

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Забезпечення динамічного розвитку економіки України на основі інноваційно-інвестиційної моделі можливе лише при формуванні конкурентоспроможного корпоративного сектора. Саме йому притаманна можливість швидкої концентрації необхідних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, а також здійснення інтеграційних процесів для забезпечення якісних змін в реальному секторі економіки. Розвиток корпоративного сектору України впливає на соціально-економічний розвиток інноваційних процесів, забезпечує впевненість та підвищує довіру інвесторів, забезпечує більш ефективне використання капіталу, враховує інтереси широкого кола зацікавлених осіб. Кінцевим результатом діяльності товариств є покращення благоустрою суспільства та зростання національного багатства.

В сучасних умовах жорсткої конкуренції, швидкої зміни ринкової кон'юнктури, оновлення технологій, збільшення обсягів інформації вітчизняні підприємства перебувають у стані постійної зміни. Відносно стійкими залишаються лише цінності та культура. Однак рівень розвитку даних категорій цілком залежить від стану розвитку соціально-економічних чинників. Кризові явища початкового етапу переходу України до ринкової економіки зіграли негативну роль на формуванні ціннісних орієнтирів і культури, в тому числі, і у виробничій сфері. Так, на побудові організаційної культури вітчизняних підприємств негативно позначаються психологічні чинники, пов'язані з тоталітарним режимом роботи, зокрема, безініціативність, безпорадність, подвійна мораль, звичка покладатися на опіку держави і в той же час не довіряти їй (порушувати закони). Тому на сьогодні однією з найбільш важливих завдань управління персоналом є формування якісного нового ставлення до праці, підвищення загального культурного рівня персоналу.

На жаль, в українських наукових і ділових колах єдиної думки про корпоративну культуру. Дослідження соціологів свідчать про те, що: 55% сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі вона повинна бути на підприємстві; 40% підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій; 35% визнають необхідність її формування у своїй компанії, але для цього у них не вистачає ні часу, ні ресурсів; 25% вважають її непотрібною.

Якщо сьогодні підприємство, компанія, фірма або державна структура бажають бути успішними, їм необхідно створити в своєму колективі певний клімат, основу якого складає корпоративна культура.

Не дивлячись на те, що корпоративна культура вже декілька десятиліть є предметом наукових досліджень, на думку П. Проста, це "концептуально слизьке поняття". Концептуальна невизначеність поняття відображає змістовну невизначеність, що може бути пов'язано з мінливим контекстом і змістом корпоративної культури. В якості провідних напрямків пізнання корпоративної культури виділимо такі її визначення:

– корпоративна культура включає в себе наступні поняття: *mind identity* - наявність у персоналу підприємства компанії загального розуміння корпоративної ідеології; *visual identity* - візуальна символіка корпоративної ідеології (логотип); *behavior identity* - поведінка компанії і персоналу у відповідності з корпоративною ідеологією.

– корпоративну культуру можна визначити як сферу менеджменту, пов'язану з розвитком інтеграційних процесів управління, яка включає в якості основних компонентів цінності членів трудового колективу організації, переконання, норми поведінки і комунікаційної взаємодії працівників в процесі трудової діяльності, елементи матеріального середовища і тим самим відображають індивідуальність даної організації;

– корпоративна культура – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культура міжособистісних стосунків на підприємстві.

Для того, щоб дослідити взаємозв'язок таких понять як "корпоративна культура", "управління персоналом" та "ефективність діяльності", розглянемо етапи становлення культури на підприємстві.

Зародження корпоративної культури зазвичай відбувається з виникненням нової господарюючої організації і в певному сенсі окремі елементи цієї культури можуть кинути виклик усталеним у суспільстві уявленням і настроям. На цій стадії саме нова культура є базою для формування передумов подальшого розвитку суспільства в цілому і господарських зв'язків зокрема. Стабілізація корпоративної культури може відбутися, коли її дотримується переважна більшість, коли вона стає органічним середовищем існування та розвитку суспільства.

В умовах, коли для реалізації проектів ресурсів однієї компанії не вистачає, менеджменту доводиться переходити на рівень міжкорпоративної культури, тобто оперативно коректувати систему цінностей, норм, форм комунікацій і т.п. Все це сприяє переходу від конкуренції до партнерства.

Наступною, більш високою стадією розвитку корпоративної культури є культура бізнесу в цілому. Виникнення великих інтегрованих структур (зокрема, холдингів) тягне за собою необхідність вишукувати ресурси за межами можливостей навіть декількох компаній, а отже, і розвитку проектного менеджменту, усвідомлення необхідності формування не просто договірних відносин, а й інтеграцію цінностей, ідеології. Культуру бізнесу можна охарактеризувати як засіб перетворення управлінських технологій в технології

системної організації діяльності корпорації. Ті компанії, які виходять на рівень культури бізнесу, мають кращі умови для свого розвитку, тому що: сприяють формуванню нових можливостей для розвитку бізнесу; формують нове культурне середовище, яке забезпечує виникнення нових потреб суспільства у розвитку додаткових видів бізнесу.

Природно, що компанії, що знаходяться на різних рівнях розвитку корпоративної культури, мають і різні перспективи (табл. 1).

Таблиця 1 – Перспективи компанії з різним рівнем розвитку корпоративної культури

Рівень	Характеристика компанії	Перспективи розвитку
Корпоративна культура	Розвинена атрибутика корпоративної культури; орієнтація на одержання прибутку, завоювання і утримання позицій на ринку; патріотизм, командний дух	При відсутності здатності враховувати мінливі умови макросередовища компанія може стати неефективною
Міжкорпоративна культура	Відкритість, готовність до змін. Корпоративна культура компанії толерантна до інших культур, їх цінностей, норм і атрибутів	Додаткові можливості ведення бізнесу, розширення інформаційних ресурсів, розвиток персоналу, стабільне функціонування компанії
Культура бізнесу	Готовність до соціального партнерства; взаємне збагачення корпоративної культури компанії і суспільних цінностей	Розвинені цінності та потреби формують передумови для появи нових напрямків діяльності

Таким чином, формування і розвиток корпоративної культури вітчизняними підприємствами дає можливість значно посилити свої конкурентні позиції на ринку, вийти на більш високий рівень розвитку і, як наслідок, забезпечити процвітання власне самому підприємству і державі в цілому.