



УДК 658:330.87

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Студ. І.М. Козиренко, гр. БЮ-1-14

Наук. керівник доц. С.М. Бондаренко

Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасному світі питання використання у процесах управління підприємством корпоративної культури та формування відповідного корпоративного духу працівників набуває особливого значення. Це пов'язане з тим, що високий рівень корпоративної культури виступає ключовим фактором довгострокової ефективності підприємства за рахунок впливу на мотивацію працівників, продуктивність й ефективність їхньої трудової діяльності.

Корпоративна культура – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації. Мета корпоративної культури – забезпечення високої дохідності фірми за рахунок якісного поліпшення діяльності підприємства в цілому за допомогою:

- удосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності співробітників до керівництва і прийнятих ним рішень;
- виховання у працівників ставлення до підприємства як до свого дому;
- розвитку здатності і в ділових, і в особистих стосунках спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів.

Корпоративну культуру будь-якої організації, розглядають на трьох рівнях:

- 1 рівень – внутрішній – визначається латентними, прихованими атрибутами. До них можна віднести неписані правила взаємин співробітників, цінності працівників компанії, їхні переконання, установки, правила поведінки.
- 2 рівень – базовий – визначається офіційними, задекларованими принципами діяльності установи. Це найчастіше може бути місія організації, етичний кодекс компанії, в яких прописуються соціальні та моральні правила діяльності компанії на шляху до її успіху.
- 3 рівень – зовнішній – проявляється через фірмову символіку, корпоративні події, свідомі професійні традиції, які стають доступними не тільки для працівників підприємства, а й популяризуються у суспільстві.

За сучасних умов економічного розвитку вітчизняні компанії зайняті власним виживанням і в порівнянні із зарубіжними підприємствами не приділяють потрібної уваги розвитку корпоративної культури. Вся корпоративна культура вітчизняних підприємств зводиться переважно до зовнішнього вигляду співробітників, спільних розважальних вечірок, при цьому ігноруючи основні потреби працівників та недостатньо усвідомлюючи важливість створення єдиного корпоративного духу, стилю поведінки, самосвідомості у професійній діяльності співробітників. Однак, корпоративна культура успішних зарубіжних компаній, таких як “Nucor”, “Apple”, “Intel”, “Google”, може стати прикладом для вітчизняних підприємств, які можуть пристосувати та використати деякі її особливості в українських реаліях.

Таким чином, на сьогоднішній день корпоративна культура розглядається як головний механізм, який забезпечує практичне підвищення ефективності роботи підприємства. Враховуючи всі позитивні сторони корпоративної культури, можна констатувати, що формування її високого рівня для сучасних підприємств повинно стати однією з найважливіших стратегічних цілей їх ефективного розвитку.