

УДК 65.011

*О. В. Кам'янська,
к. е. н., професор з науково-педагогічної роботи,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Міжнародний університет фінансів*

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Визначено роль та проаналізовано підходи до формування корпоративної культури організації. Запропоновано визначення корпоративної культури, виокремлено основні складові корпоративної культури та виявлено їх вплив на інноваційний розвиток підприємства.

The role and approaches to the formation of corporate culture were highlighted. Author propose the definition of corporate culture and main components of corporate culture, which influence on the development of innovative enterprises.

Ключові слова: корпоративна культура, елементи корпоративної культури, розвиток корпоративної культури.

Key words: corporate culture, elements of corporate culture, corporate culture development.

ВСТУП

Динамічні темпи розвитку сучасного ринку все наполегливіше ставлять перед різними економічними суб'єктами завдання своєчасного та адекватного реагування на запити зовнішнього та внутрішнього середовища. Усебічного запровадження інновацій потребують зміни як технології виробництва, так і структури взаємозв'язків та соціально-трудових відносин всередині фірми та ззовні. Без цього неможливо ефективно конкурувати, утримувати провідні позиції, бути лідером на ринку. Важливою складовою системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства має бути оптимізація соціально-трудових відносин, формування й подальший прогресивний розвиток корпоративної культури.

Досвід багатьох успішних підприємств свідчить, що така важлива складова потенціалу підприємства, як корпоративна культура дозволяє отримати високу ефективність виробництва, підвищити конкурентоспроможність. Питання ефективного формування корпоративної культури на підприємстві досліджували як провідні зарубіжні, так і вітчизняні вчені: Лазарев С.В., Лазарев М.С., Скуратівський А., Пасека С.Р., Семикіна М.В., Смоляр А.Г., Шейн Е.Х., Камерон Д., Куїн Р., Харрісон Г. та ін. Разом з тим, слід підкреслити, що в умовах української економіки, з урахуванням особливостей її історичного минулого і сучасних проблем, ідеї корпоративної культури ще не знайшли широкого практичного впровадження.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Основна мета цієї статті полягає у дослідженні підходів до визначення та аналізу поточного стану корпоративної культури підприємства; виявленні її основних складових, що чинять значний

вплив на функціонування організації, її інноваційний розвиток.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Економічні відносини сучасного ринкового господарства зумовлюють необхідність розробки якісно нових підходів до розуміння ролі ресурсів нематеріального характеру. Ступінь впливу нематеріальних факторів на функціонування підприємств та їх економічну ефективність неухильно зростає. Організації, успішна діяльність яких визначалася переважно ефективним використанням матеріальних та фінансових ресурсів, поступово витісняються підприємствами нового типу, що усвідомлюють провідну роль ресурсів нематеріальної природи. В умовах динамічного ринкового середовища та стрімкого розвитку високих технологій конкурентоспроможність та ефективна інноваційна діяльність підприємств забезпечується за рахунок інтелектуальних активів, розвитку яких і сприяє корпоративна культура організації. Розглянемо основні підходи до трактування корпоративної культури.

Професор Корнельського університету (США) Харрісон Трайс зазначив, що першою спробою вивчення діяльності корпорації у культурному аспекті зробила група американських учених на чолі з Е. Мейо ще на початку 30-х років XX століття при проведенні Хоурторнського експерименту в компанії Western Elektrik, який мав на меті виявити вплив на продуктивність роботи працівників різноманітних факторів [1, с. 68]. Е. Мейо та його найближчий колега У. Уорнер розробили широку програму дослідження ставлення людей до праці, їхніх принципів та переконань, морального клімату в колективі і т.д., опитавши з цією метою близько 20 тисяч працівників. Саме тому цих учених можна вважати першими дослід-

никами корпоративної культури, хоча сам термін та концепція з'явилися значно пізніше. Висновки Е. Мейо щодо необхідності "осмисленого життя для індивідів у компанії", розвитку "почуття групової причетності" на основі загальних колективних цінностей стали поштовхом для подальшого вивчення поведінки працівників з позиції культури їхньої організації.

У результаті проведених досліджень запропоновано виділяти три підходи, згідно яких корпоративну культуру можна розглядати як:

- незалежну зовнішню складову, внесену в організацію ззовні;
- внутрішню складову організації;
- складову сутності організації.

Згідно першого підходу, культура виступає як сукупність уявлень та цінностей, які у людині формуються під впливом суспільства, суспільної діяльності, соціальної взаємодії в родині, групі, із друзями, колегами тощо. Отже, підприємство можна розглядати лише як результат прояву вже сформованих уявлень його працівників. Організація за таких умов виступає пасивною структурою, тобто вона підпадає під вплив різноманітних національних культур, носіями яких є усі її співробітники. Другий підхід акцентує увагу на ролі самого підприємства в створенні власної культури — керівництво організації створює за допомогою норм, правил, корпоративних цілей та структури таке специфічне середовище, в якому проявляються унікальні, властиві лише даній організації, ритуали, легенди, традиції, церемонії тощо.

Корпоративну культуру також розглядають як іманентну сутнісну характеристику організації — до цього зводиться суть третього підходу. Культуру в даному випадку визначають не як внутрішній чи зовнішній елемент, а як саму організацію. Головна особливість корпоративної культури полягає також у тому, що вона має різний прояв у підрозділах підприємства, тобто різні категорії персоналу сприймають її по-різному. Тому до визначення терміна "корпоративна культура" також слід додати, що вона є формою вираження цінностей та мотивацій у діяльності працівників підприємства та сприяє визначенню подальших орієнтирів та перспектив діяльності [2, с. 49].

Дя того, щоб зрозуміти, як культура може впливати на ефективність роботи підприємства, необхідно визначити концепцію культури.

Із зарубіжних авторів якнайповніше визначення корпоративної культури дав Едгар Шейн, що визначає її як сукупність основних спонук, сформованих самостійно, засвоєних або розроблених певною групою у міру того, як вона вчиться вирішувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які виявилися достатньо ефективними, щоб вважатися цінними, а тому передаватися новим членам як правильний спосіб сприйняття, мислення і ставлення до конкретних проблем [3]. На думку вченого, корпоративна культура — це сукупність найважливіших положень діяльності підприємства, зумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє більшість працівників. Така

культура дозволяє відрізнити одне підприємство від іншого, генерує прихильність цілям підприємства, створює атмосферу ідентифікованості для членів підприємства, зміцнює соціальну стабільність, є контролюючим механізмом, що направляє і формує відносини та поведінку працівників [3].

Таким чином, корпоративною культурою є 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.

Можна виділити наступні найбільш істотні ознаки корпоративної культури, що визначають її специфіку:

— багаторівневність, тобто створення декількох рівнів управління (наприклад, державний, корпоративний, галузевий, рівень технологічного ланцюжка, рівень окремого підприємства);

— багатопоточність, тобто діяльність організації розвивається на потоки, кожен з яких є об'єктом управління (в рамках підприємства можуть діяти виробничий потік, фінансовий потік, інформаційний потік, кадровий потік);

— масштабність, тобто застосування якомога більшого числа однотипних універсальних методів управління на різних рівнях і в різних потоках системи;

— синергізм, тобто управління всіма рівнями і потоками об'єкта управління для досягнення загальних цілей організації, що характеризується багатьма критеріями впливу.

Таким чином, можна зробити висновок, що корпоративна культура — це сукупність цінностей, принципів, норм, правил діяльності корпорації, які розділяються більшістю співробітників, передаються "з покоління в покоління" і роблять певний вплив на характер реалізації цілей підприємства.

Приймаючи за основу вищезазначене, можна стверджувати, що для розв'язання проблем становлення корпоративної культури сучасного вітчизняного інноваційного підприємства управлінням необхідно вирішити наступні питання.

1. Сучасні працівники розраховують не тільки на те, що будуть матеріально процвітати, але також мають велике бажання психологічно комфортно себе почувати в організації, культурні цінності якої відповідають їх особистим ціннісним орієнтаціям.

2. Необхідно враховувати три основні форми існування корпоративних цінностей:

— ідеали — створені і затверджені керівництвом норми поведінки в різних ситуаціях і сферах діяльності організації;

— втілення цих ідеалів у діяльності та поведінці співробітників у рамках організації;

— внутрішні мотивації співробітників організації, які спонукують до втілення у своїй поведінці і діяльності корпоративних ціннісних ідеалів.

3. Варто пам'ятати, що система цінностей знаходить своє відображення у формульованні кредо організації. Кредо компанії включає мету її діяльності, основні принципи, стиль, певні зобов'язання стосовно клієнтів, акціонерів, діло-

вих партнерів, персоналу, суспільства. Ділове кредо організації — це концентроване вираження її філософії і політики, яке проголошується, реалізовується вищим керівництвом і поділяється співробітниками підприємства. З часом працівник продовжує розділяти ці цінності вже незалежно від того, чи перебуває він в рамках даної організації, чи працює в іншому місці. Працівник стає потужним джерелом даних цінностей та ідеалів як в рамках того підприємства, що їх сформувало, так і в будь-якій іншій організації, фірмі і т.д.

4. У сучасних умовах підприємству потрібно, перш за все, постійно аналізувати своє становище на ринку, якість своїх послуг, щоб у будь-який час була можливість кардинальним чином змінити стратегію і тактику своєї діяльності. А щоб ці зміни можна було провести в короткий термін з максимальною ефективністю, потрібно, аби на підприємстві була сформована чітка внутрішня структура та корпоративна цілісність основних правил та засад функціонування.

Саме цінності, які властиві багатьом членам колективу та найбільш авторитетним членам організації, найчастіше стають запорукою згуртованості співробітників різних підрозділів і рівнів підприємства. На цій основі формується єдність поглядів і дій, а отже, забезпечується ефективне досягнення цілей на підприємстві [4, с. 263]. Цінності, втілені в корпоративній культурі, — це найсильніша конкурентна перевага будь-якого підприємства.

Формування або трансформація корпоративної культури сучасного підприємства має бути представлена як програма бізнесу, що матиме успіх лише тоді, коли корпоративна культура, що декларується, відповідає реальному стилю її діяльності, а менеджменту компанії вистачить волі неухильно слідувати цьому стилю.

Важливо також розуміти, що в сучасних умовах саме талановитий персонал, а не капітал або географічне розташування може створити підприємству конкурентні переваги. Продуктивність праці в компанії залежить найбільшою мірою від талановитості персоналу, його ставлення до своєї роботи і компанії, корпоративної культури, сформованих цінностей і навіть від його настрою.

Слід зазначити, що способи управління розвитком корпоративної культури полягають у:

— оцінці зверху, тобто зміні корпоративної культури керівництвом;

— оцінці знизу — коли менеджерам необхідно простежувати все, що відбувається в організації, і поетапно впливати на зміни, що відбуваються.

Перший спосіб може бути реалізований за допомогою публічних виступів (на зборах, у заявах, публікаціях і т.д.) із роз'ясненням установлюваних цінностей. Це буде свідчити про особисту зацікавленість керівника та підтримає ентузіазм працівників. Другий спосіб пов'язаний із щоденними діями менеджерів у організації відповідно до встановлюваних цінностей (ставлення до замовників, партнерів, конкурентів і т. п.).

У цілому, управління корпоративною культурою — тривалий процес, який вимагає значної напруги сил і творчої роботи всього керівного складу.

ВИСНОВОК

Формування ефективної корпоративної культури підприємства є досить складним завданням, оскільки оперує такими категоріями, як базові й поділювані цінності, норми поведінки, традиції, колективна пам'ять, мотиваційні очікування, задоволеність працею і т.д., які піддаються в основному лише якісному виміру і порівнянню.

Нові соціальні зв'язки та відносини на підприємстві мають підтримуватися інноваційною культурою людини, яка сприяє адекватному сприйняттю таких понять, як бізнес-процеси, соціальний менеджмент, виробництво культурних цінностей та ін. Корпоративна культура дозволяє отримувати так званий управлінський прибуток, що є цінним ефектом, який підприємство отримує не через відновлення устаткування, технологій, асортименту, а через краще узгодження цілей фірми та її підрозділів, використання інтелектуального капіталу і таланту працівників, управління конфліктними ситуаціями, освоєння нових методів планування та роботи з персоналом. До того ж саме управління інноваційним розвитком дасть можливість підприємству розвиватися в нових напрямках, своєчасно знаходити та креативно впроваджувати нові рішення щодо виробництва продукції та її реалізації, поглибити покращування та вдосконалювати рівень якості продукції, перетворювати загрози зовнішнього середовища у можливості розвитку.

Тому дуже важливим є встановлення зв'язку між діяльністю щодо формування, діагностики й змін, розвитку корпоративної культури й інших, більш традиційних сфер діяльності підприємства.

Література:

1. Захарченко В.И. Экономический механизм процесса нововведений / Всеукраинская академия экономической кибернетики. — Одесса: АОЗТ "ИРЗНТИТ". — 149с.
2. Длугопольський О. Інноваційна діяльність як невід'ємна складова політики структурних перетворень в індустріальному виробництві: світовий досвід та українська специфіка // Вісник Тернопільської академії народного господарства. — 2001. — № 6.
3. Шейн Е.Х. Організаційна культура і лідерство: Пер. з англ. / Під ред. В.А. Співака. — Спб.: Пітер, 2002. — 336 с.: мул. — (Серія "Теорія і практика менеджменту").
4. Кудря Я.В. Нові підходи до кадрової корпоративної політики в управлінні персоналом // Проблеми науки. — 2006. — № 7. — С. 21—25.
5. Камерон Д., Куїнн Р. Діагностика і зміна організаційної культури: пер. з англ. / під ред. І.В. Андрєєвої. — Спб.: Пітер, 2001. — 320 с.
6. Скуратівський А. Правова культура в контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців // Вісник УАДУ при Президентіві України. — 2002. — № 1. — С. 255—261.
7. Лазарев С.В., Лазарев М.С. Корпоративна культура і управління знаннями в організації // Управління розвитком персоналу. — 2007. — № 2. — С. 108—112.
8. Кремнева Н.Ю. Формування корпоративної культури: інновації та стереотипи // Соціальні дослідження. — 2007. — № 7. — С. 263.

Стаття надійшла до редакції 19.07.2010 р.