

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

виробництва, кваліфікація персоналу, рівень мотивації й оплати праці, наявність стратегії розвитку. У той же час в колективі будь-якої компанії є така сфера відносин, яка не піддається формальній регламентації. Ці відносини складаються протягом ряду років за неписаними правилами під впливом історичного досвіду, менталітету людей, місцевих звичаїв і традицій, духовних цінностей та смаків.

Корпоративна культура – це набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації, що має вираження в заявлених організацією цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки та дій. Корпоративна культура (іноді так звана організаційна культура) складається з ідей, поглядів, основоположних цінностей, які поділяються членами організації. Прийнято вважати, що саме цінності є тим ядром, що визначає корпоративну культуру в цілому. Цінності визначають стиль поведінки, стиль спілкування з колегами та клієнтами, рівень вмотивованості, активність та інше. Тому не можна приймати за корпоративну культуру тільки набір якихось зовнішніх ознак, таких як уніформа, обряди і т.п.

Поняття корпоративної культури включає в себе важливий аспект, який отримав назву корпоративної поведінки і включає в себе різноманітні дії, пов'язані з управлінням господарюючими суспільствами. Основні принципи корпоративної поведінки стали формулюватися на початку 1990-х рр. у «кодексах корпоративної поведінки», прийнятих в країнах з найбільш розвиненими ринками капіталу: Англії, США, Канаді. Ці кодекси регулювали практику корпоративної поведінки, зокрема, питання забезпечення інтересів акціонерів, підзвітності директорів і керівництва компанією. З тих пір в багатьох країнах видані кодекси корпоративної поведінки з відповідними методичними рекомендаціями.

За даними різних джерел, фірми з яскраво вираженою корпоративною культурою набагато ефективніші у використанні HR (людських ресурсів). Корпоративна культура – один з найбільш ефективних засобів залучення і мотивації співробітників. Як тільки людина задовольняє потреби першого рівня

(«чисто матеріальні»), у нього виникають потреби іншого плану: в гідному становищі у колективі, визнанні, самореалізації і т.п. І тут на перший план виходить корпоративна культура, однією з важливих функцій якої є підтримка кожного члена колективу, розкриття його індивідуальності, талантів.

Особливості корпоративної культури часто визначаються сферою діяльності. Наприклад, у фінансовій сфері вона більш визначена, сувора, поведінка співробітників чітко розписана, стиль спілкування – більш формальний. Корпоративна культура в торговельній сфері – часто вельми різноманітна, самобутня; як правило – вона менш визначена, допускає більше варіацій в поведінці, спілкуванні, стиль спілкування менш формальний, більш демократичний; вітається енергійність, товариськість, комунікабельність.

Одним з важливих елементів корпоративної культури є ставлення до новачків, адаптація новачків до самої корпоративної культури. Впровадження в неї – процес часто складний і болючий. Треба не просто зрозуміти всі тонкощі, а й увібрати їх у себе. Адаптація до корпоративної культури – один з найскладніших моментів після приходу на нове місце. У деяких компаніях спеціально проводяться адаптаційні тренінги та інші заходи, спрямовані на адаптацію новачків.

Формування корпоративної культури – тривалий і складний процес. Основні (перші) кроки цього процесу повинні бути такими: визначення місії організації; визначення основних базових цінностей. Далі, виходячи із базових цінностей, формулюються стандарти поведінки членів організації, традиції і символіка. Таким чином, формування корпоративної культури відбувається за етапами: визначення місії організації, базових цінностей; формулювання стандартів поведінки членів організації; формування традицій організації; розробка символіки. Всі ці кроки та їх результати дуже зручно і доцільно описати в такому документі, як корпоративне керівництво. Цей документ особливо корисний в ситуаціях прийому на роботу і адаптації нових співробітників та дає можливість практично відразу зрозуміти, наскільки потенційний співробітник поділяє цінності організації.

Існує багато підходів до виділення різних атрибутів, що характеризують ту чи іншу культуру на макро- та на мікрорівні. Так, Ф. Харріс та Р. Моран пропонують розглядати конкретну корпоративну культуру на основі десяти характеристик: усвідомлення себе і свого місця в організації; комунікаційна система та мова спілкування; зовнішній вигляд, одяг і презентація себе на роботі; що і як їдять люди, звички та традиції в цій області; усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання; взаємини між людьми; цінності та норми; віра в щось та ставлення чи прихильність до чогось; процес розвитку працівника і навчання; трудова етика і мотивування. На сучасному етапі розвитку економіки України закладаються нові уявлення про взаємини організації з зовнішнім середовищем та з власним персоналом. Можна сказати, що сучасна корпоративна культура є відображенням самої суті бізнесу, тобто його «обличчям». В процесі розвитку корпоративної культури одним з пріоритетів є розвиток системи внутрішньокорпоративного мотиваційного потенціалу, з урахуванням актуальних завдань, що стоять перед компанією та тенденцій розвитку сучасних технологій. Розуміння необхідності розвитку корпоративних відносин в компанії та управління ними є невід'ємною складовою цивілізованого підприємництва в сучасній економічній практиці.

Szymczyk-Madej K., PhD

Madej J., PhD

Cracow University of Economics

ACCOUNTING PATTERNS IN THE ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM

Appropriately organised and well-functioning information systems increase the efficiency and effectiveness of corporate activities. An entity's IT environment is the key to its effective management. Easy access to technologies results in the elimination of manual book-keeping. Consequently, accounting information systems (AIS) go through