

Таранич О. В.

кандидат економічних наук, доцент

Попатенко І. О.

студент

Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна

ОЦІНКА СКЛАДОВИХ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ АТ «ФАРМАК»

Постановка проблеми. В теперішній час корпоративна культура є сферою менеджменту підприємства, яка заслуговує на подальший розвиток. Корпоративна культура формується разом із створенням підприємства але є нерозвиненою, перебуває у зародковому стані, здебільшого співвідноситься із неформальними комунікаціями в колективі. Коли підприємство досягає певного рівня, відбувається формалізація управління відносинами трудового колективу, керівництво прагне до налагодження певної системи контролю, частиною якого стає саме корпоративна культура. Такі підприємства проводять заходи щодо її становлення та розвитку, щоб вона сприяла і доповнювала загальну систему менеджменту, корпоративну стратегію тощо. Нині підприємства формують спеціальні служби з розвитку та підтримки корпоративної культури, керівництво вбачає в цьому розвиток нематеріальної складової конкурентоспроможності, шлях до успіху підприємства, його прибутковості на ринку.

В теперішній час особливого значення набуває формування корпоративного духу працівників, вміння працювати в команді, інтеграція корпоративної культури в систему управління розвитком бізнесу. Високий рівень впровадження корпоративної культури є ключовим фактором довгострокової ефективності бізнесу шляхом впливу на працівників, підвищення їх мотивації, продуктивності праці, ефективного виконання їх професійних компетенцій.

Аналіз досліджень та публікацій. Корпоративна культура – це складова організаційної культури, вона підтримує і формує неформальні відносини в організаційній структурі управління підприємством. Серед науковців склались «природний» та «штучний» погляди на формування корпоративної культури. Як елемент природного розвитку, корпоративна культура формується як результат спілкування між співробітниками та керівництвом. Як «штучний продукт» корпоративна культура створюється співробітниками під час виконання робочих завдань, це результат їх раціонального вибору (цілераціональна модель організаційної (корпоративної) культури).

Перші дослідження окремих складових корпоративної культури були започатковані Г. Мольтке (запровадив термін «корпоративна культура»), М. Вебером, Ч. Барнардом, К. Левіном, Т. Парсонсом, Г. Саймоном; та продовжені Р. Акоффом, М. Бурцем, Т. Дейлом, Дж. Зоненфельдом, А. Кеннеді, Л. Розенштілем, Р. Рюттінгером, С. Ханді, Р. Хошфедом, К. Шольцем.

Трактування корпоративної культури були започатковані С. Юшимурою як японська та західноєвропейська класифікація. В. Нойманом при дослідженні

американського типу корпоративної культури визначено специфічні ролі в орієнтації особистості, на підставі фундаментальних вірувань та цінностей, таких як власна доля людини, її можливості, самовдосконалення, особисті якості, об'єктивний аналіз ситуації.

Р. Льюїсом в якості критеріїв корпоративної культури взято ставлення до часу (моноактивна, поліактивна реактивна корпоративна культура). К. Камероном та Р. Куїном запропоновано конкуруючі цінності корпоративної культури: адхократична кланова, ринкова й ієрархічна (бюрократична).

Метою роботи є визначення теоретичних основ формування корпоративної культури в організації та оцінка складових її розвитку на прикладі АТ «Фармак».

Викладення основного матеріалу. Корпоративна культура сприяє розвитку підприємства на ринку, підвищення рівня його конкурентоспроможності. Така культура управління формує корпоративні цінності, створює для підлеглих розуміння факторів успіху підприємства. Для переважної більшості компаній підготовлений персонал – це основний ресурс їх розвитку, важливим є підготовка кожного працівника та їх професійна діяльність. Формування корпоративної культури починається з соціально-психологічного клімату в компанії: система, порядок взаємовідносин персоналу та керівництва у горизонтальному та вертикальному напрямках; а також приклади шанобливого ставлення керівництва до підлеглих, визнання попередніх заслуг працівників, заохочення їх до нових досягнень. До складу корпоративної культури включаються ідеї, погляди, базові цінності всього колективу, які базуються на зміцненні внутрішніх комунікацій, підвищенні ефективності праці.

Корпоративна культура включає цінності матеріального та духовного характеру, систему їх взаємодії, які визначають сприйняття підприємства у соціальному середовищі, відображають його індивідуальність, впізнаваність у комунікаційному просторі. Корпоративна культура є інструментом підвищення ефективності як всієї системи менеджменту, так і окремих стратегічних одиниць бізнесу зростанням продуктивності праці, зменшенням плинності кадрів, дотриманням норм корпоративної соціальної відповідальності, забезпеченням якості продукції на всіх етапах її виробництва [1].

Корпоративна культура є системою відносин між такими соціальними групами, як «керівники» (власники, топ-менеджери), «співробітники»; «зовнішні партнери», що відбуваються на підставі загальних цінностей, норм і правил поведінки, неформальних ритуалів і міфів. Важливим завданням HR-менеджменту є управління корпоративними комунікаціями (корпоративні свята, teambuilding, змагання, промоушен-акції, показники ефективності, корпоративне видання) як для підвищення продуктивності праці, так і утримання ключових/цінних співробітників, залучення професіоналів [2].

Корпоративна культура має містити стратегію та кадрову політику для визначення ефективного стилю ведення бізнесу, включати стиль управління, філософію компанії, втілені у місії, цінностях, баченні, які будуть обумовлювати корпоративний бренд для споживачів, співробітників, контрагентів.

АТ «Фармак» було засновано у 1925 як Київський хіміко-фармацевтичний завод ім. М. В. Ломоносова, з 1995 до 2015 років виробництво було зорієнтовано

на випуск конкурентоспроможної продукції, із відкриттям представництв в інших країнах світу. В теперішній час продукція АТ «Фармак» експортується в понад 40 країн світу, щорічно випускається понад 20 нових препаратів, портфель бізнесу становлять більш ніж 400 лікарських засобів, до 3 тисяч осіб є співробітниками компанії, які працюють на 25 виробничих дільницях [3].

Місію АТ «Фармак» визначено як «робити доступним лікування сучасними ефективними лікарськими засобами, щоб допомагати людині бути здоровою та щасливою».

Бачення бізнесу та розвитку: бути успішною міжнародною фармацевтичною компанією, лідером фармацевтичної галузі в Україні, забезпечувати постійне зростання частки ринку, мати сталу репутацію відповідального бізнесу та надійного партнера.

Цінності АТ «Фармак»: 1) якість (забезпечувати найвищі стандарти та вимоги до якості продукції, так і до роботи кожного співробітника, і колективу в цілому); 2) зростання (розвиток кожного працівника та компанії в Україні та світі); 3) професіоналізм (висока кваліфікація співробітників як гарантія якості продукції й успіху компанії); 4) залученість (сприйняття працівниками себе як частину компанії, допомагати їй в реалізації місії); 5) інноваційність (застосування передових практик у виробництві й управлінні, вирішення завдань інноваційним способом).

АТ «Фармак» визначило корпоративну політику щодо якості та безпечності фармпродукції, менеджменту енергоефективності, охорони праці, захисту довкілля, які втілено у вигляді 13 зобов'язань для керівництва та співробітників.

Висновки. Корпоративна культура є складовою успіху підприємства на ринку, підвищення конкурентоспроможності, формування ефективної команди виконавців через діалог керівництва в середині та зовні компанії, її популяризацію. Визначено, що складові корпоративної культури АТ «Фармак» (місія, бачення, цінності) забезпечують його ефективний розвиток.

Література:

1. Таранич О.В., Таранич А.В. Корпоративний сектор: тенденції розвитку в Україні. *Економіка і організація управління*. 2018. № 4(32) DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2018.4.16>

2. Таранич А., Гезгін А. Співпраця HR-департаменту та відділу маркетингу. *Соціальна економіка*. 2021. Випуск 62. С. 156-165. <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2021-62-15>

3. Офіційний сайт АТ «Фармак» URL: <https://farmak.ua/>