

**В.В. ОРЛОВА,**

кандидат економічних наук, доцент  
кафедри організації туризму та  
управління соціокультурною  
діяльністю Інституту туризму  
ДВНЗ «Прикарпатський  
національний університет  
імені Василя Стефаника»,  
м. Івано-Франківськ

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ**

Однією із важливих умов успішної діяльності підприємств соціокультурної сфери є впровадження прогресивних прийомів управлінського впливу на персонал. Важливим інструментом такого впливу є створення і запровадження корпоративної культури. Цікавість до культури підприємства посилилась останнім часом. Зумовлено це тим впливом, який чинить культура на успіх та результативність діяльності.

Чимало досліджень у галузі корпоративної культури доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін.

Щоб оцінити її вплив, почнемо з основного – визначення терміна, де культура (від лат. «culture» – «виховання, освіта») є «специфічним способом організації і розвитку людської життєдіяльності, який відображено в продуктах матеріальної та духовної праці, в системі соціальних норм і засад, духовних цінностей, у сукупності відношень людей до природи, між собою і до самих себе» [2].

Вперше словосполучення «корпоративна культура» застосував у військовій термінології у ХІХ сторіччі німецький фельдмаршал Мольтке. Ним він зазначав стосунки у офіцерському середовищі.

У сучасних умовах важливість проблеми корпоративної культури все більше цікавить практиків та теоретиків управління. Сьогодні не існує єдиного підходу до визначення категорії «корпоративна культура».

Аналізуючи наявні підходи до трактування цього словосполучення, можна зробити висновок, що вони є тотожні. Корпоративна культура – це сукупність цінностей або ціннісних орієнтацій індивіда, які дають змогу визначити припустимість, або неприпустимість свого поведіння. Корпоративна культура – це сукупність сформованих керівних переконань, технологій, прийомів і принципів у діяльності підприємства, система найважливіших припущень, які члени підприємства приймають як аксіому, цінності, переконання, традиції і норми поведінки персоналу, що визначають

орієнтири у їх поведінці. Це концентрація політики та ідеології життєдіяльності підприємства, система пріоритетів, критеріїв правил адаптації до умов зовнішнього середовища. Складові корпоративної культури враховуються при прийнятті управлінських рішень, формуванні контролю за поведінкою персоналу, при оцінці господарських та соціальних ситуацій. Саме, завдяки певним чином сформованій корпоративній культурі, можна пояснити чому підприємство саме таким чином функціонує, а не інакше.

Останнім часом управлінські кадри змінюють своє ставлення до культури підприємства, вони займають активну позицію у застосуванні її як чиннику підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективної діяльності та управління. Успішність діяльності підприємства напряму залежить від узгодженої роботи колективу, командної роботи. Зважаючи на це надзвичайно актуальним постає проблема створення та втримання на підприємствах соціокультурної сфери високої професійної культури.

Будь-яке підприємство є складним організмом. Його функціонування, розвиток, ефективність діяльності та виживання в конкурентному середовищі у першу чергу залежать від висококваліфікованого персоналу. Крім того, на успішну діяльність вплив має сильна культура, особливий стиль, які сприяють збереженню провідного становища на ринку.

Корпоративна культура безпосередньо має вплив як на діяльність підприємства в загальному, так і на процес управління персоналом зокрема. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншій мірі персонал потребує чіткості у регламентуванні діяльності, в настановах, директивах, докладних інструкціях і детальних схемах. Саме персонал, який працює на підприємстві, формує його культуру, але одночасно і культура має вплив поведінку персоналу на підприємстві. Культура може проявитися у нормах і правилах поведінки, поглядах щодо цінностей, а на основі цього буде формуватися поведінка персоналу всередині підприємства чи поза його межами. Погляди щодо цінностей здатні формувати у членів колективу схожі почуття та стандартні дії. Культура підприємства носить загальну характеристику всього підприємства загалом.

У системі управління підприємством корпоративна культура розглядається як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усіх працівників та усі його підрозділи на загальну мету, підвищити ініціативність працівників, забезпечити відданість загальній справі, полегшити спілкування.

На сучасному етапі необхідна переорієнтація управління персоналом. Ціль корпоративної культури – сформувати функціональну поведінку персоналу, яка повинна бути направлена на досягнення мети підприємства.

З метою досягнення цілей в процесі управління негайного вирішення потребують такі завдання:

- розвивати у працівників відчуття причетності до усіх справ підприємства;
- заохочувати залучення працівників у спільну діяльність на благополуччя підприємства;

- зміцнювати стабільність у системі соціальних взаємовідносин;
- підтримувати індивідуальну ініціативу працівників;
- надавати допомогу персоналу з метою досягнення ними особистих успіхів;
- створювати атмосферу єдності керівників і працівників на підприємстві;
- зміцнювати корпоративну родину (привітання працівників із трудовими, сімейними святами, подіями і т. д.).

У процесі вирішення цих завдань велике значення надається менеджерам, їхній корпоративній культурі та умінню знаходити спільну мову з персоналом. Управління корпоративною культурою на підприємстві, у першу чергу, здійснює весь менеджерський колектив дотримуючись таких принципів: безперервність та тривалий вплив.

Формування корпоративної культури відбувається поступово, вона вбирає досвід працівників, їхню культуру виховання, враховує цілі та установки підприємства. Загальна мета корпоративної культури – створення на підприємствах здорового психологічного клімату для об'єднання працівників в єдиний колектив, що сповідує певні етичні, моральні та культурні принципи [1; 241–243].

Корпоративна культура має вплив на ефективну діяльність підприємств соціокультурної сфери двома способами. Перший - поведінка й культура взаємно впливають один на одного, другий - культура має вплив не стільки на те, що персонал робить, скільки на те, як вони це роблять.

Зважаючи на всі позитивні сторони корпоративної культури, варто зауважити, що створення її якісного рівня для підприємств соціокультурної сфери має бути одним із найголовніших стратегічних завдань, що сприятиме їх ефективному розвитку.

Таким чином, використання на підприємствах соціокультурної сфери основних норм, принципів, постулатів та правил корпоративної культури сприятиме вирішенню існуючих проблем управління людським капіталом, а впровадження ефективної системи корпоративної культури сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Монастирський, Г. Л. Теорія організації [Текст]: навч. посіб. / Г.Л. Монастирський – К.: Знання, 2008. – 319 с.
2. Скуратівський, А. Правова культура у контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців [Текст] / А. Скуратівський // Вісник УАДУ при Президентіві України. – 2002. – № 1. – С.255 – 261.