

УДК 658:316.723(0)

Маказан Є.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СВІТОВИХ КОРПОРАТИВНИХ КУЛЬТУР

Досліджено вплив розвитку корпоративної культури на вибір місця роботи працівником. Проаналізовано діяльність компаній світу з найкращою корпоративною культурою. Обґрунтовано необхідність розвитку корпоративної культури. Узагальнено пріоритетні критерії, які необхідні для менеджерів та звичайних працівників.

Ключові слова: корпоративна культура, людський капітал, розвиток підприємства.

Маказан Е.В. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МИРОВЫХ КОРПОРАТИВНЫХ КУЛЬТУР

Исследовано влияние развития корпоративной культуры на выбор места работы работником. Проанализирована деятельность компаний мира с лучшей корпоративной культурой. Обоснована необходимость развития корпоративной культуры. Рассмотрены приоритетные критерии, необходимые для менеджеров и обычных работников.

Ключевые слова: корпоративная культура, человеческий капитал, развитие предприятия.

Makazan Y.V. SOME ASPECTS OF WORLD CORPORATE CULTURE

The influence of the development of corporate culture on the choice of the place of work by the employee is investigated. The activity of companies of the world with the best corporate culture is analyzed. The necessity of investing in corporate culture development is substantiated. There are generalized criteria that are necessary for managers and ordinary employees.

Key words: corporate culture, human capital, development of enterprise.

Постановка проблеми. Корпоративна культура є дуже актуальною темою в сучасному глобальному діловому середовищі, тому що сучасні працівники починають усвідомлювати, що заробітна плата не є ключовим критерієм під час вибору місця роботи.

Сьогодні власники підприємств повинні усвідомити, що для створення та утримання команди фахівців, окрім грошової винагороди, на підприємстві повинна бути розвинена корпоративна культура.

Огляд останніх джерел, досліджень і публікацій. Серед досліджень і публікацій вітчизняних та закордонних науковців, які займалися вивченням корпоративної культури, можна назвати праці таких дослідників, як Е. Джекс, Л. Елдрідж, А. Кромбі, Х. Шварц, С. Девіс, К. Голд, Л. Смірцич, С. Мішон, П. Штерн, А.О. Блінов, О.В. Василевська, В.В. Козлов, О.О. Козлова, О.С. Виханский, А.І. Наумов та інші. Дослідження проблем та методів формування корпоративної культури в глобалізованому економічному середовищі здійснюють такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як Б.М. Андрушків, В.Г. Воронкова, А.В. Кальянова, В.І. Куценко, О.О. Франчук, Г.Л. Хаєт, Р.С. Чорний, В.В. Шконда та багато інших.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження: узагальнити роль корпоративної культури та виявити найважливіші критерії для працівників під час вибору робочого місця.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна культура – це система, в основі якої лежать ідеї і цінності компанії. Філософія корпоративної культури зумовлює особливості поведінки і спілкування і, як правило, передбачає однакове зовнішнє оформлення: фірмову символіку, стиль, традиції компанії. Однак корпоративна культура – це не тільки фірмова атрибутика і стандарти зовнішнього вигляду і поведінки співробітників. Зовнішні, очевидні для всіх прояви корпоративної культури будуть марними, якщо не будуть підкріплені силою внутрішньої традиції і єдиних корпоративних цінностей.

Вплив корпоративної культури на результати роботи компанії, на її стійкість і конкурентоспро-

можність дуже великий. Корпоративна культура дає змогу забезпечити додаткову мотивацію співробітників і створити сприятливий клімат для роботи [1, с. 30].

Деякі компанії викладають свої базисні цінності у вигляді переконання, що для них цінності є чимось нематеріальним, більш прийнятним співробітниками через весь комплекс їх взаємодії з організацією: роботу, спілкування з керівниками, колегами та підлеглими і т.д.

Культура дійсно успішної компанії повинна мати низку особливостей.

По-перше, культура повинна бути цінна; це повинно дати фірмі змогу робити справи і вести себе таким чином, щоб додавати цінність фірмі у вигляді високих продажів, низьких витрат тощо. Прекрасне фінансове становище є економічною концепцією; відповідно культура, якщо вона покликана привести до стійкого фінансового становища, повинна мати позитивні економічні наслідки.

По-друге, культура повинна бути унікальною; вона повинна мати ознаки і характеристики, які не є спільними з культурами більшості інших фірм.

По-третє, культура повинна бути неповторною; якщо компанія А, наприклад, є дуже успішною, то компанія В не може сподіватися досягти порівняного успіху, роблячи спроби точно копіювати культуру компанії А. Компанія В буде завжди залишатися на другому плані, роблячи подібні зусилля.

Найчастіше корпоративна культура визначається як набір важливих припущень, прийнятих членами компанії. Вона являє собою якусь самостійну сутність, і її параметри не збігаються з індивідуальною культурою окремих членів компанії. Корпоративна культура схильна до змін. Вона змінюється постійно протягом усього життя організації під впливом як зовнішнього середовища, так і внутрішнього.

Компанія може мати вже сформовану корпоративну культуру, у цьому разі перед нею стоїть завдання збереження і підтримки культури або завдання її зміни. Компанія також може перебувати на стадії формування корпоративної культури, у

цьому разі вона повинна стежити за тим, щоб цей процес не вийшов з-під контролю.

Можна сказати, що корпоративна культура і корпоративний дух – це свого роду цемент, який скріплює організацію, запорука її стабільності та ефективності функціонування.

Влаштуваючись на роботу в ту чи іншу організацію, майбутні співробітники звертають увагу на безліч факторів. Основні критерії, які використовують кандидати під час вибору роботодавця, – це заробітна плата, соціальний пакет (оплата лікарняних, відпусток, проїзду і мобільних телефонів, страхівка і т.д.), перспективи кар'єрного зростання, можливість навчання за рахунок компанії, віддаленість місця роботи від місця проживання, можливість отримання пільг від компанії (наприклад, знижки на продукцію компанії) і, звичайно, колектив [2, с. 116].

Наявність системи цінностей і норм поведінки дає організації змогу створити єдиний вектор руху і розвитку компанії та її співробітників. Проте грамотно впроваджена корпоративна культура не тільки дає змогу поліпшити процес внутрішньої комунікації, а й забезпечує лояльність співробітників, допомагає підтримувати командний дух колективу, від якого часом залежить безпека компанії. З відходом співробітника часто відбувається витік комерційної інформації, нерідко мають місце ситуації, коли люди намагаються продати важливі відомості. Так відбувається майже завжди, за винятком ситуацій, коли співробітник відчуває повагу і деяку прихильність до роботодавця, коли в компанії є потужна корпоративна культура, що забезпечила повноцінну адаптацію співробітника і виникнення у нього почуття причетності до місії компанії, до її успіхів і досягнень.

Незважаючи на актуальність теми корпоративної культури і її очевидну вигідність для компаній, лише мала кількість вітчизняних підприємств займаються серйозно цим питанням.

Американські дослідження показують, що гроші насправді не є головним мотивуючим фактором, навіть бонуси і премії не змушують людей працювати краще. Матеріальні стимули працюють в основному на залучення співробітників, тобто зарплата головним чином впливає на прийняття рішення кандидатом про вибір роботодавця, а також може слугувати інструментом утримання співробітників, але це працює недовго [3, с. 97].

Ресурси будь-якої компанії не безмежні, роботодавці не можуть дозволити собі підвищувати зарплату співробітникам кожні два-три місяці (а це саме той проміжок часу, в який люди працюють найбільш натхненно після підвищення зарплати). І виникає гостра необхідність у використанні саме нематеріальних (моральних) методів стимулювання. Найваж-

ливішим елементом нематеріального стимулювання є корпоративна культура організації, вона дає змогу керувати за допомогою корпоративних норм і цінностей, а не шляхом прямого впливу на підлеглого.

Американське дослідження 2017 Deloitte Global Human Capital Trends було проведено у понад 140 країнах світу поміж менеджерів компаній та звичайних працівників [4, с. 125].

Згідно з отриманими даними було виділено основні пріоритети під час вибору компанії, які показані на рисунку 1.

Як можна побачити на рисунку 1, для більшості менеджерів та звичайних працівників найпершим пріоритетом є можливість навчання за рахунок компанії. Другим пріоритетом було обрано клімат та відносини у колективі. А останні місця займають заробітна плата та залучення.

Для початку необхідно чітко усвідомити, що корпоративна культура присутня в будь-якій організації, незалежно від того, чи усвідомлюють це люди, що працюють у ній, чи ні. Вона може не відповідати особистим очікуванням кожного із співробітників, але вона є.

Працівники несвідомо копіюють поведінку та стиль життя керівництва. Тобто головними носіями корпоративної культури і цінностей є насамперед топ-менеджери компанії. Саме на них рівняються співробітники, які хочуть добитися успіху в бізнесі. Так формується команда однодумців, які транслюють корпоративну культуру і цінності організації на своїх підлеглих. Поведінка керівника, його ставлення до роботи, стиль, навіть манера одягатися стають еталонами для поведінки в організації.

Будь-яка комерційна організація, як і держава, тільки тоді зможе забезпечити створення і впровадження потрібної їй корпоративної культури, коли забезпечить залученість у цей процес більшості співробітників компанії. При цьому важливо відзначити такий момент: компанії, які впроваджують корпоративну культуру тільки силами менеджменту, без урахування думки більшості працівників, обов'язково зіткнуться із протидією [5, с. 10].

Журнал Forbes провів дослідження та виявив 3 найкращі компанії світу із сильною корпоративною культурою, в яких хочуть працювати таланти (рис. 2).

Перше місце посідає Great Little Box Company. Це канадська компанія, яка виробляє готові коробки, етикетки, картонні коробки та захисну упаковку. Основний виробничий комплекс GLBC розташований у місті Річмонд (Британська Колумбія) і займає понад 250 000 квадратних метрів. Компанія Great Little Box отримала низку нагород за відмінну комерційну діяльність, і вважається, що вона має

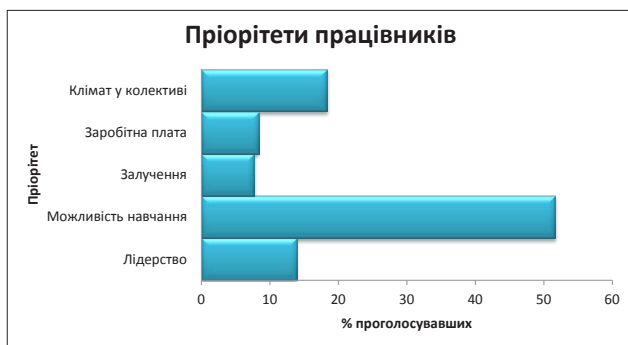


Рис. 1. Пріоритети працівників під час вибору компанії

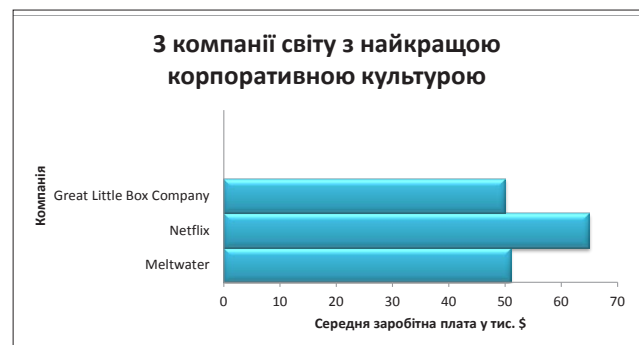


Рис. 2. Заробітна плата у найкращих компаніях для талановитих співробітників

найбільш розвинену корпоративну культуру у світі. Компанія багатонаціональна, але всі співробітники відчувають себе комфортно. Постійне анкетування співробітників та швидка реакція на проблеми та пропозиції з боку менеджерів, спільні традиційні заходи та дбайливе ставлення до робітників виділяють цю компанію серед інших.

Друге місце займає компанія Netflix. Це американська розважальна компанія, заснована Рідом Хастінгсом та Марком Рендольфом 29 серпня 1997 року у Скотс-Веллі (штат Каліфорнія). З 2013 року Netflix розширювався у кіновиробництві та телевізійному виробництві. Замість того щоб контролювати співробітників через політику відпустки та щорічні огляди, Netflix встановив чітку систему оцінювання для своїх людей. Працівників не судять за робочими годинами – вони оцінюються відповідно до їх здібностей і досягнень. Цю компанію відрізняє від інших креативне мислення співробітників, спрямоване не тільки на споживача, але і на зростання компанії.

Третьою компанією стала Meltwater. Це компанія, яка розробляє та продає програмне забезпечення для моніторингу ЗМІ та бізнес-аналітики. Компанія була заснована в Осло в Норвегії Джорном Лісегеном у 2001 році. Корпоративна культура компанії базується на цінностях людського капіталу та повазі, але менеджмент надзвичайно доступний і відкритий для зворотного зв'язку. Менеджери дають чудові пропозиції для особистого зростання співробітників [6].

Всі ці компанії мають різні цінності, різні стилі керування, але їх об'єднує одне – сильна корпоративна культура.

Створення корпоративної культури в організації треба починати не з формування нових принципів і цінностей, а з вивчення вже наявних елементів. Для цього керівництву компанії необхідно зафіксувати всі елементи корпоративної культури і визначити, які з них увійдуть до майбутньої корпоративної культури, на яких цінностях вона буде базуватися.

До основних елементів корпоративної культури належать філософія, ідеологія, цінності компанії; норми і стандарти, що регулюють внутрішні стосунки співробітників; атмосфера всередині колективу; імідж компанії, її зовнішній і внутрішній образ; ритуали і церемонії, що діють у компанії для фіксації значущих подій; міфи, легенди, традиції і герої [7, с. 81].

Людина становить основу організації, її сутність та її основне багатство. Однак із позицій управління не можна говорити про людину взагалі, оскільки всі люди різні. Люди поведуться по-різному, у них різні здібності, різне ставлення до своєї справи, до організації, до своїх обов'язків; люди мають різні потреби, їхні мотиви діяльності можуть істотно відрізнятися. Але проблема управління людиною в організації не зводиться тільки до взаємодії працівника і

менеджера. У будь-якій організації людина працює в оточенні колег, товаришів по роботі. Вона є членом формальних і неформальних груп. Групи відіграють дуже важливу роль у житті кожного члена організації. Тому менеджмент повинен враховувати цей факт у побудові роботи організації, в управлінні кадрами, розглядаючи кожного працівника як індивіда, що володіє набором певних характеристик, як фахівця, покликаного виконувати певну роботу, як члена групи, що виконує певну роль у груповій одиниці [8, с. 12]. Всю цю роль управління через норми і стандарти поведінки, традиції, атмосферу всередині колективу та внутрішні відносини співробітників на підприємстві регулює корпоративна культура.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки, слід виділити ключові елементи, на які слід звернути увагу.

Під час розроблення і впровадження корпоративної культури важлива участь не тільки HR-фахівця, а й ключових співробітників компанії на чолі з топ-менеджментом.

Як показали успішні компанії світу, корпоративна культура – це система норм і цінностей, а не проста сукупність окремих її елементів, заходів і стильових атрибутів. У такі компанії охоче йдуть працювати талановиті люди.

Впроваджуючи корпоративну культуру, не можна допускати подвійних стандартів, правила повинні діяти для всіх. Якщо організація не займається процесом формування корпоративної культури, не надає їй належного значення, то вона приречена на провал, тому що вижити в сучасних ринкових умовах компанія може тільки із сильною згуртованою командою всього персоналу, тобто з ефективною корпоративною культурою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. № 3(19). 2013. С. 28–32.
2. Ілляшенко С.М., Овчаренко М.І. Умови та особливості становлення корпоративної культури вітчизняних підприємств / С.М. Ілляшенко, М.І. Овчаренко // Економіка та управління підприємствами. Проблеми економіки. № 3, 2012. С. 115–118.
3. Артеменко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. № 917. 2010. С. 91–99.
4. Смоленюк П.С. Корпоративна культура як основа розвитку організації. – Наука й економіка. 2010. № 1. С. 123–128.
5. Чернишова Т.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. Вип. 17.
6. Управління персоналом: корпоративна культура і управління. URL: <http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10/>
7. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: Монографія / За заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. Х. 2006 / 36. матер. наук.-практ. конф. «Економічна освіта та наука: досвід та перспективи розвитку». Х. 2007.
8. Бала О.І., Муқан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. 2010. № 682. С. 11–15.