

**Щебликіна З.В., ст. викладач**

**Сільніченко Р.В., студент**

*Мелітопольський державний педагогічний університет*

*імені Б. Хмельницького, Україна*

## **Управління розвитком корпоративної культури сучасних підприємств**

Термін «організаційна культура» охоплює більшу частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому матеріальні цінності та моральні норми, прийнятий кодекс поведінки і укорінені ритуали, манера одягатися персоналу та встановлені стандарти якості продукту, що випускається [1].

Із проявами організаційної культури ми стикаємося, ледь переступивши поріг підприємства: вона зумовлює адаптацію новачків і поведінку «ветеранів», знаходить відображення у певній філософії управлінської ланки, перш за все, вищих керівників, реалізується в конкретній стратегії організації.

Культура надає всеохоплюючий вплив на діяльність організації.

Організаційна культура отримала статус одного з ефективних інструментів управління організацією. Кожна організація - це співтовариство, яке має свою специфічну унікальну організаційну культуру, свої звичаї і традиції. Організаційна культура - це сформована впродовж усієї історії підприємства (організації) сукупність прийомів і правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами тих, що працюють [1].

На формування організаційної культури впливають зовнішні і внутрішні чинники, які мають місце у специфічних маркетингових функціях. Якщо ці чинники несприятливо впливають на організаційну культуру, для їх нейтралізації користуються відповідною технологією, яка суміщає внутрішні можливості формування організаційної культури із зовнішніми чинниками. Використання цієї технології визначає, наскільки соціокультурні тенденції

проникають у систему менеджменту підприємства і чи здатне воно гідно приймати сучасні виклики часу.

Сьогодні організаційна культура є могутнім управлінським регулятивним ресурсом і чим вищий потенціал керівництва, тим вагоміший цей ресурс. Організаційна культура в організації створює соціальний фундамент, який здатний нести на собі всю систему діяльності і взаємодії, протистояти і приймати зовнішні і внутрішні зміни, створювати сприятливі умови для розвитку організації та її маркетингової діяльності.

Пріоритетними в культурі підприємств є організаційні цінності - це предмети, явища і процеси, направлені на задоволення потреб членів організації, які визнаються більшістю її членів. Якщо вони будуть задоволені, то це проявиться і у взаємодії організації з мікроринковим середовищем. Ці цінності є ядром, яке визначає корпоративну культуру в цілому. Завдяки своїй ціннісній основі кожен співробітник усередині організації в межах загальної системи цінностей займає відповідну індивідуальну позицію. Ціннісні позиції змінюються в процесі міжособистої взаємодії і обміну цінностями [2]. Цінності визначають стилі поведінки, стилі спілкування з колегами і клієнтами, рівень мотивованості, активність і багато ін.

Вирішальну роль у керуванні компанією, її іміджу та успішності на ринку відіграють корпоративні цінності. Управління системою цінностей без належного опрацювання приводить до наслідків, здатних знизити ефективність роботи навіть найуспішніших компаній.

Персонал який працює на підприємстві тривалий час, як правило, не помічає проявів культури, а поведінка оточуючих йому здається звичною. Усвідомити власну організаційну культуру він може при порівнянні її з іншим підприємством у ролі споживача або при появі нових співробітників на підприємстві, де він працює [2]. Організаційна культура надає неабиякий вплив на світогляд людини, часто корпоративні цінності перетворюються в цінності особистості і колективу або навпаки вступають з ним у конфлікт.

Невід'ємною частиною організаційної культури є мотивація. Обов'язок керівника полягає в тому, щоб ретельно спостерігати за своїми підлеглими, вчасно з'ясовувати, які активні потреби рухають кожним із них, і приймати рішення по їхній реалізації з метою підвищення ефективності роботи співробітників.

Реалії життя вимагають проведення змін у культурі організації. Здійснення цих змін базується на світогляді і політиці керівництва підприємства, а також на їхній твердій волі дійсно реалізувати задумане. Основою керування процесом зміни культури є добре знання керівництвом того, що можуть і хочуть співробітники. Мета змін – пошук, визначення, інтерпретація, формулювання реально здійснених і прийнятних рішень. Для управління змінами на кожному окремому напрямку необхідно призначити керівника, який за своїми знаннями, здібностями, досвідом та авторитетом у в змозі забезпечити досягнення поставлених цілей у зазначений термін, і за допомогою виділених засобів [3].

Як культура взагалі базується на загальновизнаних цінностях і загальноприйнятих нормах (правилах) поведінки, так і організаційна культура на підприємстві формується на основі визнаних цінностей і прийнятих нормах поведінки саме в цьому колективі та у даній організації.

#### Література:

1. Дробіленко О.О. Організаційна культура підприємств і організацій [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/drobilenko-oo-organizatsiy-na-kultura-pidpriemstv-i-organizatsiy/>
2. Тимцуник В.І., Гайдай Ю.В. Роль організаційної культури в діяльності підприємств торгівлі [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/>
3. Тарасюк В. Д. Элементы и факторы формирования организационной культуры предприятия/ Тарасюк В.Д. // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2009. – Т.22 (61). - № 2. – С. 333-340.