

## Корпоративна культура підприємств в контексті сучасних європейських стандартах

**Новосад Марія Гнатівна,**  
канд. мист, доц. ПНУ імені В. Стефаника  
(м. Івано-Франківськ)  
nov-mar-59@mail.ru

*У статті розкрито сучасні проблеми корпоративної культури в галузі економіки, поєднання менеджменту і організаційно-управлінських культур та значення тренінгу як інструменту розвитку корпоративної культури.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, тренінг, менеджмент, мотивація.

*The article talks about current problems within corporate culture in economy and combination of management and training as an effective tool of corporate culture.*

**Keywords:** corporate culture, training, management, motivation.

Реалізація ефективних довгострокових планів розвитку будь-якого підприємства, організації чи відомства неможлива без провідної ролі моралі, «економічної культури», «економіки знань», «економіки послуг», високих життєвих і трудових цінностей її керівників та співробітників. Менеджер, інженер, випускник вузу або інший фахівець, не зможе працювати на сучасній фірмі, якщо не усвідомлює важливості корпоративної культури.

Навіть в умовах уже сформованого ринкового господарства і відповідного менталітету співробітників не завжди допомагають певні знання менеджменту. Це пояснюється тим, що за умов жорстокої конкуренції, швидкої зміни продукції, оновлення технології, зростання рівня і обсягу інформації не тільки промислові підприємства, комерційні організації або банки, але й такі організації як вузи, навчальні заклади знаходяться в постійному русі, де змінюється ситуація, відсутні постійні прогнози і навіть правила гри. Відносно стійкими залишаються тільки цінності культури.

Відомо, що суб'єктом господарювання є людина, на її трудову поведінку, ефективність діяльності могутній вплив здійснюють ціннісні орієнтації, переконання, вірування, традиції та інші фактори культури. Як

зазначає Т.Пітерс «Керівник не тільки вивчає раціональні аспекти організації, такі як структура і технологія, але він також творець символів, ідеологій, мови, вірувань, ритуалів і міфів» [2, с. 23.].

На сьогоднішній день майже для всіх організацій малого, середнього чи великого бізнесу важливим є культурологічний фактор, який виражений через корпоративну культуру, як «костюм», без якого вже не пристойно виходити на ринок товарів і послуг, без якого важко існувати. Врешті, для сучасних підприємств – це найсильніший мотиваційний фактор.

Теорія корпоративної культури ще не сформувалася як наукова дисципліна, не стала стабільним, усталеним зведенням знань. Хоча є невелика кількість публікацій на цю тему (А.Єськов, С.Ковалевський, Г.Хаєт, А.Філіпенко), проте проблема корпоративної культури не поставлена і не розкрита у всій її складності як цього вимагають сучасні європейські стандарти.

**Мета** нашого дослідження – розкрити особливість та вагомість корпоративної культури як основного фактору, який забезпечує довготривалий успіх підприємства на ринкові товарів і послуг та сприяє гуманізації усіх сфер діяльності.

Поява у теорії і практиці феномена корпоративної культури пов'язана насамперед з необхідністю посиленої уваги до духовної культури. Особливо нині, коли відбувається трансформація економіки і всього суспільства наближеної до євроінтеграційних стандартів. Чим ефективніше працює організація, чим більше вона сприяє зростанню матеріальних і духовних благ її співробітників, усього суспільства, чим більший внесок у цю роботу корпоративної культури, тим більшою мірою конвертують, зближуються ці аспекти[1, с.13].

В основному корпоративна культура – це система цінностей, яка може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті вона може існувати без будь-яких письмових правил. Сьогодні фіксована регламентація поведінки, умов праці, питання

оплати, гарантії особистих і громадських прав, що відповідають принципам адміністративно - командної системи дещо себе пережила.

Корпоративна культура – це колективне, яке стало особистісним, дух організації, який не можна розписати за параграфами, регламентувати у деталях всі прояви особистості і менеджменту. На формування корпоративної культури впливає національний менталітет, національний характер. Чим більша спільнота, тим стійкіша культура, має більше ознак інерційності у процесі змін[1,с.19].

Культура економіки актуалізує цінність успіху, оскільки він є важливою складовою професійної самореалізації. Одним зі пріоритетних засобів підвищення ефективності економічного зростання в аспекті технологічного оснащення, оптимізованого управління і досягнення успіху є мотивація [3, с.8]. Ключовим питанням сучасного менеджменту є розуміння процесу мотивації праці та вмиле управління мотивацією. Для особистісних теорій мотивації основним є виявлення та вивчення потреб людини. Самореалізація, креативність, відповідальність, знання іноземних мов, інформаційних систем, толерантність – це група потреб, яка відбиває соціальну природу людини її прагнення бути членом певної компанії, організації чи відомства.

Так, сьогодні на українському ринку праці сформувались декілька мотивацій. Інфляція, ріст цін призвели до погіршення фінансового положення працівників кожної компанії. Тому для більшої частини респондентів досить важливою мотивацією є збільшення зарплат, бонусів і премій. Для 43% мотивацією стали цікаві програми та завдання, для 39% можливість кар'єрного росту. Майже 1/3 опитаних відмітила важливий фактор особистості тайм-менеджменту, можливість працювати за гнучким графіком. До 10% опитаних звертають увагу на цінності компанії, 6% задоволені тим, що компанія має соціальне та медичне страхування. Серед цих мотивацій зазначені ще такі, як почуття відповідальності, можливість займатися любимогою працею і страх залишитися без роботи.

Важливою цінністю для країн Заходу є прагнення чогось досягти. Безсумнівно, людина може реалізувати себе як особистість у різноманітних сферах свого життя і діяльності та актуалізувати інші культурні цінності (талант, творчість, досвід), які є корисні для організації і її співробітників. Людина з високою потребою досягнення прагне самостійно ставити перед собою цілі, обираючи такі завдання, які вона здатна особисто їх вирішити має високий успіх у інноваціях. При цьому суспільство, як правило, має ефективну економіку.

Орієнтація на особистість означає гуманізацію організаційних структур та відкриває дорогу творчим пошукам. Вже нині передбачається розвинута система мотивації, яка враховує різноманіття трудових цінностей працівників. Постійно порушується питання «економіки знань», переходу від технократичного до особистісно-орієнтованого виду менеджменту. Зокрема, на порядку денному сучасного уряду стоїть питання про приватизацію державних підприємств, організацій, де досі домінують корупційні схеми.

Варто зауважити, що в країнах ЄС утвердилась доктрина «людських відносин» і продовжує розвиватися в рамках школи «соціальних систем», «системного підходу». Якщо раніше теорію управління створювали економісти і технологи, то тепер ними зайняті психологи, соціологи, культурологи. До менеджера починають висувати цілком нові вимоги. Керівник повинен всіляко сприяти утвердженню «здорової моралі», «сприятливого клімату», «добропорядності», «етики», «культури спілкування», тощо.

Сьогодні наяву відбувається перехід держави до нової цивілізації, зокрема від енергетичної до інформаційної структури, від матеріалістичного до постматеріалістичного суспільства. Нас очікує ефект диверсифікованого, індивідуалізованого виробництва, яке базується на досягненнях сучасного маркетингу і відрізняється високою технологізацією та інформатизацією. За приклад візьмемо міжнародну компанію «Danone».

«Danone» одна з перших міжнародних компаній, що прийшла на український ринок п'ятнадцять років тому і розпочала добу широкомасштабного виробництва молочно-кислої продукції. Від самого початку компанія почала асоціюватись з основними чинниками європейських культурних цінностей. Зокрема, гуманізм, відкритість, близькість, ентузіазм, всі вони є чинниками економічних послуг та складовою корпоративної культури.

Гуманізм як відповідальність та повага до людини. У відносинах з співробітниками та партнерами компанія підтримує цінність прозорого діалогу, несе відповідальність і турботу про безпеку виробництва та продукції через участь у громадському житті та охороні навколишнього середовища.

Відкритість – допитливість і жвавість розуму. Компанія цінує і мотивує серед своїх співробітників гнучкість, життєлюбність, прагнення до нових знань, винахідливість, ініціативність і готовність брати на себе відповідальність, що гарантує їм кар'єрний зріст.

Близькість - доступність, довіра, співпереживання. Саме неформальний, невимушений без мобінгу стиль управління є найбільш ефективним.

Ентузіазм – це жага досягнень, прагнення долати труднощі. Компанія повністю відкинула технократичний вид управління й постійно намагається максимально зменшити частку бюрократичних процедур. Співробітники мають право діяти самостійно, йти на розумний ризик і приймати нові, нестандартні рішення. Відсутність страху і упереджень, здатність протистояти невдачам і долати труднощі завжди приносять позитивний результат [4].

Значення корпоративної культури для розвитку цієї компанії визначається рядом характерних ознак: надання працівникам організаційної ідентичності; знання основ історії появи та розвитку компанії її культурних цінностей; визначення внутрішньогрупового уявлення про дану компанію; стимулювання самосвідомості і високої відповідальності за поставлені

завдання, причетність компанії до соціальних програм, що й являється важливим джерелом стабільності і соціальної захищеності співробітників компанії.

Надзвичайно цікавою є нова концепція управління людськими ресурсами. Традиційно в ЄС компанія розглядається як споживач, а співробітник – як постачальник, який пропонує свою працю, що базується на інтелектуальних і творчих здібностях для якого фірма повинна створити відповідне матеріальне і організаційне середовище.

Варто звернутися до концепцій А.Тоффлера, американського соціолога і футуриста, який аналізує новий тип спеціаліста та високих технологій. «Нові інтелектуальні працівники володіють майстерністю та інформацією, з яких формується набір їхніх духовних інструментів. Вони більш незалежні, високоосвічені, ненавидять рутину, воліють працювати творчо і виконувати свою роботу так, як вони вважають це за потрібне. Вони хочуть мати право слова, вони звикли до змін, невизначених ситуацій, гнучкої організації і графіку роботи»[1, с. 236].

Зрозуміло, що такі фахівці не будуть працювати в умовах жорсткої адміністративно-командної системи. Назріла потреба, змінювати взаємовідносини між керівником і підлеглими, запроваджувати інноваційне підприємництво, використовувати електронний реєстр в торгівлі та прибутку, безвізову програму, забезпечення персональними комп'ютерами, он-лайн конференції, дистанційне навчання та інші віртуальні можливості, які б сприяли розвитку інтелектуальним ресурсам.

Саме, в Україні досі діє кілька тисяч різного типу організацій та підприємств державного забезпечення, що потребують еволюційних змін, оскільки, теперішні умови їх діяльності гальмують вирішення існуючих проблем та вихід на нові рубежі діяльності за рахунок вдосконалення корпоративної культури.

Корпоративна культура передбачає широке використання психологічних тренінгів як інструменту її розвитку. Якість корпоративної культури в будь-

якій організації забезпечує тренінг, що дає можливість поліпшити фізичне і психологічне здоров'я співробітників Тренінг може проходити у різних напрямках психологічного, культурологічного і дидактичного напрямку.

Всі передові компанії, які діють за міжнародними стандартами постійно користуються послугами психологів, соціологів, культурологів. Ефективність тренінгу залежить від інтеграції теоретичних положень менеджменту, педагогіки, психології і культурології. Саме за рахунок високої ефективності культурно-дидактичної форми навчання (тестування, розробка культурних програм свят, підготовка довготривалих навчальних програм) відкриваються широкі можливості для економічної діяльності компанії.

Тренінг сприяє розвитку комунікативних здібностей, підвищенню толерантності, щирості, відкритості, тощо. Досить важливим є міждисциплінарний характер проведення тренінгу, який в тісному співробітництві психолога, маркетолога, фізіолога, лікаря, керівник компанії зможе реалізувати мотивацію учіння до високої ефективної діяльності корпорації. Тренінг розвиває вміння працювати в команді, удосконалює професійний відбір кадрів та забезпечує саморозкриття учасників і самостійного пошуку ними способів вирішення власних психологічних проблем.

За економічними прогнозами головним трендом на ринку праці України в 2016 році стане значна кількість ваканцій в державному секторі. Виникає потреба оптимального спрямування науковців на розробку теорії та методики викладання корпоративної культури у державних установах, спеціальних навчальних закладах різного рівня акредитації.

Таким чином, стратегія будь-якої компанії, підприємства чи організації, що базується на вимогах ринку передбачає корпоративну культуру, яка б базується на індивідуальній ініціативі, ризику, високому рівні інтеграції, позитивному сприйнятті конфліктів. Тому інтереси ефективної компанії вимагають високої культури організації, її стратегії, оточення (зовнішнє

середовище) і технології (внутрішнє середовище), все назване має бути приведене у відповідність до умов ринкової економіки.

### **Література**

1. Корпоративна культура/За ред. Г.Л.Хаєта//Навч. пос.–К., ЦНЛ, 2003.-403 с.
- 2.Пітерс Т. У пошуках ефективного управління /Т.Пітерс, Р.Уотермен//Пер. з англ. – К., Укрінтур, 1986. – 232с.
3. Хаєт Г. Медведева О. Корпоративна культура і цінності людини/Г.Хаєт, О.Медведева – К., 2001. – 267с.
- 4.[www.vedomosti.ru.danon.ua/ru](http://www.vedomosti.ru.danon.ua/ru)