

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР УСПІШНОСТІ КОМПАНІЇ

В умовах кризи, значення корпоративної культури в ринковій економіці стає все більш важливим для загальної стратегії розвитку та збільшення конкурентоспроможності організацій. Незважаючи на це, досі недостатньо компаній зосереджують увагу на формуванні та впровадженні корпоративних цінностей та вдосконаленні рівня корпоративної культури, яка є ключовим інструментом впливу на ефективність підприємства через його персонал. Культура організації впливає на комунікаційні процеси, певні стандарти поведінки та забезпечує ефективну колективну роботу, мотивуючи працівників до продуктивної праці. Розвинена корпоративна культура має багато переваг як для працівників, так і для роботодавців. Працівники отримують можливість кар'єрного зростання, отримують більш високу заробітну платню та можуть розвивати свої професійні здібності, а роботодавці можуть краще використовувати здібності свого персоналу та забезпечувати стабільний соціально-психологічний клімат у колективі.

Корпоративна культура є темою, яка за останні роки стала дедалі більше актуальною для теоретиків та практиків управління. Вона є складною та багатоаспектною, оскільки включає в себе різноманітні складові, такі як цінності, погляди, норми поведінки та звички, які формуються у межах організації. З огляду на те, що корпоративна культура не є новою темою управління, вона все ще недостатньо висвітлена з наукової точки зору. Однак, на сьогоднішній день, розуміння корпоративної культури є ключовим фактором успішного управління організацією. У багатьох розвинутих країнах, корпоративна культура є продуктом багатовікової історії управління, що незримо пронизує та надихає всі основні механізми корпоративного контролю. Це означає, що корпоративна культура має глибокі корені та важливу роль у формуванні та розвитку організації.

У сучасному світі корпоративна культура є дуже важливою частиною підприємства. Зарубіжний досвід показує, що компанії, які беруть її до уваги як предмет стратегічного управління, функціонують краще, тобто результативніше. На превеликий жаль, українські компанії не приділяють належної уваги корпоративній культурі. Найбільш імовірною причиною є те, що керівники не можуть оцінити

корпоративну культуру, а також її вплив на практичну діяльність підприємства. Ринкова економіка дає змогу всім суб'єктам результативно формуватися, але в деяких виходить краще, ніж у інших. Керівники витрачають немало сил на дослідження цих невдач. Як наслідок, виявляються проблеми нерезультативного управління працівниками. Саме тому треба приділити особливу увагу корпоративній культурі, що нині знаходиться на стадії формування на більшості вітчизняних підприємств [1].

Корпоративна культура належить до складних матеріально-духовних феноменів, системних за своєю суттю, тому розглядати її треба всесторонньо, із позицій різних сфер знання. Як і будь-яка культура, вона формується і сприймається людською свідомістю, впливає на поведінку людини й спосіб її почувань та думання. Через це, обмежуватися організаційно-економічними чи технічно-функціональними підходами замало [2].

Можна зробити висновок, що корпоративна культура суттєво впливає на задоволеність працівників та результативність їхньої роботи, адже компанії, які створюють позитивну корпоративну культуру, мають вищу продуктивність, більш високий рівень задоволеності працівників та менший відтік кадрів. Крім того, корпоративна культура може впливати на інші аспекти роботи компанії, такі як її репутація, здатність залучати нових працівників та відносини з клієнтами. Наявність позитивної корпоративної культури може сприяти створенню позитивного іміджу компанії та залученню нових клієнтів. Отже, можна стверджувати, що створення та підтримка позитивної корпоративної культури є важливим фактором успіху компанії. Компанії, які звертають увагу на розвиток корпоративної культури та забезпечення задоволеності своїх працівників, мають можливість забезпечити більш високий рівень продуктивності та збільшення прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шевченко А.В.. Основні фази формування корпоративної культури підприємств авіаційного транспорту [Електронний ресурс] / А.В. Шевченко, А.А. Трухан // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/27.pdf
2. Чебакова Т.О. Основні проблеми визначення сутності організаційної культури підприємства / Т.О. Чебакова // Ефективна економіка. – 2016. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4860>