

їхньої підтримки або їхстворення, посилення конкуренції, інтернаціоналізація бізнесу, розвиток зв'язків з підприємствами, які використовують систему стратегічного планування, посилення інноваційних процесів, генерація та швидкеосвоєння підприємствами нових ідей тощо.

Використані джерела

1. Хасси Д. Стратегия и планирование. С.Пб.: Питер, 2001. 384 с.
2. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
3. Chandler A. D. Strategy and Structure. MIT Press, Cambridge, Mass., 1962.
4. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Возможности для будущего процветания: Пер. с англ. М.: Финпресс, 2000. 271 с.
5. Дафт Р. Л. Менеджмент. С.Пб., 2000. 832 с.
6. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems. *Sloan Management Review*. 1977. Winter. P. 1-24.
7. Управление организацией: учебник /под ред. А. Поршнева, З. Румянцевой, Н. Саломатина. М.: ИНФРА-М, 2008. 735 с.
8. Гершун А., Горский М. Технологии сбалансированного управления. М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2005. 416 с.
9. Гордієнко П. Стратегічний аналіз : навч. посіб. К.: Алерта, 2006. 404 с.

Задвірний Назарій

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Білан О.С.)

ЕТАПИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах корпоративна культура є стратегічним чинником розвитку сучасних партнерських соціально-трудовак відносин та корпоративної поведінки. Корпоративна культура –це діяльність з формування «душі організації», її позитивного духу і творчої енергії [3]. Практика роботи багатьох підприємств свідчить, що ділова єдність напряду залежить від духу та атмосфери, які сформувалися на підприємстві. Робота злагодженої команди

компанії є більш ефективною, ніж індивідуалізована праця, навіть коли вона високопрофесійна.

Кожне підприємство, яке планує довго і ефективно працювати на ринку, повинно не лише нарощувати обсяги виробництва, дбати про зростання прибутковості бізнесу. Не менш важливим є вдосконалення корпоративної культури, що в результаті сприятиме покращенню іміджу підприємства, зміцненню ринкових позицій та виведенню бізнесу на якісно новий рівень [2].

З цією метою пропонується поетапна реалізація програми вдосконалення корпоративної культури на підприємстві.

Етап 1. Формування у працівників бачення «ідеальної компанії майбутнього», побудованого на місії організації. До цього процесу дуже важливо залучити творчі сили співробітників компанії: проводити різноманітні конкурси, стратегічні сесії, тренінги, використати усі можливості внутрішнього PR.

Етап 2. Розроблені правила, критерії, заявлені цінності і інші важливі для компанії і її співробітників домовленості сформувані у вигляді Корпоративного кодексу підприємства.

Етап 3. Провести широкомасштабний PR при активній підтримці топ-менеджменту з роз'ясненням необхідності цього кроку і можливих змін у компанії. Для того, щоб люди підтримали цю ініціативу, вони повинні розуміти, для чого здійснюються подібні перетворення, бачити перспективу для себе і готовність наслідувати нові правила, що встановлені керівництвом.

Етап 4. Розробити програму впровадження нових стандартів. Іноді буває достатньо провести невелику кількість локальних заходів (роз'яснювальних зборів або конференцій, навчання керівників середньої ланки, впровадження нових процедур роботи з клієнтом). Програма може передбачати і широкомасштабні заходи: зміна організаційної структури, перерозподіл повноважень і обов'язків, впровадження нових процедур ухвалення рішень, зміна системи мотивації.

Етап 5. Провести зміни в політиці набору персоналу. У процедуру прийняття нових співробітників необхідно запровадити

визначення цінностей кандидата, зіставлення їх з цінностями компанії, ознайомлення співробітника з корпоративними правилами (Корпоративним кодексом) до ухвалення рішення про найм. Приділяти гідну увагу співробітникові в період адаптації з метою корекції його поведінки і сприйняття норм, встановлених в компанії. Щодо цього цікавий досвід компаній, що використовують «програму адаптації співробітників».

Етап 6. Кадрові перестановки. Перш за все необхідно сприяти просуванню по службі співробітників, що є носіями нової корпоративної культури або здатних до швидкої адаптації в умовах, що змінилися.

Етап 7. Налагодження внутрішньо корпоративних комунікацій. Перш за все необхідно культивувати шанобливе ставлення не лише до керівництва, але і до усіх колег. Стосунки між людьми усередині компанії повинні будуватися за принципом «колеги — внутрішні клієнти», і від того, як ми відносимося до внутрішніх клієнтів, залежить якість роботи із зовнішніми.

Вдосконалення корпоративної культури передбачає формування або переорієнтацію усіх її головних компонентів з подальшим документуванням розроблених процедур і збереженням позитивного досвіду, який забезпечує відповідність результативності виробничій діяльності і господарських зв'язків цілям підприємства [1]. Варто зазначити, що успіх змін і якість нової корпоративної культури, в першу чергу, залежать від цілеспрямованості вищого керівництва підприємства та послідовності здійснення запланованих дій.

Використані джерела

1. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації URL:file:///C:/Users/Admin/AppData/Local/Temp/113688-248201-1-PB.pdf(дата звернення: 22.10.2020).
2. Мартинов С. В. Культура організації в контексті сучасної парадигми управління. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 47. С. 184-189.
3. Семененко В.М., Пишненко О.А. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування. URL:https://economics.opu.ua/files/archive/2012/No3-4/73-77.pdf(дата звернення: 23.10.2020).