у досягненні компанією успіху у довгостроковій перспективі. Впливаючи на всі управлінські процеси в організації, корпоративна культура сприяє успішній реалізації обраної стратегії або стає суттєвою перешкодою для її реалізації. Прагматичний підхід до формування та розвитку культури передбачає налагодження механізмів цілеспрямованого управління даним процесом. Практика менеджменту містить численні приклади застосування різних управлінських інструментів формування корпоративної культури, при чому їх кількість постійно зростає, з'являються нові форми та методики. З бурхливим розвитком технологій особливих змін зазнає методика та інструментарій реалізації цілей розвитку корпоративної культури.

Корпоративна культура як складне явище в сучасній соціально-економічній діяльності компанії не повинна розвиватися стихійно. Культура корпорації має вплив як на економічну ефективність діяльності, так і на вирішення соціально-психологічних проблем колективу. У наукових дослідженнях виділяють два підходи до управління культурою організації:

– феноменологічний підхід, який передбачає, що культуру можна лише вивчати, а впливати на неї чи змінювати її не можна;

– раціонально-прагматичний підхід керується тим, що за певних умов формувати й необхідно змінювати культуру організації [1].

Прибічники феноменологічного підходу розглядають корпоративну культуру як сутність організації. Відповідно до такого наукового обґрунтування, відкидається можливість цілеспрямованого впливу на формування корпоративної культури, а також її вимірності та якісного оцінювання [1]. У межах раціонально-прагматичного підходу корпоративна культура розглядається як атрибут організації, як об'єкт стратегічного управління, який можна виміряти та оцінити. З огляду на такий підхід у наукових дослідженнях корпоративна культура розглядається як результат цілеспрямованої діяльності організації. При цьому існує прямий взаємозв'язок між культурою організації та ефективністю діяльності компанії [1].

У нашому дослідженні формування корпоративної культури ми розглядаємо з позицій раціонально-прагматичного підходу – як важливий організаційний ресурс. Процес формування корпоративної культури повинен плануватися, організовуватися, мотивуватися і контролюватися. Процес формування корпоративної культури передбачає послідовність проходження певних етапів:

- визначення та формулювання місії організації;
- визначення ключових корпоративних цінностей;
- формування на їх основі основних принципів діяльності;
- розробка та впровадження норм поведінки персоналу;
- розробка й запровадження корпоративної символіки та інших «артефактів» [2].

У процесі формуванні корпоративної культури важливо виокремлювати спеціальні управлінські інструменти, використання яких забезпечить найбільший ефект. Науковці наголошують про доцільність поділу всіх можливих інструментів та методів формування корпоративної культури на наступні чотири групи: організаційні, економічні, комунікаційні, соціально-психологічні [2].

До організаційних важелів віднесено систему внутрішніх корпоративних документів, стандартів; організацію процесу праці та відпочинку; кадрову політику; систему навчання персоналу; допомогу у адаптації новим співробітникам; корпоративні заходи (церемонії, святкування, спортивні змагання); роботу з профспілками тощо. Ключовими економічними важелями є система матеріальної мотивації персоналу; принцип розподілу прибутків; «прозорість» та відкритість ведення бізнесу; дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності. Соціально-психологічними важелями виступають стиль керівництва; система нематеріальної мотивації працівників; управління конфліктами; формування соціально-психологічного клімату в колективі.

З розвитком науки та практики менеджменту спектр управлінських інструментів формування та розвитку корпоративної культури суттєво розширюється. Технологічний прогрес особливо впливає на четверту групу важелів – комунікаційні, надаючи керівництву підприємств та організацій нові можливості ефективної взаємодії з персоналом та зовнішнім середовищем [2]. Ефективне формування корпоративної культури сучасної організації вимагає використання широкого спектру важелів управлінського впливу. Комбінація економічних, організаційних, соціально-психологічних і комунікаційних важелів має застосовуватись комплексно з урахуванням специфіки діяльності компанії, галузі та регіону. Технологічний прогрес та розвиток науки менеджменту пропонують нові можливості для побудови системи корпоративних комунікацій, дію яких треба спрямовувати як на внутрішнє, так і на зовнішнє середовище організації, ставлячи за мету формування та розвиток ефективної корпоративної культури, яка зможе реалізувати свої ключові функції.

Література

1. Антохова І. М., Водянка Л. Д., Сибирка Л. А Корпоративна культура як ефективний інструмент управління персоналом. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7385> (дата звернення:

27.05.2024).

2. Пушкар З. М. Корпоративна культура в контексті діяльності організації.
Молодий вчений. 2021. № 10 (50). С. 1025– 1028.