

Отже, для підвищення ефективності діяльності вітчизняних високотехнологічних підприємств необхідно визначити чіткі економічні пріоритети держави в інноваційній діяльності та розробити дієві механізми партнерства із бізнесом, а діяльність окремого підприємства спрямувати на інноваційний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Merriam-Webster [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/innovation>
2. Maryville, S (1992). «Entrepreneurship in the Business Curriculum». Journal of Education for Business. Vol. 68 No. 1, pp. 27–31.
3. Кулиняк І. Я. Проблеми впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах та напрямки їх вирішення / І. Я. Кулиняк, О. – І. М. Демків // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок / Національний університет «Львівська політехніка» та ін. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. – С. 161–162.
4. Державна служба статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Тюха І. В., Кузнецова В. А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні та на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4545>

Янковець Т.М., к.е.н., доцент,

Черней А. І., студентка,

Київський національний університет технологій та дизайну

МЕТОДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кожна компанія закріплює в колективі певні, властиві виключно даній команді фахівців, корпоративні цінності. Вони можуть залежати від роду

діяльності компанії, займаного місця на ринку або форми власності. Але це не статичне явище. Корпоративна культура може видозмінюватися і вдосконалюватися.

Управління корпоративною культурою передбачає регулярний критичний аналіз її відповідності цілям колективу, і, в разі необхідності, зміну. Для того щоб її змінити, керівнику потрібно переглянути і скоригувати поведінку людей в колективі і закріплена часом систему цінностей.

Удосконалення корпоративної культури включає в себе кілька ключових етапів: 1) Дослідження наявної системи пріоритетів в колективі; 2) Оцінка їх відповідності стратегії розвитку компанії і її цілям; 3) Формування нової культури для даного колективу; 4) Дослідження і оцінка наявної корпоративної культури.

Для максимально ефективного дослідження можна вдаватися до поетапного плану його проведення: 1) Визначення цілей дослідження, постановка точного управлінського завдання; 2) Формулювання об'єкта дослідження: вибір аналізованих параметрів культури; 3) Розробка і подальше використання інструментів для аналізу; 4) Проведення дослідження; 5) Аналіз отриманих даних.

Традиційно, виділяють три основні стратегії вивчення корпоративної культури:

Холічна стратегія передбачає безпосереднє впровадження керівника або дослідника в колектив. Тільки щоденне спостереження за поведінкою людей в групі допоможе сформуванню власних уявлень про цінності в колективі. Всі ми сприймаємо те, що відбувається навколо виключно через власну систему цінностей і поглядів. Тому керівнику доведеться систематизувати всі точки зору і думки членів колективу.

Мовна стратегія має на увазі вивчення існуючої документації, що регламентує поведінку і відносини між окремими членами колективу. Це може бути не тільки нормативна документація або звітність, але також мова всередині колективу – жарти, анекдоти, модель спілкування.

Кількісна стратегія корінням сягає в соціологію. В її основі лежить використання інтерв'ю, анкет або опитувань. Для подібної роботи можна вдаватися до кількох можливих інструментів: індивідуальне спілкування або робота у фокус групах. Даний метод хороший тим, що в найкоротші терміни можна отримати повну реальну картину настанов і цінностей людей в колективі. Для найкращого ефекту питання в анкетах або інтерв'ю повинні відображати основні настанови людини, а не її ставлення до них. Також в анкетах можуть бути імпровізовані сценарії, адаптовані під культурне середовище колективу.

Мета вдосконалення корпоративної культури – підвищення загальної ефективності компанії. З існуючих практичних рекомендацій, як поліпшити поточну культурну ситуацію в колективі, доцільно звернути увагу на таке:

1) Стиль одягу в компанії. Він повинен суворо вписуватися в рід діяльності підприємства. Деякі компанії можуть прописувати нюанси аж до колірної гами одягу та її фасону, а для деяких досить загальноприйнятих вимог в рамках пристойності.

2) Регулювання норм поведінки співробітників. Вони можуть бути прописані на 2-х аркушах, а може і на 50-ти. У такий розділ можуть входити посадові обов'язки, модель поведінки в колективі, ставлення керівництва до сварок і конфліктів, графік перерв.

3) Система тренінгів. Навчання співробітників відбувається за рахунок компанії. Воно може бути спрямоване на поліпшення кваліфікації, як окремого спеціаліста, так і команди або відділу в цілому. Тренінги можуть бути як обов'язковою частиною корпоративної культури, так і способом мотивування співробітників.

4) Корпоративні свята. Культура проведення свят також повинна бути врахована. Часто на подібних заходах крім традиційних привітань може бути офіційна частина, яка розповідає про успіх відділу або компанії за рік. Крім стандартних календарних свят, компанія може заохочувати, наприклад, щотижневі виїзди на природу або походи в боулінг. Такі заходи – це чудовий

майданчик для тимблдинга, спрямованого на згуртування колективу і вироблення довірчих відносин поза організацією. Культура організації виконує ряд важливих функцій:

- створює певний імідж організації, який відрізняє її від будь-якої іншої; формує почуття приналежності до організації, гордості за неї;
- підтримує необхідні правила і норми поведінки членів організації; направляє діяльність організації та її учасників в необхідне русло, а мотиваційна сторона створює для цього необхідні стимули;
- корпоративна культура передається співробітникам в різних формах. Найбільш переконливі з них – історії та легенди, ритуали, символи могутності компанії, мова і символічний менеджмент;
- вплив корпоративної культури на поведінку співробітників фірми, вимірюється ступенем задоволеності роботою, ступінь задоволеності характеризує успішність фірми;
- корпоративна культура не є монолітом, а складається з переважаючої культури, субкультур, груп і контркультур, що підсилюють або послаблюють культуру організації в цілому.

Важливість корпоративної культури для успішного функціонування підприємств є загально визнаною в усьому цивілізованому світі.

Янковець Т.М., к.е.н., доцент,

Пруднікова Н.В., студентка,

Київський національний університет технологій та дизайну

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних ринкових умовах на ефективність діяльності підприємств суттєвий вплив чинять такі чинники: технічний та організаційний рівень