

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ РОЛЬ В РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі уточнено сутність поняття «корпоративна культура». Досліджено вплив корпоративної культури на розвиток організації. Визначено рівні та чинники формування корпоративної культури.

Ключові слова: корпоративна культура, організація, управлінська діяльність.

Abstract

The article considers of the notion «corporate culture» is specified in the work. The influence of corporate culture on the development of the organization is investigated. The levels and factors of formation of the corporate culture are determined.

Keywords: corporate culture, organization, administrative activity.

Вступ

Важливою складовою системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства має бути оптимізація соціально-трудова відносин, формування й подальший прогресивний розвиток корпоративної культури. В умовах забезпечення економічного і соціального розвитку, розроблення принципів корпоративної культури обумовлене важливістю її впливу на діяльність підприємства.

Впровадження та дотримання принципів корпоративної культури дозволить зробити її могутнім інструментом управління персоналом, забезпечить цілісність організації, створить сприятливі умови для управління підприємством та сприятиме стабільному розвитку корпоративної культури.

Метою статті є дослідження впливу корпоративної культури на розвиток організації, визначення рівнів та чинників формування корпоративної культури організації.

Основна частина

Корпоративну культуру Є. Уткін характеризує як систему цінностей та переконань, що поділяються усіма працівниками фірми і зумовлюють їх поведінку, характер життєдіяльності організації [1].

Своє визначення пропонують О. Віханський і О. Наумов [2]: набір найважливіших спрямованих на членів колективу припущень, що набувають вираження у цінностях, декларованих організацією, і задають людям орієнтири їхньої поведінки та дій.

Наступна загальна категорія визначення корпоративної культури – цінності або ціннісні орієнтації індивіда, що дозволяють людині визначитися з припустимістю або неприпустимістю поведінки, зрозуміти, як вона повинна діяти у конкретній ситуації.

Останнім загальним атрибутом організаційної культури є символіка, за допомогою якої згадані орієнтації «передаються» працівникам, її зміст та значення найповніше розкриваються через історії, легенди. Впливають на людей більше, ніж цінності, записані у рекламному буклеті компанії.

Корпоративна культура – це «одяг» компанії, який, залежно від цілей, можна міняти, досягаючи при цьому більшої відповідності з цільовою аудиторією. Якщо компанія вирішила поміняти мету свого бізнесу, свою позицію на ринку, їй потрібно поміняти і свій «одяг». В ідеалі його трохи можна відкоригувати: поміняти, наприклад, корпоративну символіку – важливу складову організаційної культури. Такі зміни лише допоможуть компанії знайти свій природний портрет. Адже красивий одяг, елементи оформлення інтер'єру є предметом гордості працівників і приводом для популяризації корпоративної культури фірми поза компанією.

Отже, корпоративна культура є системою найсуттєвіших припущень, які приймаються членами організації як аксіома і виражаються у конкретних цінностях, що визначають людям орієнтири їх поведінки.

Багато залежить від внутрішнього середовища, загальної характеристики самої організації: її функції на ринку товарів і послуг, функції в суспільстві, розмірів організації, техніки і технології та, звичайно, кадрового складу, професіоналізму працівників, їх освіти, здібностей і т.д. [4]. Адже, у такому мінливому середовищі підприємство повинно бути максимально гнучким, що великою мірою залежить від його корпоративної культури, яка забезпечить гармонізацію колективних та

індивідуальних інтересів працівників, мобілізує їх ініціативу, виховає відданість організації, поліпшить комунікаційні процеси та морально-психологічний клімат [5].

Велике значення має взаємозв'язок корпоративної культури із управлінням в організації. До нього належать вид менеджменту, структура організації, методи комунікацій та прийняття рішень, система мотивації праці, кадрова політика і система навчання. Ці елементи настільки тісно пов'язані з корпоративною культурою, що важко їх вивчати окремо. Серед елементів управління на першому місці стоїть узагальнюючий інтегрований фактор – вид управління або вид менеджменту – парадигма управління, поєднання концептуальних характеристик головних методів управління.

Зростання ролі морально-психологічного чинника в управлінні є закономірним для цивілізованої економіки і актуалізує значення особистості. Моральність – це вимір, який визначає поведінку людини, її ставлення до суспільства, містить внутрішню потребу особистості здійснення моральних дій та вчинків. Але, не завжди управлінці дотримуються моральних норм, не завжди одні й ті самі дії, вчинки, поведінка у різних країнах набувають однакової етичної форми та етичної оцінки.

Виходячи з вище наведеного, корпоративна культура, з одного боку, система особистих і колективних цінностей, що приймаються та поділяються всіма членами корпорації. З іншого боку, під корпоративною культурою розуміють набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе в минулому та підтвердили свою актуальність сьогодні [6].

Формування корпоративної культури неможливо проводити без усвідомлення рівнів її розвитку і механізмів формування. В науковій літературі виділяється три рівні корпоративної культури.

Перший рівень – поверхневий (наочний, видимий, зрозумілий, піддається спостереженню). Це основний базовий рівень, де закладаються основи майбутньої поведінки особистості в колективі, його економічної психології відношення до реалізації основних перебудовних процесів. На цьому рівні, особливо в перехідний період в центр уваги управлінського апарату повинні ставитись не проблеми господарського механізму, не проблеми техніки і технології самих по собі, а обов'язково з урахування особистого фактору.

Другий рівень – змістовний. До нього відносяться виражені в словах і діях працівників підприємства загальні цінності та переконання, що свідомо ними поділяються і культивуються. Це найбільш повно виявляється в їхній мові, розповідях, висловлюваннях, використовуваних символах, термінах тощо. Другий рівень – це результат роботи менеджменту на першому рівні

Третій рівень – невидимий, глибинний. На цьому рівні цінності, які були сформовані і закладені раніше в психологію людей, останні на них просто не звертають уваги, а використовують в свої діях автоматично, підсвідомо [7].

Організаційна культура може мати особливості залежно від роду діяльності, форми власності, положення на ринку чи в суспільстві. Особливості організаційної культури знаходять втілення у символіці, що залежить від пріоритету в організаційній культурі влади, ролі чи вчинків особистості.

Висновки

В результаті написання роботи було досліджено вплив корпоративної культури на розвиток організації і визначено рівні та чинники формування корпоративної культури організації. В результаті чого, корпоративну культуру можна класифікувати, як одне із складних матеріально-духовних явищ, системних за своєю сутністю.

Найважливішими категоріями корпоративної культури є інтереси, цінності та ціннісні орієнтації індивіда, що дозволяють визначитися з допустимістю або недопустимістю поведінки та зрозуміти, як діяти у конкретній ситуації. Отже, корпоративна культура є системою найістотніших допущень, що сприймаються членами організації та відбиваються у конкретних цінностях, які визначають вектори поведінки особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коротков З. М. Организационное поведение / З. М. Коротков, А. Н. Силина. – Тюмень: Вектор Бук, 1998. – 218 с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И., Менеджмент. – М.: Фирма Гардарика, 2000. – 232 с.
3. Контракты [Електронний ресурс] // Контракты – Режим доступу: <http://www.kontrakty.com.ua>
4. Корпоративна культура: навч. посібник / Хаєт Г. Л., Єськов О. Л., Ковалевський С. В. та ін.; заг. ред. Г. Л. Хаєта. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
5. Стадник В. В. Менеджмент: посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академ. видав., 2003. – 464 с.

6. Типы корпоративной культуры [Электронный ресурс] // Типы корпоративной культуры – Режим доступа: <http://publications.ru>

7. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Яблонскене Н. Л. // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2 (42). – С. 8 – 15.

Магденко Оксана Юрївна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: Прищак Микола Дем'янович – канд. пед. наук, доцент кафедри філософії та гуманітарних наук, Вінницький національний технічний університет, м.

Magdenko O. Y. – student of group MPOY-18mi, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Prysach Nicolai Demianovich – Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Philosophy and Humanities, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.