

Таким чином, наведений комплексний підхід можна застосовувати для опису складних моделей поведінки в рамках культури і для оцінки ймовірності гармонійного входження керівників в культуру і покращення її. Це, в свою чергу, дасть можливість менеджерам: зрозуміти культуру і оцінити її бажані і можливі ефекти; оцінити рівень єдності у поглядах співробітників на культуру; виявити субкультури, що впливають на показники колективу; порівняти культури під час злиттів та поглинань; познайомити топ-менеджерів з новою для них культурою і допомогти їм знайти ключ до управління персоналом; оцінити відповідність стилів лідерів культурі, щоб виявити можливості впливу кожного лідера; вибудувати культуру і донести до кожного необхідність змін.

Список використаних джерел:

1. Зачем сосредотачиваться на построении корпоративной культуры? URL: <https://hr-elearning.ru/zachem-sosredotachivatsya-na-postroenii-korporativnoi-kulture/> (дата звернення: 06.02.2021).
2. Тарасова О. В., Марінова С. С. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства. Економіка харчової промисловості. 2013. № 3 (19). С. 28–32.
3. Полянська А. С., Дюк О. М. Формування моделі корпоративної культури в діяльності вітчизняних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. С. 9–16.
4. Гройсберг БорисЛи ДжеремиПрайс ДжессиЧэн Йо-Цзюд. Навигатор по корпоративной культуре. URL: <https://hbr-russia.ru/management/korporativnyu-opyt/a25721> (дата звернення: 10.02.2021).
5. Рейтинг Forbes: ТОП-100 крупнейшие компании Украины в 2020 году. URL: <https://inventure.com.ua/tools/database/rejting-forbes:-top-100-krupnejshih-kompanij-ukrainy-v-2020-godu> (дата звернення: 12.02.2021).

Верховод І., к.е.н., доц.
Худяк К., студентка 2 курсу
спеціальності 051 Економіка
МДПУ імені Богдана Хмельницького,
м. Мелітополь, Україна

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Вступ. Актуальність проблематики формування і розвитку корпоративної культури зумовлена її вагомим значенням серед чинників адаптації сучасних корпорацій до умов висококонкурентних ринків.

Основна частина. Формування корпоративної культури розглядається у навчально-методичній та науковій літературі в єдності кількох етапів. Зокрема, О.І. Бала вважає, що процес формування корпоративної культури слід реалізовувати через такі етапи, як визначення цінностей корпоративної культури; формування поведінки працівників; здійснення ефективної діяльності підприємства та забезпечення інтересів усіх учасників діяльності підприємства [1, 2, 3]. Відповідно до цих етапів дослідниця виділяє такі чинники розвитку корпоративної культури: документального забезпечення, управлінського впливу, ціннісні, забезпечення умовами і засобами праці, забезпечення екстеріоризації корпоративної культури, розвитку та фінансово-економічні чинники [4].

Г.М. Захарчин підкреслює важливість класифікації факторів формування корпоративної культури на зовнішні і внутрішні. При цьому використовує результати вибіркового дослідження, щоб встановити ранг кожного фактору за вагомістю впливу на формування і розвиток корпоративної культури. Найважливішими серед групи факторів внутрішнього середовища визнано такі:

психологічна готовність до змін, структура потреб персоналу, зовнішня атрибутика, система менеджменту на підприємстві [5].

Узагальнюючи і систематизуючи характеристики впливу різних груп факторів формування і розвитку корпоративної культури дослідники поширено виходять з того, що відмінності між факторами, їх класифікація визначаються, переважно, важелями їх впливу на поведінку і свідомість працюючих. На нашу думку, в складній системі впливів, що визначають спрямованість діяльності працівника, його пріоритети, ці фактори виражають вектор індивідуального розвитку, особисті плани і бачення свого місця в системі суспільних уявлень про господарську діяльність. Це означає, що описані класифікації недооцінюють значення такого вагомого чинника, як інтелектуальний розвиток працівників.

Вітчизняні дослідники звертають увагу, що господарська практика в Україні також недооцінює значення вбудовування індивідуальних програм професійного розвитку працівників в стратегію формування корпоративної культури. Зокрема наводяться приклади вибіркового обстежень, згідно результатів яких «80% опитаних стверджують, що на підприємствах здійснюється навчання, підвищення кваліфікації та стажування працівників, але воно не водночас, не перетворюється на провідний чинник професійно-кваліфікаційної мобільності» [6], а в системі корпоративних цінностей якість такого навчання не набуває належного значення.

В роботах [7, 8] процес формування корпоративної культури тлумачиться як складна сукупність зовнішніх стосовно організації (вони виступають, здебільшого, «джерелами» корпоративної культури) і внутрішніх факторів, серед яких є ті, що мають економічну, соціальну, адміністративну і нормативну природу, впливають через норми, правила, цінності, свідомість і процедури діяльності.

Проблема оцінювання результатів формування і розвитку корпоративної культури вирішується у вітчизняній літературі в контексті двох підходів. Перший, передбачає, що існують характеристики корпоративної культури, що мають «самостійну цінність» незалежно від обраної на певному етапі стратегії розвитку компанії, чи політики забезпечення потреби в персоналі. Іншим прикладом такого розуміння оцінки корпоративної культури може слугувати робота, що передбачає оцінювання за рівнем наближення до бажаних характеристик виконання кожної окремої функції корпоративної культури [9]. Власне до функцій, що підлягають оцінюванню віднесені просвітницько-виховна, мотиваційна, комунікативна, стабілізуюча, адаптивна, регулювальна та інноваційна [10].

Висновки та пропозиції. Методичною базою формування корпоративної культури ми вважаємо три головні важелі.

По-перше, заохочення і покарання (мотивація). В свою чергу, цей важіль формування корпоративної культури діє через такі складові, як критерії оцінки праці (процесу та його результатів) та засоби мотиваційного впливу (пропорції поєднання позитивних (заохочення) і негативних (покарання) стимулів та матеріальних і нематеріальних важелів впливу на трудову поведінку працівників.

По-друге, механізми задоволення потреби в послугах праці (принципи підбору та розстановки персоналу, кар'єрного просування, навчання і підвищення кваліфікації).

По-третє, засоби комунікації між групами персоналу, зокрема між керівниками і підлеглими.

Для оцінки ефективності формування і розвитку корпоративної культури пропонуємо виходити з таких загальних методичних принципів.

По-перше, пропонуємо виділяти «операційні ознаки» і «цільові показники»

поліпшення рівня корпоративної культури. Перші характеризують власне рівень корпоративної культури згідно обраної підприємством бажаної її моделі. Другі – зміни цільових показників роботи підприємства, що зумовлені розвитком корпоративної культури. До складу операційних ознак ми схильні відносити такі:

1. Середній кваліфікаційний рівень персоналу підприємства (зростання середнього кваліфікаційного рівня свідчить про поліпшення передумов для розвитку корпоративної культури).

2. Рівень організації праці (зменшення рівня втрат робочого часу, підвищення рівня виконання норм праці за інших рівних умов свідчить про розвиток корпоративної культури).

3. Характеристики тривалості (стажу) роботи працівників та поліпшення динаміки кар'єрного зростання. Так, зростання середньої тривалості роботи працівників компанії, за інших рівних умов свідчить про поліпшення корпоративної культури.

Для визначення зміни цільових показників роботи організації під впливом розвитку корпоративної культури ми пропонуємо використовувати прийоми факторного аналізу і оцінювати вплив динаміки показників рівня корпоративної культури на продуктивність і доходність (прибутковість) праці.

Список використаних джерел:

1. Бала О.І. Екстеріоризація корпоративної культури підприємств: символи і образи / Вісник Національного університету Водного господарства та природокористування «Проблеми раціонального використання соціально-економічного і природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика і інвестиції». 2006. №2. С. 5-12.

2. Бала О.І. Корпоративна культура – чинник соціально - економічного розвитку організації / Вісник НУ “Львівська політехніка” "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". 2006. №567. С.6-11.

3. Бала О.І. Метод детермінування видів корпоративної культури машинобудівних підприємств / Регіональна економіка. 2008. №1. С. 31-41.

4. Бала О.І. Підходи до оцінювання корпоративної культури / Вісник НУ “Львівська політехніка” "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". 2006. №567. С. 6-11.

5. Захарчин Г.М. Передумови розвитку організаційної культури на підприємстві в умовах глобалізації / Збірник наукових праць «Економічний простір». Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. №23/1. С. 57-63.

6. Захарчин Г.М. Технологічні аспекти формування організаційної культури на підприємстві / Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. №640. С. 279-284.

7. Ліфінцев Д. С. Формування корпоративної культури на основі концепції крос-культурного менеджменту / Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 5.

8. Ліфінцев Д. С. Методичні основи оцінки впливу корпоративної культури на діяльність організації. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=635>

9. Овчаренко А. О. Комплексна діагностика корпоративної культури в умовах інтернаціоналізації бізнесу (за методикою Камерона К. і Куїнна Р.) / Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Випуск 236. Т. IV. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. С. 878-884.

10. Овчаренко А. О. Корпоративна культура: сучасні аспекти розвитку / Формування ринкової економіки. Вип. 20. К: КНЕУ, 2008. С. 117-123.