

Список використаних джерел:

1. Коломієць А. М. Інформаційна культура як системоутворюючий чинник професійної культури вчителя. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців. ДОВ «Вінниця»*. 2006, № 9, 402–409.
2. Свідзинський А.В. Синергетична концепція культури. *Луцьк, ВАТ «Волинська обласна друкарня»*, 2012, 696 с.
3. Ярошовець В. І. Концептуальні засади і теоретичні принципи гуманітаризації освіти *Філософія освіти XXI століття: проблеми і перспективи. Знання, 2000 (3), 105 — 107.*

Алла Барбінова

кандидат педагогічних наук, доцент

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Ключові слова: підприємство, корпоративна культура, принципи.

Будь яке підприємство, яке бажає займати позиції лідируючого та успішного, повинно бути максимально гнучким. Щоб досягати ефективних показників, необхідно щоб у підприємстві була впроваджена цілісна модель управління. Одним із важливих елементів такої моделі має стати формування та розвиток корпоративної культури. Забезпечення корпоративної культури покращує морально-психологічний клімат та комунікаційні процеси у колективі, покращує на гармонізацію індивідуальних та колективних інтересів працівників, виховує відповідальність, мобілізує ініціативу та ін.

Враховуючи сучасні складні соціально-економічні умови, у яких через ряд факторів знаходяться безліч підприємств, роль корпоративної культури набуває нового значення. Фінансово-економічні кризи як умови функціонування підприємств вимагають мобілізації усіх ресурсів для оптимізації внутрішньофірмових відносин і взаємодії організаційних структур. Ми постійно спостерігаємо нові виклики від суспільства, постійно змінюються соціально-економічні умови розвитку. Тому при формуванні організаційної культури важливо враховувати суспільні потреби, які повинні відповідати вимогам часу.

У класичному розумінні корпоративна культура розглядається як інструмент стратегічного розвитку організації через стимулювання інновацій та управління змінами. Набуваючи професійного й особистісного досвіду,

члени колективу формують своє ставлення до різних явищ, а саме: місії організації, планування, чинників мотивації, виробництва, якості праці [1].

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань та їх символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т. д., що склалися в організації, які формують “корпоративний дух”, визначають загальні рамки відносин, поведінки в організації та приймаються більшістю співробітників організації.

Роль корпоративної культури стає особливо яскравою в ситуації економічної кризи. Особливості корпоративної культури дозволяють компанії придбати необхідну гнучкість, яка робить її стійкою до дисбалансів з серйозними наслідками. Корпоративна культура компанії повинна швидко і ефективно реагувати на зміни споживчого попиту, коливання режиму поставок, виробничі проблеми. Елементи корпоративної культури, доповнюючи один одного, формують стійку систему до зовнішніх впливів та внутрішніх дисбалансів. Дослідження взаємозв'язків між принципами корпоративної культури і відповідними видами діяльності дозволяє зрозуміти причини успіху компанії в цілому. Саме тому пропонуємо принципи формування корпоративної культури, які будуть доречними для впровадження в нинішніх соціально-економічних умовах і дозволять сформувати корпоративну культуру стійкою до дисбалансів та ризиків.

Принцип визнання цінностей. За своїм змістом корпоративна культура є системою цінностей, правил та норм поведінки в конкретній організації, це система взаємин і спілкування людей, що в ній працюють. Саме тому важливо визнати, які цінності є пріоритетними для кожного члена команди та спонукати весь колектив сповідувати ці цінності. Корпоративну культуру потрібно розглядати як систему базових цінностей і норм організації, які визначають правила поведінки її персоналу, діловий стиль, ритуали, символи.

Принцип довіри та прозорості. Цей принцип передбачає встановлення довірчих відносин між усіма членами команди. Важливо, щоб у колективі панувала дружня атмосфера, у якій вітаються морально-етичні принципи та відсутня схильність до ведення інтриг, сварок та конфліктів.

Принцип підтримки зворотнього зв'язку. Цей принцип покликаний налаштувати комунікації між усіма членами колективу. Грамотний керівник завжди повинен бути в курсі стану і настрою колективу. Незадоволені є завжди, але система сама виштовхне їх, якщо більшість підтримає зміни.

Принцип дотримання корпоративних традицій. Встановлення міжособистісних контактів та формування команди варто здійснювати за неформальних умов. Це своєрідні методи тимблдингу, які дозволяють учасникам розширити коло спілкування, налаштувати міжособистісну комунікацію. Крім того, такий принцип забезпечує єдність різних організаційних структур (відділів, відділень тощо), що є перевагою для успішного командотворення.

Принцип визнання. Кожна людина у колективі повинна відчувати себе комфортно та впевнено. Працівників, які мають певні досягнення варто мотивувати та визнавати їхні досягнення. Тоді працівники розуміють, що їхні досягнення цінуються і є важливими для командної роботи. Тому варто застосовувати методи матеріальної та нематеріальної мотивації. Відповідно до цього, оцінюють і вибудовують моделі власної поведінки.

Принцип забезпечення власним прикладом. Неабиякий вплив на корпоративну культуру має щоденна поведінка і вчинки вищого керівництва організації, менеджерів і самих співробітників. Безумовно, тут перші особи організації повинні почати роботу з себе. Тому що якщо в організації декларується цінність взаємної поваги співробітників, а керівник грубить своїм підлеглим, то про формування належної корпоративної культури говорити не доводиться. Як тільки перша особа починає поводитися згідно декларованими в організації цінностями, можна вимагати того ж від топ-менеджерів, потім від менеджерів середньої ланки і, нарешті, від рядових співробітників.

Корпоративна культура організації повинна періодично оновлюватися. Зміни умов зовнішньої конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни і нові технології вимагають оновлення корпоративної культури організації, що не відповідає новим умовам. Для створення нової культури організації потрібно деякий час, оскільки вона потребує формування нової місії, цілей організації і її ідеології, моделі ефективного керівництва, використання досвіду попередньої діяльності, вкорінених традицій і процедур, оцінювання ефективності організації, її формальної структури, проектування приміщень і будівель.

Список використаних джерел:

1. Поліщук Н. С. Вплив моральних цінностей та особистих потреб на формування корпоративної культури державних службовців. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/2008-3/R_3/08pnskds.pdf