

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Нехай Валентин Анатолійович

к.е.н., доцент

Національний університет

«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Вступ./Introduction. Пандемія COVID-19 сформувала нову реальність, яка вимагає швидкої адаптації до зміни існуючих виробничих, економічних, соціальних, правових та інших аспектів підприємницької діяльності. Значні зміни відбулися не лише у бізнес-процесах, а й у сфері менеджменту персоналу. Зокрема, змін зазнала корпоративна культура.

Мета роботи./Aim. Метою роботи є визначення сутності корпоративної культури, основних принципів та особливостей її формування в період пандемії COVID-19.

Матеріали та методи./Materials and methods. Корпоративну культуру як економічне поняття та інструмент ефективного менеджменту персоналу у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як: В. Аніщенко, А. Воронкова, Н. Гриценко, В. Кравченко, Т. Кицак, В. Нікіфоренко, М. Портер, Л. Савчук, Н. Фіщук, Г. Хаєт, С. Хенді та інші. Проте потрібно зазначити, що питання трансформації корпоративної культури у взаємозв'язку з пандемією коронавірусу поки що не отримали достатнього й системного аналізу в наукових дослідженнях і є відкритим для дослідження.

Для досягнення мети дослідження проведено аналіз наукових джерел та практичного досвіду. У ході дослідження використані методи: інформаційного пошуку, бібліографічний, систематизації та узагальнення.

Результати та обговорення./Results and discussion. Слід зазначити, що і на сьогодні не існує єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». Крім того різні науковці для характеристики даного явища часто використовують такі терміни, як «організаційна культура» [1, 2], «культура підприємства» [3], «культура організації» [4], «фірмова культура» тощо.

Проведений аналіз наведених понять дозволяє зробити висновок, що їх сутність переважно тотожна й відповідає поняттю «корпоративна культура».

Як зазначає Г. Хаєт теорія корпоративної культури перебуває на етапі формування і «ще не стала стабільним усталеним зведенням знань». Достеменно не визначений потенціал даної категорії, не досліджено взаємозв'язок та засоби впливу корпоративної культури на ефективність діяльності підприємств [5, с.7].

Кожна організація має власну корпоративну культуру, якій характерний той чи інший рівень розвитку. На думку В. Співака, корпоративна культура – це об'єктивна реальність сучасного розвитку організацій, особливо підприємств корпоративного типу [6].

Як правило, успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, спрямованої на розвиток духу організації та благо стейкхолдерів.

Проведене дослідження дало змогу виділити основні елементи корпоративної культури, що потребують перегляду під час пандемії:

- люди – основна цінність будь-якої компанії. Адаптуючись до інших виробничих процесів, в ході пандемії, більшість компаній зрозуміли, що сучасні ІТ-технології не є найбільшим викликом, більшим викликом стала побудова процесів взаємодії людини з технологіями. Тому основні зміни відбулися в організації роботи, які були спрямовані на турботу про персонал і націлені на створення максимально комфортних умов праці;

- цінності – переорієнтація з бізнес процесів на гуманістичні цінності;

- історія (традиції) – виникнення нових історій та традицій;

- комунікації – взаємовідносини, не тільки між структурними підрозділами та працівниками, а й із клієнтами, партнерами та конкурентами.

Метою адаптації корпоративної культури в умовах пандемії є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства в умовах кризової ситуації.

Висновки./Conclusions. Пандемія COVID-19 – додатковий виклик для перевірки сили лідерства, управлінських навичок та корпоративної культури. Тому важливими моментами адаптації корпоративної культури до реальних умов є:

- стан і поведінка лідера;
- оптимізаційні процеси, які можуть призвести до знищення існуючої корпоративної культури;
- чи потребує існуюча корпоративна культура адаптації та інновацій, все це потребує не малих інвестицій.

Започатковуючи нові традиції, не слід забувати про вже існуючу систему цінностей компанії. З іншого боку перегляд системи цінностей у кризовий момент є своєрідною перевіркою на міцність існуючих ідеалів.

Пандемія COVID-19 довела, що виклики, пов'язані із забезпеченням потреб працівників, є невід'ємною частиною для компаній, які прагнуть сповна використати цінність та переваги технологій, які існують сьогодні.

Вимушений перехід працівників на віддалену роботу, показав, що така модель дешевша та ефективніша, і є сенс її зберегти. Це призведе до появи нових ефектів, про які треба думати вже сьогодні. Як приклад, працівники можуть мігрувати до менших і дешевших міст, а навіть і підприємств з більшим соціально-економічним забезпеченням.

Список використаних джерел

1. Писаренко Ж. А. Організаційна культура як чинник ефективності управління персоналом у державних органах / Ж. А. Писаренко // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України: у 2 ч. – Полтава: ПУСКУ, 2008. – № 3 (30). – Ч. 2. – с. 379-380.

2. Сергієнко Е. О. Організаційна культура в публічному управлінні: термінологічні проблеми / Е. О. Сергієнко // Ефективність державного управління: зб. наук. праць. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2009. – Вип. 18/19. – с. 361-367.

3. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О.Б. Моргулець – К. : Центр учб. л-ри, 2012. - 383 с.

4. Агарков, А. П. Экономика и управление на предприятии : учебник для бакалавров / [А. П. Агарков, Р. С. Голов, В. Ю. Теплышев]; под ред. д.э.н., проф. А. П. Агаркова, д.э.н., проф. Р. С. Голова. – 2-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. – 398 с.

5. Корпоративна культура : навчальний посібник / [Хаєт Г.Л., Єськов О.Л., Ковалевський С.В., Медведєва О.А., Кулійчук В.І., Яшина Е.В.]; за ред. Г.Л. Хаєта. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.

6. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.