

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Первуніна Т.О., Кайдалова А.В.**

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к.ф.н.

напряму підготовки «Менеджмент», 2 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Сучасні умови розвитку системи управління персоналом все більш акцентують увагу на формування та розвиток корпоративної культури організації.

Управлінська діяльність здійснюється в сформованому суспільством культурному середовищі. Кожний її вид характеризують певні особливості, які створюють внутрішнє культурне середовище діяльності. Організації як соціальні утворення мають власну культуру, якій притаманні певні параметри, зумовлені специфікою їх діяльності та процесів виробництва й управління.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства, і у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях.

Корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства.

Виділяють три рівні корпоративної культури:

1. Поверхневий рівень корпоративної культури складають видимі об'єкти, артефакти культури: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Усе це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою працівників підприємства.

2. Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові,

використовуваних символах.

3. Основні припущення й глибокі переконання.

Корпоративна культура формується на базі діяльності організації. Вона повною мірою пояснює усі складові управління підприємством: стратегію, цілі, ринкові ніші, стан продуктивності праці, якості товарів, відношення до споживачів, конкурентів і т.д.

Сутність корпоративної культури у системі управління персоналом підприємства визначають: загальнолюдські цінності, сполучення інтересів персоналу (співробітництво, новаторство, довіра і т.д.) з корпоративними інтересами (підвищення конкурентоспроможності, завоювання ринкової ніші і т.д.); реальні ринкові вимоги до управління підприємством (пріоритет споживача, якість роботи та ін.) і вимоги до персоналу (відданість підприємству, акцент на почутті спільності, причетності до загальної справи підприємства та ін.).

Метою корпоративної культури є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства. Для досягнення даної мети в процесі управління персоналом підприємства необхідно вирішувати наступні задачі:

- розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства;
- заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства;
- зміцнення стабільності системи соціальних відносин; підтримка індивідуальної ініціативи працівників;
- надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху; створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу у підприємстві;
- делегування відповідальності;
- зміцнення «корпоративної родини» (поздоровлення персоналу із сімейними, трудовими святами, подіями і т.д.).

У цій роботі величезна роль приділяється менеджерам, їхній організаційній культурі та вмінню працювати з персоналом. Керівництво

корпоративною культурою у підприємстві здійснює, насамперед, весь менеджерський склад на принципах безперервності і тривалого впливу.

Сила корпоративної культури – це характеристика, що описує її стійкість та ефективність у протистоянні іншим тенденціям. Визначається за допомогою наступних показників:

1. Товщина корпоративної культури (кількість важливих припущень, що поділяються працівниками, розчленованість представлень про корпоративну культуру, конкретизація окремих її елементів);

2. Розділюваність корпоративної культури (кількість працівників, що розділяють принципи корпоративної культури);

3. Ясність пріоритетів корпоративної культури (визначеність, обґрунтованість варіантів поведінки у різних ситуаціях).

На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що украй необхідним є формування позитивної корпоративної культури. Це, в свою чергу, потребує перегляду діючих на підприємстві систем управління працею, організації оплати праці, трудового виховання молоді та професійного навчання, вдосконалення колективно-договірного регулювання праці. Необхідні формування іміджу підприємства в уявленнях персоналу і споживачів, розроблення власної системи цінностей, привабливих для колективу. Управління корпоративною культурою має перебувати у центрі уваги менеджерів, підпорядковуватися досягненню максимальних результатів на основі наближення інтересів адміністрації і найманих працівників.

Отже, корпоративна культура в системі управління є важливим фактором успішності всього підприємства. Адже: відносини в колективі, високоякісність розвитку трудового потенціалу, конкурентоспроможний персонал стає гарантом та основним джерелом конкурентних переваг підприємства.