

Корпоративна культура як ефективний інструмент управління персоналом в кризових умовах

Козлова Інна Миколаївна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: innes727@gmail.com;

Орло Мирослав Юрійович,

студент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: orl02mur@gmail.com

У сучасних умовах мінливості зовнішнього середовища, посилення конкуренції та глобалізації ринків підприємства вимушені постійно шукати нові і нові шляхи вдосконалення. Однією з основних сфер, що потребує постійного вдосконалення та невідпинного пошуку нових ідей, підходів і методів, є сфера людських відносин усередині компанії: цінності, переконання, та принципи її працівників.

Саме вони формують корпоративну культуру підприємства, від рівня розвиненості якої суттєво залежить ефективність діяльності підприємства, його імідж, конкурентоспроможність, а отже, і прибутковість.

Корпоративну культуру як інструмент ефективного управління персоналом підприємства у своїх працях розглядали вітчизняні та зарубіжні науковці. Питанню розвитку корпоративної культури на сучасних підприємствах присвятили увагу такі вчені, як Аверін А. В., Воронкова А. Е., Кужелев М. О., Пітерс Т., Мільнер Б. та ін. Але, незважаючи на численну кількість досліджень, питання розвитку корпоративної культури задля підвищення ефективності діяльності підприємства все ще залишається дискусійним.

Кожне відоме успішне підприємство має власну сформовану корпоративну культуру – комплекс елементів організації, що вирізняють її серед інших, спрямовані на формування сприятливого мікрокліма-

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

ту, іміджу компанії та ґрунтуються на системі цінностей працівників із метою досягнення ними максимальних показників ефективності роботи [1]. Саме вона дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів у зовнішньому середовищі і додає атмосферу індивідуальної неповторності для співробітників на внутрішньому.

Так, із початком кризових явищ у 2019 році та їх загострення для українців у 2022 із повномасштабною агресією рф корпоративна культура набула суттєвих змін – на перше місце для співробітників вийшли такі цінності, як: безпека, підтримка та можливість постійної комунікації.

Наразі ті українські компанії, що займаються формуванням у себе на підприємстві корпоративної культури, стали зосереджувати свою увагу на процесі командотворення: постійні робочі та позаробочі зідзвони в Zoom, створення формальних і неформальних робочих чатів у Telegram, оптимальний розподіл ролей та процесів у команді за допомогою таких додатків, як Trello та Notion, – усе це ті позитивні наслідки для формування корпоративної культури, що принесла криза останніх чотирьох років.

Не менш важливим є також той факт, що сьогодні менеджери компаній вводять на підприємствах практики щодо психологічної підтримки працівників. Якщо працівник не може виконувати свої обов'язки через тяжке ментальне становище, передові українські підприємства надають йому доступ до отримання професійної психологічної допомоги. Як, наприклад, проект Open Doors, «Розкажи мені», або «УкрЄдність».

Сучасні українські менеджери розуміють, що в тих кризових умовах, в яких знаходиться країна та національна економіка зараз, впровадження вдалої корпоративної культури може надати підприємству одразу дві конкурентні переваги: встановлення оптимальних зв'язків із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяння стабільній та ефективній роботі працівників на партнерських засадах (внутрішня інтеграція) [4].

Варто виділити такі характеристики корпоративної культури [3]:

- *цінності* – набір моральних орієнтацій кожного співробітника, що визначають, яка поведінка для нього та колег є допустимою та як будуються відносини з колегами та керівництвом;
- *система відносин* – формулює норми поведінки і ставлення до праці усіх робітників підприємства;
- *поведінкові норми* – вимоги до персоналу, яких вони дотримуються у роботі;
- *поведінка працівників*, спрямована на досягнення конкретних результатів або виконання виробничих завдань.

Корпоративна культура завдяки своїм специфічним характеристикам може виступати індикатором розвитку та роботи організацій, адже вона насамперед позначається на соціально-психологічному кліматі, який задає атмосферу для роботи всього колективу.

Для формування корпоративної культури підприємства, яка б не лише формально об'єднувала принципи та цінності робітників, а й розвивала його імідж, керівництву необхідно зробити такі [2] кроки:

- сформулювати стратегію щодо встановлення основних цілей, цінностей, бажаних пріоритетів, принципів і норм поведінки співробітників;
- визначити, наскільки існуюча корпоративна культура відповідає обраним цінностям та принципам;
- реалізувати організаційні заходи, що направлені на формування бажаних цінностей і зразків поведінки;
- здійснити вплив на корпоративну культуру з метою подолання негативних аспектів, які будуть сприяти реалізації обраної стратегії;
- оцінити успішність впливу нової стратегії організації на корпоративну культуру і за необхідності – внесення у неї корективів.

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Таким чином, створення корпоративних правил і їх чітке дотримання забезпечить ефективне стратегічне управління персоналом підприємства, стабілізує відносини між працівниками, попередить можливі конфліктні ситуації; привабить клієнтів, забезпечить прийняття ефективних рішень. Хоч у пошуках можливостей вдосконалення роботи підприємства, його конкурентоспроможності часто менеджери приділяють увагу лише економічним факторам, все ж варто пам'ятати, що суб'єктом господарювання є людина, співробітник.

А отже, від її поведінки і культури, а також культури підприємства загалом багато в чому залежить результат його роботи. Тому саме корпоративна культура виступає важливим чинником успішної діяльності підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

Література

1. Башук Т. О. Доцільність формування організаційної культури на підприємстві. *Маркетинг і менеджменту інновацій*. 2011. № 2. С. 179–184.
2. Гриценко Н. В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 284–290.
3. Потапюк І. П. Корпоративна культура як складник стратегічного управління персоналом підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2017. № 5. С. 170–175.
4. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації. *Наука й економіка*. 2010. № 1. С. 123–128.

