

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

В умовах соціально-економічних змін постало актуальне питання про необхідність наявності організаційної культури компанії і його важливість зростатиме в міру просування українських компаній на світовому ринку. Організаційна культура складається з основоположних цінностей та поглядів, які поділяються усіма членами організації. Вона включає в себе стиль поведінки, стиль спілкування з клієнтами та колегами, активність співробітників, їх зацікавленість, рівень мотивації тощо. Мета організаційної культури – забезпечення високої прибутковості фірми та підтримання її репутації за допомогою вдосконалення управління людськими ресурсами.

Організаційна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, що взаємодіють між собою, притаманні даній організації, відображають її індивідуальність, сприйняття себе та інших у соціальному й матеріальному середовищі [1]. Організаційна культура проявляється в створенні репутації компанії на ринках, внутрішній роботі персоналу і способах взаємодії із зовнішнім світом.

Формування корпоративної культури може відбуватися чотирма шляхами:

- 1) веденням практичної діяльності;
- 2) діяльністю керівника чи власника;
- 3) фахівцями консультативних організацій;
- 4) за допомогою природнього відбору найкращих норм, стандартів і правил, запропонованих керівником і колективом.

Для того, щоб сформувати організаційну культуру необхідно визначити місію підприємства та основні базові цінності; сформулювати правила поведінки працівників організації, виходячи з базових цінностей; описати традиції та символіку, що відображають усе вище перераховане.

Організаційну культуру може мати будь-яка компанія – як велика корпорація, так і маленька структура. Кожна організація здійснює свою діяльність у відповідності з тими цінностями, які мають істотне значення для її співробітників. Складно подати вичерпний перелік цінностей організації, оскільки організаційна культура майже завжди є оригінальною сумішшю цінностей, відносин, норм, традицій, звичок, форм поведінки і ритуалів, властивих тільки даній організації.

Наявність організаційної культури значно підвищує рейтинг компанії в очах клієнтів та партнерів. Багато українських компаній мають чітко окреслену організаційну культуру, а тому претендують на зайняття високих позицій на ринку. Для прикладу, ТОВ «Астеліт» (TM Lifecell) має організаційну культуру, яка визначається двома основними напрямками розвитку – орієнтацією на результат та орієнтацією на людей. Підхід TM Lifecell до формування організаційної культури полягає в спостереженні, оцінці і аналізі тенденцій.

Негативні тренди коректуються, а позитивні – розвиваються і заохочуються керівництвом [2].

В українському бізнес-середовищі набуває великого поширення розуміння важливості етичних відносин та ділової практики для забезпечення успішного функціонування компанії. Наявність організаційної культури надає компанії ряд переваг:

- високий рівень культури всередині компанії;
- підвищення продуктивності праці та зниження рівня плинності кадрів;
- підвищення рівня довіри зі сторони клієнтів та інвесторів;
- зростання конкурентоспроможності компанії.

Корпоративна культура має значний вплив на результати діяльності організації, оскільки визначає стійкі моделі взаємодії в колективі, та, відповідно, основні реакції на події, що відбуваються у компанії.

Отже, формування організаційної культури компанії є важливою умовою її успішного функціонування, адже управлінська ланка є визначальною в діяльності компанії. Без визначення корпоративних цінностей компанії неможливо сформувати позитивний імідж компанії як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі компанії. Тому українським компаніям, особливо тим, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, необхідно використовувати потенціал організаційної культури для формування позитивного іміджу у зарубіжних партнерів та споживачів.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Спивак В. А. Корпоративна культура. – СПб : Питер, 2001. – 416 с. : ил. – (Серия «Учебники для вузов»).
2. Ходаковская В. Практика компаний (ООО «Астелит» ТМ life:)) // Управление персоналом – Украина. – 2012. – № 12 (231). – С. 14–16.

*Парацїй Тетяна*

*Тернопільський національний економічний університет*

### **СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩІ**

Для успішного функціонування на ринку та збереження конкурентоспроможності підприємства повинні час від часу вносити зміни у свою господарську діяльність. Більше того, потреба у змінах стала виникати настільки часто, що їх вплив на життєвий цикл підприємства вже не розглядається як виняткове явище. У практиці і наукових дослідженнях дедалі більше уваги приділяється аналізу методів та організаційним можливостям управління змінами («менеджменту змін»).

В даний час багато підприємств здійснюють перетворення у формах і методах управління, спрямованих на стимулювання підприємницької діяльності і розвиток нових економічних відносин. Необхідність перетворень