

Лебедєва Н. А.
*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-27>

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Корпоративна культура відіграє важливу роль у сучасному менеджменті, впливаючи на всі аспекти діяльності організації, від продуктивності працівників до інноваційного розвитку та ринкової конкурентоспроможності [1, с. 21]. В епоху глобалізації та цифрової трансформації ефективне управління неможливе без чіткого розуміння та інтеграції корпоративної культури як основи внутрішньої взаємодії та мотивації працівників. Тому дослідження корпоративної культури як інструменту управління є особливо важливим для досягнення стратегічних цілей. Корпоративна культура розглядається багатьма науковцями як критичний інструмент управління. Корпоративна культура формується через історію організації, її успіхи, лідерів та інституційні практики [2, с. 14]. Важливою є інтеграція цінностей компанії у щоденну діяльність для забезпечення високого рівня ефективності працівників [3, с. 60]. Важливою є взаємодія між корпоративною культурою та менеджментом, зокрема у питаннях мотивації, лояльності та продуктивності персоналу.

Розвиток корпоративної культури починається з розуміння її ролі в організації. Ключовим фактором є те, що корпоративна культура впливає на прийняття рішень, стратегічне планування, взаємодію між різними рівнями менеджменту та мотивацію працівників. Дослідження вказують на те, що підприємства з сильною корпоративною культурою демонструють кращі результати в порівнянні з тими, де культура не є сформованою.

Основні елементи корпоративної культури це цінності та місія організації. Цінності задають основний напрям розвитку організації та визначають поведінкові стандарти. Вони відображають етичні принципи, на яких базується діяльність компанії. Цінності та місія

організації відіграють ключову роль у формуванні її корпоративної культури, визначаючи підходи до взаємодії працівників та досягнення цілей. Вони є основою для поведінкових стандартів, управлінських рішень та загальної етики компанії. Цінності – це фундаментальні переконання, які спрямовують діяльність організації та визначають, що для неї є пріоритетним. Вони формують репутацію компанії, впливають на внутрішні й зовнішні процеси та допомагають створювати довіру серед споживачів і партнерів. Цінності регулюють поведінку працівників, створюють позитивний клімат у колективі та мотивують співробітників, якщо вони поділяють ці переконання. Місія організації формує її головну мету та стратегію. Вона визначає, чому компанія існує та які завдання виконує. Місія задає загальний напрям розвитку компанії, є інструментом комунікації з працівниками й стейкхолдерами, а також мотивує співробітників, надаючи їм відчуття причетності до спільної справи. Отже, цінності та місія є основними елементами, що формують корпоративну культуру. Коли вони узгоджені та зрозумілі всередині компанії, це сприяє мотивації, продуктивності та успіху організації.

Поведінкові стандарти та норми визначають, як працівники повинні взаємодіяти між собою та з клієнтами. Це дозволяє створювати сприятливий клімат у колективі. Важливим аспектом поведінкових стандартів є їхня адаптивність. Сучасні організації працюють у швидкозмінних умовах, тому їхні норми повинні бути гнучкими, аби відповідати новим викликам. З появою віддаленої роботи та цифрових технологій у багатьох компаніях змінилися підходи до комунікації та співпраці. Нові норми можуть включати правила роботи з інформаційними технологіями, етичні стандарти використання даних та нові формати взаємодії з клієнтами через онлайн-платформи. Крім того, поведінкові стандарти забезпечують єдність у колективі. Коли всі працівники дотримуються однакових норм, це сприяє кращому порозумінню та запобігає виникненню конфліктів. Це також ефективний інструмент для інтеграції нових співробітників у колектив, адже з їх допомогою новачки швидше адаптуються до внутрішніх правил та вимог компанії. Поведінкові стандарти сприяють розвитку лояльності до компанії. Працівники, які відчувають підтримку та чітко розуміють очікування від своєї роботи, схильні до більшої залученості та задоволеності своєю діяльністю. Це, у свою чергу, підвищує продуктивність та зменшує рівень плинності кадрів. Лідери організації також відіграють ключову роль у формуванні корпоративної культури,

адже саме вони задають тон для всієї компанії. Крім того, лідерство визначає стиль управління в компанії: чи буде він авторитарним, демократичним чи іншим. Цей стиль впливає на те, як співробітники сприймають свою роботу та взаємодіють між собою. Лідери мають відповідати за адаптацію корпоративної культури до змін у зовнішньому середовищі, сприяючи її гнучкості та здатності реагувати на нові виклики.

Корпоративна культура сприяє ефективному менеджменту через створення організаційного клімату, який стимулює інновації, командну роботу та підвищує мотивацію працівників. Працівники, які розуміють та підтримують цінності компанії, більш схильні до активної участі у досягненні її стратегічних цілей. Формування та підтримка сильної корпоративної культури також сприяє залученню висококваліфікованих спеціалістів, зменшенню плинності кадрів та підвищенню рівня продуктивності. Ефективний менеджмент будується на основі гармонійної взаємодії між корпоративною культурою та організаційною структурою. Менеджери, які вміють використовувати культуру як інструмент впливу, досягають кращих результатів у сфері управління персоналом та виконанні бізнес-стратегій.

Отже, корпоративна культура є потужним інструментом для ефективного управління організацією. Вона формує поведінкові стандарти, підтримує мотивацію працівників та сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства. Менеджери, які вміють використовувати корпоративну культуру для впливу на персонал, досягають високих результатів у питаннях продуктивності, інновацій та лояльності працівників. Вивчення та розвиток корпоративної культури є невід'ємною складовою успішного менеджменту в сучасних умовах глобалізації та конкуренції.

Література:

1. Алєнін І.О. Роль корпоративної культури в системі управління сучасного підприємства. *Економіка та управління*. 2020. № 4. С. 21–25.
2. Камінська Н.М. Корпоративна культура: її сутність та основні елементи. *Управління сучасними підприємствами*. 2019. № 3. С. 12–18.
3. Захарова О.М. Формування корпоративної культури на підприємствах. *Вісник Національної академії наук України*. 2020. № 6. С. 59–63.