

Використані джерела

1. Лехан В.Н. Перспективи розвитку системи здравоохранения в Украине : стратегия, тактика и риски реализации. Ч. 2. В.Н.Лехан. URL: <http://www.likar.info/pro/article-46930perspektiviyi-razvitiya-sistemyi-zdravooxraneniya-v-ukraine-strategiya-taktika-i-riski-realizatsii-chast-2/>
2. Мельник А.Ф. Підвищення конкурентоспроможності територіальних громад в умовах реалізації нової регіональної політики України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. Вип. 1. С. 21-36.
3. Монастирський Г.Л., Попович Т.М. Антикризове управління : Навч. пос. Тернопіль, КРОК.2015. 179с.
4. Співробітництво територіальних громад (міжмуніципальне співробітництво – ММС) [Текст] : навч.-практ. посіб. / В. В. Толкованов, Т. В. Журавель, О. С. Врублевський [та ін.]; за заг. ред. В. В. Толкованова, Т. В. Журавля. К. : Фенікс, 2016. 153 с.
5. Радиш Я.Ф. Державне управління охороною здоров'я в Україні: генезис та тенденції розвитку: автореф. дис.... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.01. Я.Ф.Радиш; Укр. акад. держ. упр. при Президентові України. К., 2003.

Анастасія ГОЛОВАТЮК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Управління персоналом» ТНЕУ

Науковий керівник – к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ Ольга ДЯКІВ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ І ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Кожна організація, послідовно проходячи свої життєві цикли, намагається якомога довше втриматися на стадії зростання та розширення своїх можливостей, проте це вдається не всім. Мінливість сучасного світу, блискавичний розвиток ринку та постійний ріст якості запитів споживачів зобов'язують організації формувати гнучкість, адаптивність, готовність до антикризового управління. Як показує світовий досвід, саме ефективна корпоративна культура дозволяє компаніям адекватно реагувати на зовнішні виклики та мінімізувати внутрішньо-структурні ризики.

Хоча терміном «корпоративна культура» послуговуються вже з ХІХ ст., сучасні українські підприємства часто не наділяють його особливою вагою, а якщо й намагаються використовувати якісь корпоративні елементи в рамках своєї діяльності, то роблять це за зразком зарубіжних компаній за допомогою методу спроб і помилок. Попри те, що академічні дослідження корпоративної культури в Україні розвиваються досить активно, на жаль, вони не завжди знаходять практичне втілення.

Серед науковців, що розробляли проблематику даної теми, варто згадати А. Файоля, Т. Пітерса, Р. Вотермена, Д. Хемптона, Р. Таджурі, Дж. Літвіна, пізніші праці К. Мацусіти, А. Моріти, Т. Діла, А. Кеннеді, Дж. Зонельфельда,

Дж. Колінса, Дж. Порраса і П. Ленсіоні, Б. Гаєвського, Ю. Красовського, Т. Кицак, О. Бали тощо.

Цілями дослідження є глибинний аналіз поняття «корпоративна культура» та вивчення механізмів його імплементації.

Для того, щоб визначити механізми, з допомогою яких можна формувати і вдосконалити корпоративну культуру організації, потрібно спочатку окреслити, що вона означає.

На думку автора О. Дяків: «...корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, властивих даній компанії, таких, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе і інших в соціальному і речовинному середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища» [3, с. 95].

Наприклад, за визначенням української дослідниці О. Балої, корпоративна культура – це водночас гнучкий і пластичний суспільно-економічний феномен та інструмент стратегічного управління організацією. Деяка розмитість цього поняття зумовлена його інтерсекціональним функціонуванням: у корпоративній культурі перетинаються власне менеджмент, маркетинг, соціальна психологія і навіть культурологія. Хоча це й ускладнює можливість комплексного дослідження цього поняття, проте робить його майже універсальним для всіх підприємств, які згідно зі специфікою своєї роботи можуть припасовувати його до власних реалій [2].

За визначенням американського науковця Барі Фегана, корпоративна культура – це насамперед ті цінності та інтереси, які колектив всередині певної компанії поділяє. Іншими словами, це не просто інструментальний механізм впливу на діяльність організації і не тільки сукупність правил та вимог до публічної чи морально-етичної поведінки працівників, а й ставлення людей до себе, завдань, що вони виконують, оточення навколо. Тобто корпоративна культура – це той чинник, який формує сукупний імідж організації, її «міфологію» на зовнішньому ринку та стабільність внутрішньої структури [6].

Бачимо, що дати чітке визначення поняттю корпоративної культури досить складно, оскільки вона з'являється на тому етапі розвитку організації, під час якого на чільне місце ставлять не лише прибуток чи економічне зростання, але й професійно-психологічний комфорт кожного окремого члена команди організації. Так розуміємо, що ефективність корпоративної культури багато в чому залежить від обраної системи управління персоналом.

З огляду на вищесказане, спробуємо чіткіше окреслити той механізм, за допомогою якого можна перевірити організацію на рівень розвиненості корпоративної культури. Американський дослідник, що вивчає футурологію праці, Джейкоб Морган пропонує для цього базовий перелік питань:

– як себе почувають працівники організації; як впливає на їх фізичний стан простір офісу чи підприємства;

- як відбувається підбір та наймання потенційних працівників; чи справляє компанія на них хороше перше враження;
- чи достатню кількість технологій та інновацій використовує компанія у щоденній рутині;
- які нематеріальні переваги готова надавати компанія;
- як виглядають особисті стосунки між працівниками [5].

Ці прості запитання дають можливість глибше дослідити побудову внутрішньої структури організації і оцінити рівень таких елементів корпоративної культури, як соціальна відповідальність, здатність до технічного розвитку та інновації, нематеріальна мотивація працівників тощо. За допомогою цих питань ми також можемо дослідити, який тип корпоративної культури переважає – позитивний (трудова діяльність працівника йому не тільки вигідна матеріально, але й цінна професійно і особистісно) чи негативний (працівник трудову діяльність розглядає тільки як вигоду) [4].

Потрібно розуміти, що корпоративна культура напряму підпорядкована керівництву організації і повністю залежить від того, яка стратегія виконується компанією, чи є вона конкурентною на ринку, з яким ритмом відбувається ротація цінностей між працівниками. Тому виділяють 4 типи культури в організації, де найнижчим рівнем є «культура влади», за якої менеджери досить швидко реагують на виклики кон'юнктури ринку, але усі рішення приймають за вказівкою центрального керівника, а найвищим – «культура завдання», яка дозволяє кожному працівнику брати відповідальність не лише за результати власної діяльності, але й успіхи чи невдачі всієї робочої групи [1].

Таким чином, розвиток і вдосконалення корпоративної культури організації є необхідними у сучасних суспільно-економічних умовах, оскільки саме культура всередині організації дозволяє побудувати між працівниками такий тип партнерської взаємодії, який був би спрямований одночасно на їхній професійний і особистісний розвиток та розвиток організації загалом.

Використані джерела

1. Гриньова В. М., Попов О. С. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні: Монографія. Харків: ХДЕУ, 2003. 203 с.
2. Бала О. І. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види / О. І. Бала, Р. Д. Бала, О. В. Муқан. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2010. №682. С. 11–15.
3. Дяків О.П. Основні складові формування корпоративної культури в організації. Міжнародна науково-практична конференція. *Соціально-трудові відносини: теорія і практика*. К.: КНЕУ, 2010. т.3, С. 94-100.
4. Кицак Т. Г. Основні напрями формування корпоративної культури на підприємстві. *Формування ринкової економіки*. 2007. С. 27–29.
5. Morgan, J. *The Future of Work: Attract New Talent, Build Better Leaders, and Create a Competitive Organization* / James Morgan. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2014. 256 с, С. 5.
6. Phegan, B. *Developing Your Company Culture: The Joy of Leadership. A Handbook for Leaders and Managers* / Phegan Barry. Berkley, California: Canterbury Press, 2012. С. 6.