

УДК 331.1:658.3

Тесленок І.М.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В останні роки корпоративну культуру вважають одним із критеріїв ефективного управління на підприємстві. Ефективно побудована корпоративна культура виступає необхідною умовою й інноваційного розвитку організації. Творчий потенціал працівників зумовлює креативну цінність інтелектуального капіталу підприємства, який містить у собі пов'язані з роботою знання і вміння, рівень освіти, професійну кваліфікацію, лояльність, творчі здібності, ціннісні настанови персоналу. Тому тема дослідження моделей розвитку корпоративної культури підприємства є досить актуальною.

Об'єкт дослідження: процес управління корпоративною культурою підприємства.

Предмет дослідження: моделі розвитку корпоративної культури підприємства.

Базисна складова будь-якої реальної цільової моделі корпоративної культури підприємства містить ті чи інші риси притаманні концептуальним моделям: ціннісна модель; модель формування іміджу керівника; модель розвитку комунікацій; модель впливу корпоративної

культури на організаційне життя; модель організації «Z» типу. Розглянемо кожну з моделей більш детально.

Ціннісна модель. Ціннісна модель корпоративної культури характеризує духовну сторону цього феномена. В контексті даної моделі явище корпоративної культури в силу своєї специфіки має описуватися в термінах цінностей, оскільки той чи інший компонент корпоративної культури неодмінно є їх проявом.

Модель формування іміджу керівника. Значимість моделі формування іміджу керівника полягає в тому, що керівники будь-якої організації виступають в якості показників і носіїв корпоративної культури. Така культура дозволяє керівникам найбільш ефективно виконувати свої обов'язки, будувати оптимальні взаємини з персоналом, колегами, постачальниками, клієнтами організації та іншими людьми, які так чи інакше пов'язані з організацією.

Модель розвитку комунікацій. Її цінність для оцінки поведінки і роботи співробітників визначається тим, що спілкування являє собою ядро роботи, незалежно від місця, займаного в ієрархії співробітника. При здійсненні комунікацій між менеджерами і партнерами організації головна мета полягає в інформуванні уявлення про неї як про загальноприйнятну і таку що викликає довіру в інституті суспільства. Саме при зовнішніх комунікаціях відбувається «винесення» керівниками організації за її рамки внутрішньої корпоративної культури. Тут успіх залежить від ступеня розвитку корпоративної культури, з яких складається норм і цінностей і їх прийнятності для партнерів.

Модель впливу корпоративної культури на організаційне життя. Особливість моделі впливу корпоративної культури на організаційне життя (модель В. Сате) полягає в тому, що в цю модель автор включає сім процесів через які корпоративна культура впливає на організаційну діяльність: кооперація між індивідами і частинами організації; прийняття рішень; контроль; комунікації; прояв лояльності; сприйняття організаційного середовища; виправдання співробітником своєї поведінки [2, с. 234]. При цьому перші три процеси співвідносяться з першим, поверхневим рівнем корпоративної культури або зразками корпоративної поведінки, а наступні чотири з другим, внутрішнім рівнем, що має «ціннісну» основу. Від того, як проходять ці процеси, залежить ефективність функціонування організації.

Модель організації «Z» типу. Автором широко відомої моделі організації «Z» типу є У. Оучі [1, с. 318]. Модель побудована на основі поєднання переваг японської та американської культур. Такий синтез, дає

можливість створення нового недефективного варіанта корпоративної культури.

Різноманіття існуючих в науковій літературі моделей оцінки впливу корпоративної культури (ціннісна модель, модель формування іміджу керівника, модель розвитку комунікацій, модель впливу на організаційне життя, модель організації типу «Z») на діяльність підприємства свідчить про ступінь розробленості інструментарію такої оцінки.

На підставі розглянутих моделей можна зробити висновок про те, що дослідження впливу культури на організаційну ефективність пов'язано з вибором підходу і змінних властивостей, за допомогою яких простежується вплив культури на організацію, тому в наш час розроблено маса інноваційних моделей розвитку корпоративної культури які в більшості своїй вони носять симбіотичних характер і створені шляхом запозичення або змішування тих чи інших рис притаманних концептуальним моделям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрушків Б. М., Черничинець С. П. Корпоративне управління: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2011. 528 с.
2. Ігнат'єва І. А., Гарафонова О. І. Корпоративне управління: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 600 с.