

Нечай Дар'я Миколаївна

5 курс, факультет соціології і права,

НТУУ «КПІ»

Науковий керівник:

Польська Т. Д., к.філос.н., доцент

кафедри теорії та практики управління,

ФСП НТУУ «КПІ»

Корпоративна культура

як інструмент гармонізації відносин в колективі

Кожен з нас прагне мати цікаву, високооплачувану роботу, та надзвичайно важливою складовою професійної діяльності також є соціально-психологічний клімат колективу. Ніхто не захоче з'являтися на робочому місці, якщо там щодня на нього будуть чекати скандали і негативні відгуки. Культура та моральний клімат в колективі визначають успіх функціонування організації в стратегічній перспективі.

Поняття корпоративної культури тісно пов'язується з моральними установками працівників, налагодженням взаємовідносин всередині компанії, згуртованістю колективу, наявністю спільної стратегічної мети. Корпоративна культура - це сукупність правил, звичаїв і усталеної практики в галузі корпоративного управління, яка не отримала нормативного закріплення в законодавстві і базується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці. [1]

Поширеною є думка, що аудиторія корпоративної культури – це виключно колектив організації. Насправді вона включає також стратегічних партнерів, клієнтів, акціонерів, органи місцевої влади і навіть населення регіонів, де розташовується компанія. Відповідно потреби та очікування, інтереси цих категорій рідко пересікаються. Отже корпоративна культура має бути якомога більш конкретною, збалансованою і універсальною для максимального врахування інтересів усіх сторін.

Корпоративна культура виконує два основні завдання:

1) забезпечення єдності внутрішнього середовища шляхом інтеграції членів організації;

2) адаптацію організації як єдиного цілого до екзогенного середовища.

Якщо врахувати, що дуже часто корпоративні конфлікти виникають в силу розбіжностей між акціонерами організації, а також між акціонерами та органами управління (органами виконавчої влади), і причину потрібно шукати в організації управління, то вирішальним для уникнення корпоративних конфліктів є досягнення мети першої задачі корпоративної культури, тобто укріплення внутрішньої єдності компанії. Робота над внутрішньою цілісністю корпорації шляхом створення і укріплення корпоративної культури може мінімізувати ризики створення конфліктних ситуацій.

Важливу роль при формуванні корпоративної культури відіграє встановлення власного корпоративного кодексу, при чому він може містити як запозичені норми, так і чітко сформульовані для конкретної організації. Кодекс корпоративної етики має такі функції: репутаційну, управлінську та функцію поліпшення корпоративної культури. Перша функція розрахована на побудову довіри з боку зовнішнього середовища організації, друга допомагає при виникненні складних ситуацій, а функція поліпшення корпоративної культури видається нам найголовнішою.

Створення корпоративного кодексу розпочинається, в першу чергу, з формулювання місії організації – спрямування на зовнішнє середовище, в той час як ціль – це те, що компанія хоче для себе. Бажано, щоб до створення місії були долучені усі працівники компанії, тоді це будуть не просто слова на папері, а результат сумісної діяльності, близький і зрозумілий усім членам команди. Коли з'являється місія – усі працівники стають одним цілим, об'єднуються навколо своєї ідеї, з'являється бажання зробити свою компанію найкращою на ринку. Не слід забувати також про Team-building, який допоможе в створенні сприятливої психологічної обстановки, більш відкритої атмосфери. Усі ці складові допоможуть Вашій організації проявити себе не лише як сумлінного виконавця усіх правил і розпоряджень, але й як чудового роботодавця. Для нашої країни створення

корпоративних кодексів та слідування місії компанії є лише аматорським етапом становлення, та є надія на довгострокову успішну перспективу.

Список використаних джерел:

1. Задихайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: — Х.: Еспада, 2003. — с. 332.