

спрямованою на зміну ціннісних, мотиваційних орієнтирів працівників, з метою отримання від них максимальної віддачі при досягненні організаційних цілей.

Література:

1. Сазонова Т. О. Системний підхід до управління персоналом сучасної організації / Сазонова Т. О., Келемеш Л. В. // Інфраструктура ринку. – 2019. – Вип. 37. – С. 530-538.

Сазонова Тетяна Олександрівна

доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної

Януш Вікторія Анатоліївна

здобувач вищої освіти 2 курсу магістратури, спеціальність 073

«Менеджмент»

Полтавський державний аграрний університет

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ

(Менеджмент)

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Корпоративна культура підприємства, організації займає одне з центральних місць в системі його управління. Також беззаперечним фактом сучасності є необхідність соціально-орієнтованого підходу в менеджменті підприємства, організації, який найкращим чином реалізується через важелі корпоративної культури, адже саме вона формує соціально-психологічне середовище організації.

Корпоративну культуру підприємства ми розглядаємо як індивідуальний, специфічний вид, набір цінностей, норм, переконань, манери поведінки, що й відзначають спосіб співпраці членів трудового колективу, а також окремих індивідуумів в межах конкретного підприємства та поза ними [1, с. 133].

На рис. 1 наведена запропонована нами модель управління корпоративною культурою в сучасному бізнес-середовищі.

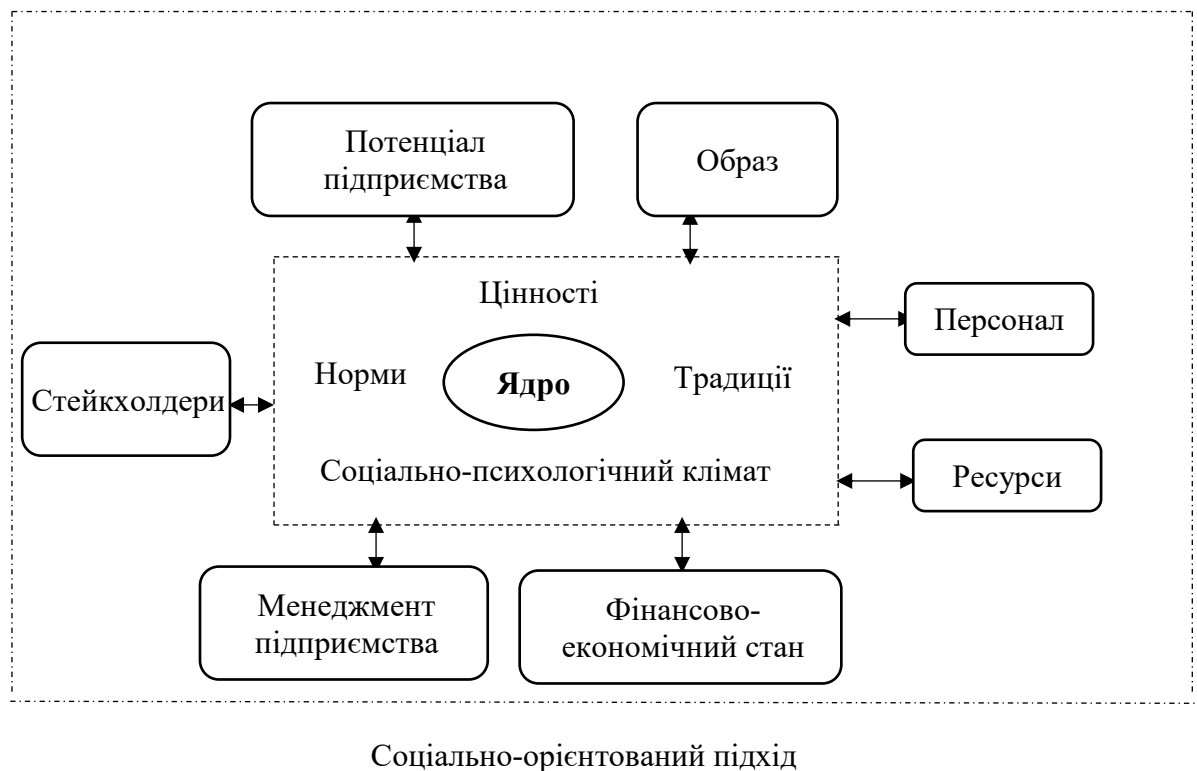


Рис. 1. Модель управління корпоративною культурою на основі соціально-орієнтованого підходу [власна розробка]

З рис. 1 видно, що ядро корпоративної культури (цінності, норми, традиції, соціально-психологічний клімат) знаходяться у взаємозалежності з такими елементами зовнішнього середовища, як образ організації (формується корпоративною культурою, з одного боку, але й перебуває у взаємозалежності із зовнішнім оточенням, адже має бути конкурентоспроможним, впізнаваним, тощо); потенціалом, ресурсами (рівнем їх доступності та достатності, якості тощо), фінансово-економічним станом, менеджментом, персоналом та стейкхолдерами організації – вони й визначають можливості, напрямки реалізації та розвитку корпоративної культури, але й стратегічно теж залежать від неї.

Стосовно впливу на стейкхолдерів зв'язок не такий однозначний: їх вплив є очевидним, адже організація є відкритою системою яка для ефективного та результативного функціонування має враховувати та взаємодіяти з елементами

як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. В свою чергу взаємодія передбачає не лише піддавання впливу, але й його здійснення. Цінності, норми, традиції підприємства, організації з потужною корпоративною культурою, здатні справляти вплив на їхніх стейкхолдерів.

Головним елементом моделі, що нами сформована, є соціально-орієнтований підхід, який пронизує весь процес формування та управління корпоративною культурою підприємства, організації. Адже, головними суб'єктами, на яких спрямовується її дія – є персонал та зовнішні стейкхолдери (споживачі, контрагенти, партнери, суспільство в цілому тощо), а результативна взаємодія з ними, управління в сучасному бізнес-середовищі, на наш погляд, має відбуватися виключно на засадах соціально-орієнтованого управління.

Отже, підводячи підсумки зазначимо, що соціально-орієнтований підхід, як основа корпоративної культури в сучасних умовах функціонування підприємства, організації передбачає високий ступінь соціальної відповідальності, як відносно персоналу, так і суспільства, економіки, навколишнього середовища в цілому. Соціально-орієнтований підхід також передбачає високий рівень дисципліни різних видів. Вище перелічене й забезпечується корпоративною культурою, але лише в тому випадку, якщо вона поміркована та відповідає вимогам сучасності і, водночас, стратегічно орієнтована.

Література:

1. Сазонова Т. О. Роль корпоративної культури в сучасній діяльності підприємства/ Сазонова Т. О., Потапюк І. П., Шаповал В.В. // Економічний форум. – 2020. – №4. – С. 131-137.