

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

студент Стаднік В.О.

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове й недостатньо висвітлене з наукової точки зору, як у нашій країні, так і за кордоном.

Недостатнє вивчення корпоративної культури в Україні, недостатність системності в існуючих моделях зарубіжних авторів зумовили відсутність моделей формування і розвитку корпоративної культури, заснованих на системному підході, які дозволили б керівникам підприємств створити необхідну культуру. Тому автором запропоновано підхід щодо формування корпоративної культури на підприємстві, яка містить 3 основні етапи.

І ЕТАП. Діагностика внутрішніх організаційних процесів на підприємстві. Основні роботи першого етапу:

1.1. Аналіз чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на формування і розвиток корпоративної культури.

1.2. Аналіз існуючої системи стратегічного розвитку підприємства – вивчення існуючих регламентів стратегічного управління, їх вживаність і результативність для підприємства.

1.3. Аналіз існуючої системи управління персоналом – вивчення регламентів з управління персоналом, їх відповідність стратегічним цілям і завданням, їх вживаність і результативність для підприємства.

1.4. Аналіз соціально-психологічного клімату на підприємстві.

1.5. Структура зовнішньої ідентифікації (фірмовий стиль підприємства) – аналіз застосування і розпізнання корпоративного стилю підприємства при взаємодії з зовнішнім і внутрішнім середовищем.

1.6. Аналіз існуючої внутрішньої корпоративної культури, як усередині підприємства, так і при взаємодії з клієнтами.

1.7. Аналіз і виявлення «проблемних зон» корпоративної культури підприємства, розроблення рекомендацій щодо їх усунення.

Результат виконання робіт етапу: виявлені «проблемні зони» корпоративної культури підприємства, рекомендації по їх усуненню, розроблення концепції моделі корпоративної культури.

Формалізація результату: оформлення звіту «Діагностика внутрішніх організаційних процесів на підприємстві».

II ЕТАП. Формування і розвиток корпоративної культури на підприємстві. Основні роботи другого етапу:

2.1. Формалізація цілей і завдань, що визначаються стратегією підприємства.

2.2. Формалізація філософії і місії підприємства.

2.3. Формалізація вже існуючих цінностей підприємства та таких, що вносяться.

2.4. Розроблення стандартів поведінки співробітників в рамках робочого процесу.

Результат виконання робіт етапу: розроблення інструментів формування і впровадження нової корпоративної культури на підприємстві.

Формалізація результату: Складання стандартів корпоративної культури на підприємстві, розроблення і оформлення Кодексу корпоративної культури підприємства.

III ЕТАП. Впровадження корпоративної маркетингової культури і розроблення рекомендацій з підтримки її розвитку на підприємстві. Основні роботи третього етапу:

3.1. Інформування кожного працівника підприємства про нові корпоративні правила, місію і філософію підприємства, їх усвідомлення і прийняття як своїх власних.

3.2. Розроблення, підготовка і проведення заходів для адаптації працівників підприємства до нових стандартів корпоративної культури.

Результат виконання робіт етапу: усвідомлення значущості впливу корпоративної культури на формування іміджу підприємства, зміна поведінкових установок співробітників в робочому процесі, підвищення лояльності співробітників до підприємства.

Формалізація результату: розроблення рекомендацій з підтримки корпоративної культури на підприємстві.

Отже, головним результатом успішної роботи по формуванню і розвитку корпоративної культури за запропонованим автором підходом має стати **оформлена система корпоративної культури** – сприятливе середовище, в якому виявляться здібності кожного співробітника підприємства.

Наук. керівник: доц. Біловодська О.А.