

Бобко Л., к. пед. н., доц.
ЛНУ ім. Івана Франка, м. Львів, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

На сьогодні головною умовою ефективного функціонування та розвитку підприємств є пошук результативних методів управлінського впливу на персонал. Одним із важливих інструментів такого впливу є формування та розвиток корпоративної культури, про що свідчать успіхи підприємств різних країн світу, які декларують основні норми, принципи, постулати та правила корпоративної культури, визнаючи її ключовим фактором розвитку та конкурентоспроможності [1].

Соціальний клімат будь-якої організації, її світогляд, панівна система пріоритетів та стереотипів поведінки, етичні норми та правила, які приймаються колективом та безпосередньо формують його поведінку – це ті складові, що становлять культуру організації. Носіями культури в організації є працівники, тому вони теж є невід’ємною складовою корпоративної культури, що допомагає діяти усвідомлено та цілеспрямовано. Саме тому існує тісний взаємозв’язок між характером й ефективністю корпоративної культури та діяльністю структур, які займаються управлінням персоналом.

Ефективність управління персоналом пов’язується науковцями з такими поняттями, як задоволеність працівників своєю роботою загалом, участю у трудовому колективі організації, високий рівень мотивації колективу до ефективної праці тощо[2].

Корпоративна культура є потужним інструментом управління, що має певну специфіку, за допомогою якої можна створити ефективну організацію. Саме вона встановлює загальні для всіх учасників трудової діяльності правила, які містять певні очікувані установки поведінки, стереотипи та норми. Структура корпоративної культури є запорукою внутрішньої міцності, стійкості, високого ступеню взаємозв’язку і системної цілісності її елементів [3].

У контексті аналізу якісних характеристик корпоративної культури особливе місце, на думку науковців, займає її структура. Зважаючи на існуючі різноманітні теоретико-методологічні підходи, виділяємо провідні складові корпоративної культури організації: місія, основні цілі організації, її стратегія, цінності, імідж, традиції, етичний кодекс, правила та норми поведінки

Місія кожної організації полягає у її соціальному призначенні. Грамотно сформульована місія впливає на вирішення таких основних завдань управління: спонукає керівництво систематично займатися аналітикою сильних та слабких сторін колективу організації, визначенням можливостей посилення ефективності її подальшої діяльності; покращує інтеграцію працівників у цілісне та згуртоване об’єднання, підвищує рівень мотивації, сприяє ефективній взаємодії між керівниками і працівниками різних рівнів; формує позитивний імідж організації.

Оскільки місія окреслює провідні вектори функціонування організації, що становлять сенс існування колективу, то оптимальний стан організації на певний визначений проміжок часу виражається у основних її цілях.

Цілі – це певний визначений стан окремих характеристик колективу організації, досягнення яких є важливим для нього і на досягнення яких спрямована його діяльність.

Стратегічне бачення організації становить її перспективне уявлення про подальші напрями розвитку та концепцію змістового наповнення діяльності.

Цінності організації – це важливі засади мотиваційної складової діяльності персоналу, його пріоритети. Ціннісні визначають дії працівників, їх поведінку та результати роботи самої організації. Цінності працівників суттєво впливають на ціннісні орієнтири всієї організації, формують її культуру. За допомогою формування спільних корпоративних цінностей можна сформувати і у працівників почуття причетності до спільної справи, що мотивуватиме їх до праці, а також виховуватиме відданість організації, у якій вони працюють. Тому формування ціннісних пріоритетів колективу та створення умов для їх реалізації є найважливішим завданням діяльності організації.

Створення позитивного іміджу організації є однією найважливіших складових корпоративної культури. З одного боку, імідж – визначає внутрішнє середовище організації і формує образ, що закладений у свідомості співробітників, головним завданням якого є задіяти працівників таким чином, щоб незалежно від посади, кожен з них був максимально зацікавлений у своїй діяльності, а з іншого – це зовнішній вигляд організації, що призначений як для конкурентів, так і та партнерів.

Традиції – це тривалий досвід, погляди, смаки, звичаї, визначені норми поведінки що склалися в певній організації та передаються з покоління у покоління; прийнята звичайна манера поведінки працівників, прийняті колективом погляди та переконання.

Культуру поведінки працівників організації становить сукупність сформованих, соціально значущих якостей особистості, вчинків працівників колективу, що базуються на етичних нормах моралі та культури.

Провідними засадами корпоративної культури в процесі управління персоналом є її принципи, що залежать від виду діяльності організації, національних стандартів, особливостей, стилю менеджменту тощо. Дотримання принципів корпоративної культури впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських рішень, результативність діяльності працівників [4].

Принципи корпоративної культури відображають вихідні засади, положення з ефективного управління персоналом. Кожна організація, як правило, самостійно визначає провідні принципи корпоративної культури, що впливають на ефективне управління персоналом; їх прийнято поділяти на загальні та спеціальні. До загальних належать: принципи соціально-економічного та інтелектуального розвитку, всеохопленості та системності, відкритості та постійного вдосконалення. Спеціальні становлять принципи вільного прояву, узгодженості та відповідності цілей, чіткості, особистісно-орієнтованого менеджменту тощо.

Досягнення мети, завдань, норм, правил та інших ознак корпоративної культури здійснюється за рахунок впровадження окремих видів діяльності з використанням відповідних функцій корпоративної культури, що визначають корпоративні цінності, здійснюють вплив на менталітет, трудову активність та організованість працівників, забезпечують їх мобільність та здатність до розроблення інновацій. Усе це врешті-решт призводить до поліпшення та підвищення результативності діяльності організації.

Корпоративна культура в управлінні організації виконує різноманітні функції. Проведений теоретико-методологічний аналіз наукових джерел з проблем управління персоналом дозволяє зазначити, що основними функціями усієї системи управління персоналом є: професійність спрямування на формування фахового складу працівників; системність та планованість діяльності передбачає різноманітність кадрових технологій, методик, що здійснюють кадрове планування; ефективність забезпечує високий результат за найменших витрат; науковість уся діяльність базується на наукових здобутках; наступність передбачає реалізацію ефективної кадрової політики; ієрархічність забезпечує взаємодію між різноманітними ланками управління персоналом; оперативність гарантує своєчасність прийняття та реалізації управлінських рішень; перспективність базується на спрямованості на подальший розвиток.

Отже, вмиле управління корпоративною культурою та використання її потенціалу робить можливими підвищення ефективності діяльності організації та позитивні економічні наслідки, такі як підвищення відданості працівників та розвиток співпраці, вища продуктивність праці, краще виконання своїх функцій і покращення процесу прийняття рішень. Створення корпоративних правил, чітке їх дотримання забезпечить ефективне стратегічне управління персоналом підприємства, гармонізує відносини між працівниками, попередить або розв'яже конфліктні ситуації; привабить клієнтів, забезпечить прийняття ефективних рішень.

Використана література:

1. Васильев А. В., Харчевнікова Л. С. Вплив корпоративної культури на ефективність діяльності підприємства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2016. Вип. 174. С. 44-52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2016_174_7 (дата звернення: 23.01.2020).
2. Потапюк І.П. Стратегічне управління персоналом підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Економічний форум № 4. Луцьк: Редакційно-видавничий відділ Луцького НТУ, 2014. С. 46–50.
3. Корпоративна культура & державна служба. Ціннісні орієнтири. Держслужбовець. листопад 2018. №11. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2018/november/issue-11/article40649.html> (дата звернення: 23.01.2020).
4. Бала О. І. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. Наукові праці НУ «Львівська політехніка». Львів: НУ ЛП, 2010. № 682. с. 11-15.