

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНИХ КОРПОРАЦІЙ, ОРІЄНТОВАНОЇ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК

Хромушина Людмила

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту імені професора Л.І. Михайлової
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9134-9010>

Світовий досвід корпоративного управління переконливо доводить, що впровадження в корпоративні відносини певних норм та правил, дотримання яких створює атмосферу єдності цілей кожного учасника управління, сприяє досягненню високих рівнів розвитку корпорації. Отже, чим вищий рівень корпоративної культури, тим сильнішою та успішнішою буде компанія, яка, у свою чергу, є важливим елементом стабільності економічного стану держави. Значимість корпоративної культури зумовлено тим, що вона сприяє адаптації кожного працівника до середовища організації, налагодженню взаємодії та комунікації, формуванню власного бачення себе як невід'ємної частини організації та відчуття приналежності. Корпоративну культуру доцільно розглядати як своєрідну ідеологію управління, яка націлена на підвищення ділової активності, досягнення стратегічних цілей та розвиток корпорації.

Корпоративна культура є системою цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, а також ділових принципів норм поведінки, які склалися і сприймаються її співробітниками [1, с. 82]. Високого рівня, вдало сформована корпоративна культура дає можливість керівнику результативно взаємодіяти з підлеглими на всіх рівнях управління.

Зважаючи на вплив корпоративної культури на результативність діяльності підприємств корпоративного типу з погляду стратегії наразі розглядаються такі підходи:

- ігнорування корпоративної культури у разі, якщо вона не відповідає обраній стратегії розвитку;
- адаптація управлінської діяльності управління до наявної корпоративної культури;
- внесення змін до існуючої корпоративної культури для встановлення відповідності з обраною стратегією;
- адаптація стратегії розвитку корпорації до наявної корпоративної культури [2, с. 517].

На нашу думку, з погляду стратегічного розвитку, більш раціональним є підхід, який передбачає внесення змін до існуючої корпоративної культури для приведення її у відповідність до обраної стратегії розвитку. Важливо, щоб зміни були прийнятними та доступними для всіх категорій працівників, аби уникнути можливий опір таким змінам у корпоративній культурі.

Зміни у корпоративній культурі мають відбуватися на всіх рівнях управління, з урахуванням стратегічних цілей та завдань, кадрової, дивідендної

політики, відносин мажоритарних і міноритарних акціонерів, взаємодії власників, менеджерів та працівників, відносин корпорації із зовнішнім оточенням.

Зміни відносин корпорації з зовнішнім оточенням (держава та громадськість, територіальні громади, постачальники та споживачі, екологічна культура, відношення до культури та традицій місцевого населення) заслуговують особливої уваги, оскільки саме зовнішнє оточення може напрямую впливати на результативність діяльності корпорації та досягнення стратегічних цілей, характеризується умовами невизначеності та генерує різноманітні ризики (глобалізаційні, екологічні, політичні, економічні, епідеміологічні і т.д.).

Крім того, період воєнної агресії, післявоєнне відновлення економіки безперечно і об'єктивно внесуть зміни в корпоративну культуру, особливо у частині корпоративної соціальної відповідальності, становлення національної свідомості власників бізнесу, лояльності працівників.

Отже, при трансформації корпоративної культури з метою її орієнтації на розвиток корпорації слід враховувати такі аспекти:

- у власника бізнесу та менеджменту корпорації має сформуватися усвідомлення необхідності стратегічних змін, враховуючи і корпоративну культуру;
- працівники корпорації мають сприйняти зміни, щоб власні цінності кожного працівника не суперечили цінностям компанії;
- встановлення «рушійних сил» змін корпоративної культури, зокрема, фінансові та інвестиції людських ресурсів.

Формування корпоративної культури, її оновлення через зміни має бути невід'ємною частиною стратегічного управління корпорації.

У підсумку сформована корпоративна культура як елемент стратегічного управління впливатиме на:

- мотивацію працівників;
- плінність кадрів;
- рівень продуктивності праці та якість;
- ділову репутацію;
- професійний та кар'єрний розвиток працівників;
- фінансово-економічні показники ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Колянко О. В. Структура корпоративної культури організації. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2021. № 62. С. 81-85. URL: <http://www.journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/749/712> (дата звернення: 07.11. 2022).

2. Шевченко В. С. Шляхи підвищення корпоративної культури підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 16. С. 514-519. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/103.pdf> (дата звернення: 08.11. 2022).