

АНАЛІТИКО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ВИМІРИ МЕХАНІЗМІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Корпоративна культура є основою життєвого потенціалу організації. Вона відіграє важливу роль в функціонуванні організації, тому що розвиває неписані, часто невисловлені норми і взаємні чекання, що досить сильно впливають на поведінку колективу. Корпоративна культура підприємства може стати запорукою ефективного управління персоналом підприємства і, як результат, підвищення його конкурентоспроможності за умов відповідної соціалізації його функціонування. [3]

Важливу роль у період формування корпоративної культури відіграє вплив засновників, які не тільки визначають головну місію й основи взаємодії з зовнішнім середовищем, але також набирають членів групи і формують характер її реакцій, спрямованих на виживання й інтеграцію. При цьому корпоративна культура підтримується тим, на що звертається увага і як оцінюється і контролюється діяльність персоналу, засобами реагування на критичні ситуації – моделюванням ролей і навчанням персоналу, критеріями мотивації, а також критеріями в кадровій роботі. Формування корпоративної культури організації повинно відбуватися цілеспрямовано, вона повинна бути здатною ефективно реагувати на ситуації як відносно стабільні, тобто типові, так і нові, тобто ті, що виникають спонтанно. При цьому корпоративна культура повинна зрештовувати і зміцнювати колективний дух працівників від нижчих до вищих ланок, а нові технології повинні не тільки слідувати за подіями, але й орієнтуватися на їхнє прогнозування. Найсильніше на корпоративну культуру впливає поведінка і вчинки перших осіб організації, інших керівників і самих працівників. Обов'язково потрібно, щоб нову корпоративну культуру сприймало і цілком підтримувало вище керівництво. Тільки в цьому випадку удосконалення корпоративної культури надалі буде сприяти процвітанню організації. Перші особи організації повинні почати роботу із себе, тому що якщо в організації декларується цінність взаємної поваги працівників, а керівник принижує своїх підлеглих або проявляє неповагу, то про формування необхідної корпоративної культури можна і не говорити. Як тільки перші особи починають поводитися адекватно до цінностей, що декларуються в організації, це можуть підтримати керівники вищої ланки, потім керівники середньої ланки, далі керівники нижчої ланки і, нарешті, пересічені працівники. Практика свідчить, що зворотній шлях від працівників до керівництва не працює. До формування корпоративної культури організації необхідно підходити індивідуально, з огляду на специфіку, а також призначення конкретної організації, операційні засоби, що включають не тільки технологію, але і стиль діяльності учасників організації, систему стимулювання, контроль, інформаційне забезпечення, критерії досягнення цілей і оцінювання результатів, засоби внутрішньої інтеграції, до яких відносяться мова, прийоми включення нових членів в організацію, спосіб розподілу влади, стиль взаємовідносин, система заохочень і покарань, церемонії, ритуали. Корпоративна культура – це лише інструмент для управління і вона не може бути ідеальною. Корпоративна культура, щоб бути ефективною, завжди повинна підтримувати місію, цілі та конкретну стратегію розвитку організації. Мета поєднання місії і культури носить довгостроковий характер, що веде до досягнення максимальних результатів, при цьому зміни, вироблені в корпоративній культурі, потребують високого ступеня компетентності з боку керівництва організації. Чим більше організація, чим значущі нові переконання, тим більше часу для створення тісного взаємозв'язку місії і культури. У великих організаціях значні зміни корпоративної культури займають від 3 до 5 років. У дійсності набагато складніше змінити сформовану корпоративну культуру, чим створити нові переконання у тільки що створеної організації. [1]

Головна мета впровадження корпоративної культури у функціонування організації – це створення одностайності фахівців при прийнятті рішень. Корпоративна культура припускає передбачуваність і керованість поведінки, тактичну або стратегічну спрямованість, об'єктом її впливу є люди. Оцінка корпоративної культури як «успішна» може бути надана тільки тоді, коли вона сприяє формуванню відчуття добробуту і сприяє досягненню поставлених цілей. Взагалі на характер і рівень корпоративної культури організації суттєво впливають політико-адміністративний устрій, стан економічного розвитку, географічне розташування країни. Визначальними елементами корпоративної культури деякі дослідники вважають розмір країни, її традиції, способи і принципи підготовки та добору фахівців. Загалом же рівень культури можна визначити за тим, як дотримується система в цілому та її складники моральних, правових, економічних, організаційних, технічних та етичних норм.

В інформаційній економіці і, ширше, інформаційному суспільстві безпроцентне значення отримують нематеріальні ресурси, то головним нематеріальним ресурсом соціально-історичного процесу завжди були і залишаються люди, і, виходить що ключ до соціально-економічного прогресу в інформаційну епоху, лежить в активізації інтелектуально-людського потенціалу на всіх рівнях соціального буття, у тому числі і насамперед на рівні окремої організації, де необхідний високопрофесійний менеджмент управління людськими ресурсами. Тому необхідно бачити в організації не тільки матеріальну діяльність, скільки співтовариство, живий організм, що потребує виховання, захисту, мотивації – тільки тоді він буде виживати з покоління в покоління з користю для інших. [1]

Джерелами формування корпоративної культури є: система особистісних цінностей і способів їх реалізації; способи, форми організації діяльності та структура організації; уявлення про оптимальну і припустиму моделі поведінки працівника в організації, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей. Механізм формування корпоративної культури полягає у взаємодії цих джерел, що визначають важливість та ієрархію цінностей. Ієрархічна система сформованих у такий спосіб цінностей породжує найбільш адекватну сукупність способів їх реалізації, що втілюються у способах діяльності і формують внутрішньогрупові норми та моделі поведінки. В свою чергу, механізм формування корпоративної культури може бути проілюстрований за допомогою концепції чотирьох середовищ. На глобальному рівні головний вплив на формування та розвиток культури організації справляє мегасередовище міжнародного бізнесу. Макросередовище відповідає національному рівню. Мікросередовище зі своєю культурною специфікою визначає корпоративний рівень. На персональному рівні культура значною мірою визначається метасередовищем, або особистісними контактами працівника. Сформована у такий спосіб корпоративна культура дає змогу узгоджувати проблему відповідності індивідуальної мети із загальною метою організації для створення гармонійного культурного простору [2].

Висновки. Корпоративна культура в управлінні людськими ресурсами організації – це культура дії і тому вона може бути нейтральною. Саме тому головне завдання керівництва в управлінні корпоративною культурою – розвивати її позитивні аспекти, завдяки чому вона притягатиме до себе лише позитивні чинники.

Література:

1. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посібник для вчз / В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, О.М. Попов та ін.; ред. В.Г. Воронкова; ЗДІА – К.: Професіонал, 2006. – 567с.
2. Носков В., Кальянов А., Єфросиніна О. Психологічні детермінанти корпоративної культури // Політичний менеджмент. – 2006. – №3 (17). – С.76–88.
3. Крайнік О.М. «Корпоративна культура як чинник ефективного управління персоналом на підприємствах машинобудування» - О.М. Крайнік // Інвестиції: практика та досвід. / Гол.ред. Л.П. Клименко. – Вип. № 3. – м. Київ – 2013. – С.26-28.