

Кравченко Ю.А.

аспірант,

Київський університет ринкових відносин

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розвиток персоналу є найважливішою умовою успішного функціонування будь-якої організації. Це особливо важливим є в сучасних умовах, коли науково-технічний прогрес значно прискорює старіння професійних знань і навичок. Невідповідність кваліфікації персоналу потребам компанії негативно позначається на результатах її діяльності. Тому, корпоративна культура може слугувати потужним інструментом підвищення загального рівня персоналу в організації. Культурологічний підхід до дослідження ефективного функціонування підприємства, який передбачає вивчення процесів, що відбуваються в організації, через призму культури, яка визначає специфіку діяльності, особливості взаємовідносин між працівниками, вимоги і ставлення до них, набуває значного значення для прибуткового функціонування організації. В останні роки управлінські служби не тільки змінили відношення до культури організації, але і зайняли активну позицію у використанні її як фактору підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективності виробництва і управління. Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління персоналом підприємства повинна розглядатися як стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування.

У теперішній час не існує єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». До того ж, різні автори для її характеристики використовують такі терміни як: «культура», «організаційна культура», «культура організації», «фірмова культура», «культура підприємництва». Аналіз існуючих трактувань цих понять дозволив зробити висновок про те, що їх сутність є тотожною.

Так, корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства.

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях.

Виділяють три рівні корпоративної культури. При цьому кожен наступний рівень є все менш очевидним. Самий верхній, поверхневий рівень корпоративної культури складають видимі об'єкти, артефакти культури: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Усе це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою працівників підприємства.

Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності і переконання, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові, використовуваних символах.

Але деякі цінності закладені у корпоративній культурі настільки глибоко, що робітники просто їх не помічають. Ці базові, основні переконання і складають сутність корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою і рішеннями людей на підсвідомому рівні.

На сьогоднішній день, більшість вчених трактують термін корпоративна культура по-різному. Але аналіз наявних трактувань цих понять дав змогу зробити висновок про те, що їх сутність є тотожною. Тому, корпоративна культура – це система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємного співробітництва та сумісності працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку.

Е. Шейн виділяє наступні основні рівні корпоративної культури:

- рівень артефактів – усе, що можна побачити, почути й відчувати при входженні до групи з незнайомою культурою. Це зримі продукти групи: архітектура її матеріального оточення, мова, технологія й продукти діяльності, художні твори й стиль, втілений в одязі, манера спілкування, емоційна атмосфера, міфи й історія, які пов'язані з організацією, ритуали й церемонії;

- рівень проголошуваних цінностей – цінності, які досить точно визначають, що буде говоритися людьми в цілому ряді ситуацій, але які можуть не відповідати тому, що вони будуть насправді робити. Якщо цінності відповідають основним уявленням, то їх словесне вираження у

формі принципів роботи буде сприяти консолідації групи, будучи засобом самоідентифікації й вираженням суті місії;

– рівень базових відображень. Якщо знайдене рішення проблеми виправдує себе раз за разом, воно починає сприйматися як щось належне. Те, що людина інколи сприймала тільки інтуїтивно, перетворюється в реальність. Вона приходить до думки, що все відбувається саме так, як вона й думала.

Зміст корпоративної культури відображається ступенем особистої значимості професійно-трудової діяльності для більшості працівників. Корпоративна культура на різних підприємствах може мати неоднакову орієнтованість на розвиток персоналу і виробничі функції. Корпоративну культуру залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу класифікують:

– позитивну, що фіксує для працівника цінність своєї професійної діяльності як способу особистісної трудової, творчої самореалізації й саморозвитку та цінність свого підприємства як умови забезпечення власних актуальних потреб;

– негативну, яка відбиває ситуацію, коли трудова діяльність для персоналу на конкретному підприємстві різною мірою вигідна, проте не цінна з точки зору саморозвитку персоналу та творчої самореалізації.

Необхідно також розрізняти сильну та слабку культуру.

Молоді організації чи організації, що характеризуються постійною ротацією понять серед своїх членів, мають слабку культуру. Члени таких організацій не мають достатньо спільного досвіду для формування загальноприйнятих цінностей.

Однак не всі зрілі організації зі стабільним кадровим складом характеризуються сильною культурою: головні цінності організації повинні постійно підтримуватися. Сильна культура чітко визначає поведінку працівників. Передбачуваність, упорядкованість і послідовність діяльності у організації формується за допомогою високої формалізації. Сильна культура досягає того ж результату без ведення якої-небудь документації і розподілів. Більше того, сильна культура може бути більш ефективною, ніж будь-який формальний структурний контроль. Чим сильніша культура організації, тим менше управлінському персоналу потрібно приділяти уваги розвитку формальних правил і положень для керування поведінкою працівника. Це закладено у підсвідомості працівника, що приймає культуру організації. Формування корпоративної культури на підприємстві може відбуватися такими шляхами: довгостроковою практичною діяльністю; діяльністю керівника чи власника (власна культура); штучним формуванням організаційної культури фахівцями консультаційних

організацій; природним відбором найкращих норм, правил і стандартів, запропонованих керівником і колективом.

Функціями корпоративної культури в організації має бути формування певного образу підприємства та забезпечення соціальної стабільності, єдності та відданості працівників. За допомогою корпоративної культури повинно здійснюватися формування та контроль норм поведінки персоналу, найбільш доцільних з точки зору інтересів більшості учасників організації. Корпоративна культура має бути тим, переважно невидимим, фактором бізнесу, що живить усі процеси та з'єднує воедино всі елементи і механізми менеджменту, забезпечуючи при цьому раціональність та гармонію дій.

Управління корпоративною культурою має перебувати у центрі уваги менеджерів, підпорядковуватися досягненню максимальних результатів на основі наближення інтересів адміністрації і найманих працівників.

Список використаних джерел:

1. Іванченко А. В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства 2009. – № 4, Ч. 2, Т. 1. – С. 185-190.
2. Назарова Г. В. Корпоративне управління: Навч. посібник. – Х., 2003. – 531 с.
3. Савчук Л., Бурлакова А. Развитие корпоративной культуры в Украине. Персонал, – 2008. – № 5. – С. 86-89.
4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

Лелюк Ю.В.

аспірант,

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ СИНДРОМУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ У ПРАЦІВНИКІВ КУЛЬТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ

У сучасних умовах ефективного управління закладом культури сільської місцевості неможливе без запровадження нових і вдосконалення існуючих підходів у формуванні мотиваційного механізму працівників культури. Мотивація працівників та надання якісних послуг у сфері культури – дві взаємопов'язані складові, які впливають на результативність діяльності закладу.