

Андрієнко В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення здатності підприємства вирішувати поставлені завдання та досягати довгострокових цілей є однією з передумов його стабільного розвитку та конкурентоспроможності.

Корпоративна ефективність проявляється як результат впливу заходів економічного характеру на формування способу життя людини. Її критерій – задоволення потреб соціального характеру відповідно до ресурсів, що спрямовані на досягнення цих цілей.

Економічна та корпоративна ефективність тісно пов'язані між собою. Підвищення економічної ефективності сприяє зростанню соціальної ефективності. Основним чинником, що впливає на підвищення економічної ефективності, є соціальний прогрес в компанії. Він у кінцевому результаті завжди пов'язаний зі збільшенням кваліфікаційної структури зайнятих і змістовності праці, а звідси і з ростом потреб працівників, які обов'язково необхідно задовольнити.

Соціально-економічна ефективність є похідною від двох вищезазначених видів ефективності та поєднує їх властивості. Її критерій – максимізація результатів у розрахунку на сукупні ресурси, що забезпечують найбільш повне задоволення потреб працюючих. З точки зору необхідності управлінського впливу на діяльність організації доцільно виділити поняття ефективності управління як основу складову ефективності господарської діяльності [3].

Виділяють три види корпоративної ефективності:

1. Очікувана (співвідношення цілей до потреб, ідеалів, норм).
2. Результативна (співвідношення досягнутого результату до намічених цілей).
3. Затратна (співвідношення затрат до досягнутих результатів) [2].

Задля оцінки ефективності корпоративної культури підприємства використовують кількісні метрики, які можна сформулювати, інтегрувавши відповідну систему збалансованих показників, як елемент структури управління.

Система управління корпоративною культурою організації включає в себе методи управління та нормативну базу, системи комунікацій та ІТ-інфраструктуру, процеси управління, а також підсистеми контролю, аналізу, мотивації, планування тощо. Низький рівень якості управління в організаціях є основною загрозою довгострокового цілісного розвитку будь-якого підприємства.

Цільовий результат системи збалансованих показників визначається відразу за 4 напрямками: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси та розвиток персоналу. Для кожного напрямку визначаються свої загальні KPI та залежність цих KPI від інтегрованих гіпотез, щодо розвитку корпоративної культури. Модель збалансованих показників показує, що всі чотири основні напрямки працюють на досягнення стратегічних цілей, а KPI індикатор успішності напрямку.

Таким чином, усі заплановані ключові показники (KPI) врівноважують один одного. Наприклад, фінансові показники не мають пріоритету над бізнес-процесами, заходами щодо навчання співробітників або проектами підвищення якості обслуговування.

Саме тому систему таких показників називають збалансованою. В основі моделі збалансованих показників лежить перенесення і декомпозиція стратегічних цілей до рівня планування операційної діяльності. Простими словами – це система методів та інструментів, які дозволяють досягти того, щоб стратегічні цілі компанії реалізувалися у процесі виконання відповідних щоденних завдань.

Етапи створення системи збалансованих показників:

1. Розробка стратегічної карти: починається з комплексного аналізу організації, за допомогою методології PEST та SWOT. Вони допомагають

зібрати дані про зовнішнє і внутрішнє середовище компанії, її сильні та слабкі сторони, оцінити ризики та перспективи.

2. Визначення цілей та бачення майбутнього компанії: на цьому етапі формуються місія, бачення, стратегічні цілі та основні цінності. На їхній основі вже можна створити корпоративну стратегію, яка стане базою для стратегічної карти.

3. Стратегічний аналіз: для створення карти визначають причинно-наслідкові зв'язки між стратегічними цілями. Таким чином, цілі компанії стають пов'язані між собою логічним ланцюжком, який побудований за принципом «якщо – то». Сукупність цілей та зв'язків між ними утворює стратегічну карту організації.

4. Формування метрик та ключових показників ефективності [1].

Таким чином зрозуміло, що необхідний рівень ефективності корпоративної культури залежить від якісної системи управління, яку можна вибудувати лише колективно, що в свою чергу призведе до реалізації головних цілей підприємства: забезпечення максимізації розміру прибутку, відповідного до його ресурсному потенціалу, ринкової кон'юнктури тощо, створення необхідно іміджу, підвищення мотивації співробітників та залучення нових висококваліфікованих працівників.

References:

1. Гриценко Л.Л., Височина А.В. Збалансована система показників як інструмент оцінювання стратегій підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3(129). С. 161-167.
2. Жигалов В.Т. Основи менеджменту і управлінської діяльності: підручник. Київ, 2004. 223 с.
3. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління. *Фінанси України*. 2010. № 6. С. 24-32.