

## ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ОДИН ІЗ ЕТАПІВ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ

**Чернух Д. В.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

*Науковий керівник – Григорак М.Ю., д-р., екон. наук, доц.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, реінжиніринг бізнес-процесів, конкурентоспроможність

**Актуальність.** У статті обґрунтована роль корпоративної культури у підвищенні конкурентоспроможності підприємства та ефективності його діяльності. Розглянуто основні принципи та особливості трансформації корпоративної культури як одного із етапів реінжинірингу бізнес-процесів компанії.

**Постановка проблеми.** Розробка та вихід на ринок з інноваційними товарами та послугами потребують нововведень не лише організаційно-технічного, а й організаційно-управлінського характеру. Впровадження технологічних інновацій не завжди спроможні дати компаніям довгострокову перевагу, оскільки можуть бути «скопійовані» конкурентами. У свою чергу, ефективно сформована корпоративна культура дозволить забезпечити стабільність, цілісність організації та її провідне конкурентне становище на ринку в довгостроковій перспективі.

В основі будь-якої компанії, чий зусилля спрямовані на здійснення реінжинірингу бізнес-процесів, закладений людський фактор, в основі моделі Денісона лежить поведінковий підхід з акцентом на особистісні твердження, цінності та очікування працівників компанії. Діапазон завдань, для вирішення яких використовується модель Денісона, є досить широким: від питань економічної ефективності організації, функціонування системи менеджменту та корпоративної комунікації до супроводження процесів злиття та поглинання, реструктуризації та реорганізації, розробки інноваційних товарів, вихід на нові ринки, підвищення якості обслуговування та особистісного розвитку керівників та персоналу [1].

Особливістю моделі Денісона є те, що вона побудована на оцінці чотирьох основних характеристик корпоративної культури та лідерства: місії (mission), здатності до адаптації (adaptability), залученості (involvement) та узгодженості (consistency). Відповідно, кожна із цих характеристик розподіляється на 3 якості (індикатора), тому в межах моделі Денісона оцінюється 12 параметрів. Інформація за вказаними індексами збирається методом анонімного анкетування співробітників [2 с. 134].

Відповідно до представленої моделі, корпоративна культура впливає на результативність бізнесу чотирма основними шляхами:

- задає напрям розвитку і чітке уявлення про місію, на підставі чого визначається мета, розробляється стратегія і будується бачення майбутнього. Зрозуміла і розділена усіма місією надає цілеспрямованість і значимість дій працівникам компанії;

- здатність до адаптації визначає високий рівень гнучкості і швидкості реагування на зміни зовнішнього середовища. Адаптивність вимірюється пристосуванням до змін, увагою до клієнтів та навчанням і саморозвитком;

- залученість визначає зацікавленість працівників в своїй діяльності. На всіх рівнях управлінської ієрархії співробітники відчувають, що роблять свій внесок у прийняття рішень, і відчувають, що їх діяльність безпосередньо пов'язана з цілями компанії. Існує три характеристики залученості: надання повноважень, орієнтація на роботу в команді, можливість розвитку [3];

- узгодженість забезпечує послідовність і стабільність, що характеризується високим рівнем відданості співробітників, наявністю власного методу ведення бізнесу, «вирощуванням» керівників всередині компанії, чітким набором правил що потрібно і що не потрібно робити. Модель визначає три фактори узгодженості: залученість в цінності, здатність до консенсусу, координація та інтеграція.

Корпоративна культура – це певний рівень майстерності, уміння як персоналу, так і керівництва, працювати ефективно на всіх рівнях у всіх функціональних сферах. На сьогодні триває процес її формування в умовах ринкової економіки та становлення корпоративного законодавства [4 с. 24]. Щоб закріпитися на ринку, підвищувати конкурентоспроможність, потрібно формувати позитивну корпоративну культуру й, насамперед, позитивний імідж своїх організацій [5 с. 16].

#### **Список використаних джерел:**

1. Гончарова О.М. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління. 2012. №2. URL: <http://economy.nayka.com.ua>
2. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств: Монографія / за редакцією канд. ек. наук, доц. Л.М. Таранюка. – Суми: Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1» ТОВ, 2010. – 440 с.
3. Черчик Л. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент управління стратегічними змінами / Л. М. Черчик // Економічні науки. Сер. : Економіка та менеджмент. - 2013. - Вип. 10. - С. 233-239. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnem\\_2013\\_10\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnem_2013_10_27)
4. Хаммер М. Реінжиніринг корпорації : манифест революції в бізнесі. / Пер. с англ. / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб. : Издательство С.-Петербурзького університета, 1997. – 332 с.
5. Davenport T. Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology/ T. Davenport. – Boston, MA.: HarvardBusinessSchoolPress, 1993.