

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НЕКОМЕРЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ігнат'єва І.А., Кметко Д.Л.

Національний університет «Києво-Могилянська академія», м. Київ

Корпоративна культура будь якого підприємства, незалежно від форми власності та діяльності, відіграє ключову роль в досягненні стратегічних цілей та забезпечення успішної діяльності. Дослідження та удосконалення механізму корпоративної культури у одній з найбільших та найвпливовіших організацій має особливе значення для розвитку всього молодіжного руху в Україні та дослідженні корпоративної культури в некомерційних організаціях загалом.

У контексті повномасштабного вторгнення росії, виїзду дітей та молоді закордон та інших викликів і змін у соціокультурному середовищі, Пласт стикається з необхідністю адаптації своєї корпоративної культури до нових умов, щоб зберегти релевантність та конкурентоспроможність на ринку. Це постає актуальним завдяки постійним змінам керівної команди та очікуванню членів організації, зростаючому рівню конкуренції в сфері молодіжної діяльності, некомерційний підхід, а отже інші мотивації та особисті зв'язки, а також еволюції технологій та комунікацій, які впливають на форми взаємодії та сприйняття корпоративної культури.

Оцінюючи розвиток корпоративної культури України, можна стверджувати про таке: 55% сучасних українських керівників вважають, що корпоративна культура необхідна на підприємстві; 40% підприємців намагаються сформуванати її за допомогою західних технологій; 35% визнають потребу в ній, але для цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів; 25% узагалі вважають її непотрібною [1].

Розглядаючи основні методи розвитку корпоративної культури, слід виокремити необхідність створення відкритого середовища для комунікації, що включає в себе регулярні зустрічі з керівництвом, відкриті форуми для обговорення ідей та потреб, чіткого формулювання цінностей та місії організації, що повинна бути певним орієнтиром для дій членів організації. Залучення співробітників до процесу розвитку культури, що дозволяє сформуванати власну причетність та відповідальність. Зворотній зв'язок та вчасний фідбек, що дозволяють організації виявити та вирішити проблеми, які можуть виникнути в процесі розвитку корпоративної культури ще до їх виникнення [2]. Це може передбачати проведення анонімних опитувань, відкриті рефлексії, регулярну оцінку мікроклімату в організації, тощо.

Література:

1. Кицак Т.Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах // Ефективна економіка. 2014. № 1 URL: <http://surl.li/tlegd>
2. Лобза А.В., Карпук Д. Організаційна культура як елемент успіху компанії // Збірник матеріалів І міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 25 лют. - 1 бер. 2013 р. Дніпропетровськ-Жешув: зб. матеріалів. 2013. с. 136-141.