

Борис Олегович ЯЗЛЮК

доктор економічних наук, професор, декан факультету аграрної економіки і менеджменту, Тернопільський національний економічний університет

ORCID ID: 0000-0002-2078-0644

E-mail: b.yazliuk@tneu.edu.ua

Юрій Ігорович СЕНИК

кандидат економічних наук, керівник групи дослідження продукції та інновацій

ПрАТ «Тернопільський молокозавод»

ORCID ID: 0000-0002-8164-7783

E-mail: Jurasenyk08@gmail.com

**ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ ФОРМУВАННЯ ТА ПОСТУПУ
КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ**

Язлюк, Б. О. Електронні ресурси як один з елементів формування та поступу корпоративної культури компанії [текст] / Борис Олегович Язлюк, Юрій Ігорович Сенік // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 1. – С. 190–196. – ISSN 2415-8453.

Анотація

Вступ. В умовах трансформації ринкових відносин змінюються і теорії, що визначають закони формування ефективної, мотивованої команди, що дозволяє кожному з нас бути успішним. З огляду на те, що компанії все більше зміщують акцент в сторону інтенсивного розвитку, що передбачає збільшення ефективності роботи без змін у штаті працівників, саме тому все частіше управлінці ставлять перед собою питання щодо створення в компанії плідної атмосфери, яку приймуть і розділять всі співробітники. Без належної уваги до аспекту корпоративної культури з самого початку не буде керівних принципів, що визначають розвиток компанії, а значить і орієнтирів, необхідних для правильного підбору співробітників.

Метою статті є аналіз ролі електронних ресурсів у встановленні й розвитку інформаційного простору та, відповідно, корпоративної культури компанії.

Результати. У статті викладено загальну характеристику поняття «корпоративна культура». Розглянуто роль корпоративного порталу у формуванні внутрішнього інформаційного простору та його функціональну активність.

Встановлено, що внутрішній корпоративний портал необхідний, всупереч існуючій думці, не тільки великим компаніям. Навіть в маленьких компаніях такий ресурс може істотно підвищити ефективність роботи співробітників за рахунок того, що виконує ряд важливих функцій. Інформаційна. Єдина точка входу і зручна навігація по інформації дозволяють співробітникам швидше знаходити необхідні для них дані. Комунікативна. Корпоративний портал дає можливість співробітникам обговорювати робочі питання за допомогою форуму або чату. Навчальна функція. Завдяки спеціальному розділу про корпоративну культуру і про історію компанії новим співробітникам буде набагато легше освоїтися в роботі. На порталі можна організувати онлайн-навчання, яке допоможе заощадити час і навчити співробітників компанії, не залишаючи робочого місця. Функція планування. Корпоративний портал також дозволяє призначати завдання і стежити за ходом їх виконання.

Висновки. На сьогоднішньому етапі розвитку використання компанією корпоративного порталу не є інновацією, а виступає одним з обов'язкових елементів забезпечення його

конкурентоздатності. Адже, окрім очевидної інформаційної функції порталу він забезпечує формування нових компетенцій чи їх розвиток у працівників підприємства, що є визначальним у розвитку компанії. Окрім цього корпоративний портал є обов'язковим елементом у формуванні лояльності працівника до компанії та її корпоративної культури загалом.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративний портал, мотивація, лояльність.

Borys Olehovych YAZLYUK

Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Agricultural Economics and Management,
Ternopil National Economic University

Yurii SENYK

PhD in Economics, Team Leader R&D, Ternopil Dairy Plant

ELECTRONIC RESOURCES AS ONE OF THE ELEMENTS OF FORMATION AND PROGRESS OF THE COMPANY'S CORPORATE CULTURE

Abstract

Introduction. *In the conditions of transformation of market relations, the theories defining laws of formation of an effective, motivated command that allows each of us to be successful also change. Given that companies are increasingly shifting the focus towards intensive development, which involves increasing efficiency without changing the staff, which is why managers are increasingly asking themselves to create a fruitful atmosphere in the company, which will be perceived and shared by all employees. Without proper attention to the aspect of corporate culture from the beginning there will be no guidelines that determine the development of the company, and hence the guidelines necessary for the proper selection of employees.*

The purpose of the article is to analyze the role of electronic resources in the establishment and development of information space and, accordingly, the corporate culture of the company.

Results. *The article describes the general characteristics of the concept of "corporate culture". The role of the corporate portal in the formation of the internal information space and its functional activity is considered.*

It is established that the internal corporate portal is necessary, contrary to the existing opinion, not only for large companies. Even in small companies, such a resource can significantly increase the efficiency of employees due to the fact that it performs a number of important functions: 1. Information. A single-entry point and convenient navigation of information will allow employees to quickly find the data they need. 2. Communicative. The corporate portal allows employees to discuss work issues via a forum or chat. 3. Learning function. Thanks to a special section on corporate culture and the history of the company, it will be much easier for new employees to get used to the work. On the portal you can organize online training, which will save time and train the company's employees without leaving the workplace. 4. Planning function. The corporate portal also allows you to assign tasks and monitor the progress of their implementation.

Conclusions. *At this stage of development, the company's use of the corporate portal is not an innovation, but is one of the mandatory elements to ensure its competitiveness. After all, in addition to the obvious information function of the portal, it provides the formation of new competencies or their development in employees of the enterprise, which is crucial in the development of the company. In addition, the corporate portal is a mandatory element in the formation of employee loyalty to the company and its corporate culture in general.*

Keywords: corporate culture, corporate portal, motivation, loyalty.

JEL classification: M14

Вступ

В умовах трансформації ринкових відносин змінюються і теорії, що визначають закони формування ефективної, мотивованої команди, що дозволяє кожному з нас бути успішним. З огляду на те, що компанії все більше зміщують акцент в сторону інтенсивного розвитку, що передбачає збільшення ефективності роботи без змін у штаті працівників, саме тому все частіше управлінці ставлять перед собою питання щодо створення в компанії плідної атмосфери, яку сприймуть і розділять всі співробітники.

Керівнику нової компанії необхідно продумати тип корпоративної культури, яка буде формуватися у компанії паралельно з її зростанням. Модель культури деякі переймають у більш солідних підприємств, в інших випадках засновник знає, якою має бути його компанія, і сам впливає на її формування. Без належної уваги до аспекту корпоративної культури з самого початку не буде керівних принципів, що визначають розвиток компанії, а значить і орієнтирів, необхідних для правильного підбору співробітників. Тому дослідження проблем формування корпоративної культури на підприємстві сьогодні є актуальним [14].

В сучасних умовах глобалізації та трансформації економічного середовища успіх підприємства часто залежить від того, наскільки успішно всередині нього збудовані комунікації. Одним з інструментів, здатних вплинути на комунікативне середовище всередині підприємства і швидкість обміну інформацією між співробітниками, є корпоративний портал [8].

Мета статті

Метою статті є аналіз ролі електронних ресурсів у встановленні та розвитку інформаційного простору та, відповідно, корпоративної культури компанії.

Проблематику формування корпоративної культури розглянуто у багатьох наукових дослідженнях авторів: Lucas Н. [1], Базаров Т.Ю. [3], Белоусова М.Ю. [4], Ларичева Е.А. [7], Лейкіна Я.В. [8], Орлов Е.С. [11], Шейн Е.Х. [13], Юрасов І. [14] та інші. В цих працях розглянуто загальні принципи формування корпоративної культури, проте ґрунтовнішого дослідження потребує встановлення ролі електронних ресурсів у розвитку інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу дослідження

На сьогоднішній день корпоративна культура є однією з найважливіших складових успіху компанії. Змінюється концепція менеджменту, все більше вивчаються явища і дії, які надають неочевидний, але відчутний вплив на рівень прибутку підприємства. Незважаючи на те, що поняття корпоративної культури порівняно нове, сама по собі вона зародилася дуже давно.

Корпоративна культура – це психологічне поле компанії, яке сформовано ціннісними установками керівника, частина з яких є базою для побудови політики організації. Підґрунтям для формування корпоративної культури певного типу є не прописана місія і філософія компанії, а реальна щоденна поведінка топ-менеджменту організації. Для співробітників компанії поведінку керівника визначає усвідомлення себе і свого місця в компанії, ставлення до часу, ризику, грошей, лояльність до компанії і мотивації до роботи й особистої ініціативи. Все це є проявами корпоративної культури, за якими можна визначити рівень її розвитку в компанії [6].

Однією з основних ознак корпоративної культури можна назвати гармонійність організації, в якій окремі елементи культури за рівнем свого розвитку, за спрямованістю, за ідеями, цілями, завданнями, способами досягнення цілей відповідають один одному [9].

На практиці корпоративна культура проявляється в системі цінностей, властивій організації; в загальних принципах ведення справ; в традиціях організації і особливостях її життєдіяльності; в специфічних нормах міжособистісних відносин і

кадровій політиці; в офіційному кредо компанії і неформальних переконаннях її співробітників; в системі комунікацій.

Увага до феномену корпоративної культури визначається цілою низкою причин, у тому числі найважливішою - інтеграція працівників, формування у них почуття відданості організації за умов необхідності постійних змін в роботі корпорацій в умовах сучасного динамічного ринку. В силу своєї функціональної специфіки, корпоративна культура виступає як інструмент управління кадрами компанії [4].

Крім безпосереднього впливу на поведінку й ставлення співробітників через систему цінностей, норм, символів, культура впливає на працівників за допомогою здійснення впливу на інші елементи управління персоналом. Наявність стрункої системи цінностей і норм поведінки дозволяє організації створити єдиний вектор руху й розвитку компанії та її співробітників. Втім, грамотно впроваджена корпоративна культура дозволяє не тільки поліпшити процес внутрішньої комунікації, а й забезпечує лояльність співробітників, допомагає підтримувати командний дух колективу, від якого, іноді, залежить безпека компанії. Саме корпоративна культура дозволяє роботодавцю сформулювати в компанії міцний колектив, команду співробітників, які із задоволенням виконують спільну справу [10].

На сучасному етапі розвитку ІТ-технологій і всезагальному доступі до світової мережі Інтернет компанії активно використовують корпоративний портал не лише для доступу співробітників до корпоративних даних і додатків, а й як елемент розвитку власної корпоративної культури.

Незважаючи на все зростаючу популярність Інтранет-систем, їх історія сягає глибоко у витoki розвитку ІТ-технологій. Перші корпоративні портали з'явилися одночасно з розвитком мережових технологій. Вони були надбанням великих організацій, які могли собі дозволити дорогу розробку власної технології, розрахованої на специфічні потреби. Початковим призначенням корпоративних порталів були функції внутрішнього сайту організації: публікація новин і інших матеріалів, створення бази файлів і документів, форум для внутрішнього спілкування.

З розвитком ринку росла доступність і функціональність порталів, і зараз вони знаходяться на порозі масового прийняття. У середньостроковій перспективі ці продукти повинні стати предметом масового споживання. Поряд з офісними програмами й системами захисту даних корпоративні портали будуть обов'язковим інструментом для забезпечення ефективної роботи організації [11].

Нарешті, останньою стадією еволюції порталів стала їх роль в якості інструменту інтеграції корпоративних даних і додатків. Метою цієї інтеграції є надання користувачеві єдиної точки доступу до інформаційної інфраструктури організації. Таким чином, портали стали універсальним інтерфейсом для виконання посадових обов'язків, проведення навчань і перевірки рівня залишкових знань, що дозволяє легко актуалізувати отримані знання [12].

Внутрішній корпоративний портал необхідний, всупереч існуючій думці, не тільки великим компаніям. Навіть в маленьких компаніях такий ресурс може істотно підвищити ефективність роботи співробітників за рахунок того, що виконує ряд важливих функцій.

1. *Інформаційна.* На внутрішньому ресурсі компанії можна зберігати документи, необхідні співробітникам, довідкову інформацію, контакти і дані працівників, публікувати важливі корпоративні новини.

Єдина точка входу і зручна навігація по інформації дозволять співробітникам швидше знаходити необхідні для них дані. Крім того, вони зможуть отримувати доступ до робочих матеріалів з будь-якої точки і будь-якого комп'ютера, завдяки чому робочий процес можна не переривати під час відраджень або відсутності на робочому місці.

2. *Комунікативна.* Корпоративний портал дає можливість співробітникам обговорювати робочі питання за допомогою форуму або чату. Завдяки цьому вся внутрішня переписка компанії буде зберігатися на ресурсі, який належить бізнесу, а не на сторонніх серверах. Доступ до цих функцій зможе отримати будь-який співробітник за допомогою веб-інтерфейсу без необхідності встановлювати додаткові програми на комп'ютер (наприклад, це важливо, якщо треба отримати доступ до інформації з чужого пристрою або загального користування).

3. *Навчальна функція.* Корпоративний портал можна також використовувати для навчання та адаптації нового персоналу. Завдяки спеціальному розділу про корпоративну культуру і про історію компанії новим співробітникам буде набагато легше освоїтися в роботі. На порталі можна організувати онлайн-навчання, яке допоможе заощадити час і навчити співробітників компанії, не залишаючи робочого місця.

4. *Функція планування.* Корпоративний портал також дозволяє призначати завдання і стежити за ходом їх виконання. Завдяки цьому можна завжди дізнатися про те, в якій стадії знаходиться робота над поставленим завданням без додаткового контакту й обговорень деталей зі співробітником (що істотно заощаджує час) [7, 13].

Також в рамках корпоративного порталу можна реалізувати й інші необхідні для роботи функції. В їх число входять колективний календар, поштовий додаток та інші.

За даними опитування серед співробітників корпорації Microsoft 33% з них зазначили, що корпоративний портал скорочує час на виконання щоденних робочих операцій. Результати аналогічного опитування в компанії IBM показали, що 68% співробітників вважають корпоративний портал джерелом дуже важливої інформації, а 80% відвідують ресурс мінімум один раз на день. Таким чином, наявність корпоративного порталу істотно збільшує ефективність роботи кожного співробітника, а, отже, впливає і на продуктивність компанії в цілому [2].

Основний вплив порталу на схему комунікацій підприємств полягає в зміщенні системи управління від вертикальної (начальник - підлеглий) в сторону горизонтальної, яка передбачає «колега-колега». Плюси такої системи полягають у використанні співробітників як основного активу компанії для ухвалення спільних рішень з управління компанією і генерації нових ідей. У свою чергу, можливість участі в управлінні компанією мотивує співробітників на спілкування зі своїм роботодавцем і пошук шляхів поліпшення роботи компанії.

Основні переваги внутрішнього порталу полягають в його функціональності. Адже, чим більша компанія, тим важче налаштувати комфортну внутрішньо-корпоративну комунікацію для всіх співробітників і при цьому не загубитися у величезному обсязі інформації. По-перше, велика ймовірність, що важлива інформація буде отримана не всіма співробітниками. По-друге, обговорення різних питань різними відділами в таких умовах практично неможливо. Використовуючи корпоративний портал, можна розділити всю компанію на відділи за допомогою чатів, при цьому відзначити ті повідомлення, які будуть показуватися у всіх чатах одночасно, а забезпечення комфортного та інтуїтивно-зрозумілого процесу обміну файлами без використання сторонніх рішень дозволить захистити інтелектуальну власність компанії [5].

Не менш важливу роль відіграє корпоративний портал у проведенні навчання для нових працівників і їх адаптації у компанії, у поширенні нової інформації, у перевірці засвоєння отриманих знань працівниками підприємства під час навчання. Адже, як відомо, корпоративне навчання істотно відрізняється від традиційного «професійного навчання» і характеризується такими вимогами [1]:

- ❖ всі співробітники організації повинні брати участь в корпоративному навчанні;
- ❖ сприяє загальному інтелектуальному розвитку співробітника компанії, підвищує його загальну самооцінку;

-
- ❖ безперервний процес;
 - ❖ має бути інноваційним, з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і базуватися на активних методах навчання;
 - ❖ направлено не тільки на оновлення професійних компетенцій, а й на соціальний розвиток співробітників компанії, формуючи їх цінності, переконання, світогляд, тобто на корпоративну культуру компанії.

Таким чином, всі вище описані вимоги можуть бути легко реалізовані при залученні до цього процесу корпоративного порталу.

Важливу роль в корпоративному навчанні грає планування і організація корпоративного навчання. Планування і організація корпоративного навчання вимагає особливої уваги, так як від кількості співробітників компанії в навчальній групі та їх психоемоційного стану багато в чому залежить якість теоретичного й практичного навчання [3]. Використання електронних версій навчального матеріалу і тестової системи перевірки знань у корпоративному порталі унеможливорює вплив зовнішніх чинників на процес засвоєння знань і дозволяє працівнику самому вибирати час ознайомлення з матеріалом та, відповідно, перевірки якості його засвоєння.

Висновки та перспективи подальших розвідок

На сьогоднішньому етапі розвитку використання компанією корпоративного порталу не є інновацією, а виступає одним з обов'язкових елементів забезпечення його конкурентоздатності. Адже, окрім очевидної інформаційної функції порталу він забезпечує формування нових компетенцій або їх розвиток у працівників підприємства, що є визначальним у розвитку компанії. Окрім цього корпоративний портал є обов'язковим елементом у формуванні лояльності працівника до компанії та його корпоративної культури загалом.

Список літератури

1. Lucas H. Information Technology: Strategic Decision Making for Managers: Wiley, 2005. 446 p.
2. Арчибальд Р.Д. Управление высокотехнологичными программами и проектами: ДМК Пресс-АйТи. Москва, 2004. 463 с.
3. Базаров Т.Ю. Организационная культура и лояльность. *Управление корпоративной культурой*. 2013. № 01(17). С. 32-43.
4. Белоусова М.Ю. Структура корпоративной культуры в системе ее управления. *Культура: управление, экономика, право*. 2004. № 4. С. 40–43.
5. Иванова Т.Б., Журавлёва, Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия: Монография. М.: РУДН, 2011. 152 с.
6. Капитонов Э. А. и др. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.
7. Ларичева Е.А. Сравнительный анализ корпоративной, инновационной культуры и культуры производства. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2004. № 5. С. 25–32.
8. Лейкина Я.В. Архитектура корпоративной культуры. *Управление корпоративной культурой*. 2009. №4. С. 258-265.
9. Овчинников М.А. Корпоративная культура в системе социального управления: автореферат дис. ... кандидата социологических наук. М., 2004. 23 с.
10. Организационная культура в системе управления персоналом / Назаренко М.А. и др. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2013. № 7. С.153-161.
11. Орлов Е.С. Планирование корпоративной культуры. *Управление развитием персонала*. 2008. №4. С. 332-337.

-
12. Рычкова А.А. Региональные аспекты формирования современной корпоративной культуры. Автореф. дис. ... канд. культурологии. Нижневартовск, 2011. 26 с.
 13. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. СПб: Питер. 2002. 336 с.
 14. Юрасов И. Корпоративная культура на местах. *Журнал управления компанией*. 2006. №5. С. 51–55.

References

1. Lucas, H. (2005). *Information Technology: Strategic Decision Making for Managers*: Wiley.
2. Archibal'd, R.D. (2004) *Upravlenie vysokotekhnologichnymi programmami i proektami*. [Management of high-tech programs and projects]. DMK Press-AjTi. Moscow. Russia.
3. Bazarov, T.Ju. (2013). «Organizational culture and loyalty». *Upravlenie korporativnoj kul'turoj*. Vol. 01(17), pp. 32-43.
4. Belousova, M.Ju. (2004). «The structure of corporate culture in its management system». *Kul'tura: upravlenie, jekonomika, pravo*. Vol. 4, pp. 40–43.
5. Ivanova, T.B., Zhuravljova, E.A. (2011). *Korporativnaja kul'tura i jeffektivnost' predprijatija: Monografija*. [Corporate culture and enterprise efficiency: Monograph.]. RUDN. Moscow. Russia.
6. Kapitonov, Je. A. & other. (2005). *Korporativnaja kul'tura: teorija i praktika* [Corporate culture: theory and practice]. Al'fa-Press. Moscow. Russia.
7. Laricheva, E.A. (2004). «Comparative analysis of corporate, innovative culture and production culture». *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*. Vol. 5, pp. 25-32.
8. Lejkina, Ja.V. (2009). «Corporate culture architecture». *Upravlenie korporativnoj kul'turoj*. Vol. 4, pp. 258-265.
9. Ovchinnikov, M.A. (2004). *Korporativnaja kul'tura v sisteme social'nogo upravlenija*. [Corporate culture in the system of social management]. Ph.D. Thesis. Moscow. Russia.
10. Nazarenko, M.A. & other. (2013). «Organizational culture in the personnel management system». *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij*. Vol. 7, pp. 153-161.
11. Orlov, E.S. (2008). «Corporate culture planning». *Upravlenie razvitiem personala*. Vol. 4, pp. 332-337.
12. Rychkova, A.A. (2011). *Regional'nye aspekty formirovanija sovremennoj korporativnoj kul'tury*. [Regional aspects of the formation of modern corporate culture]. Ph.D. Thesis. Nizhnevartovsk. Russia.
13. Shejn, Je.X. (2002). «Organizacionnaja kul'tura i liderstvo». [Organizational culture and leadership]. Piter. St. Petersburg. Russia.
14. Jurasov, I. (2006). «Local corporate culture». *Zhurnal upravlenija kompaniej*. Vol. 5, pp. 51-55.

Стаття надійшла до редакції 25.12.2019 р.