

А. В. Спасенко
студ. IV курсу
спеціальність «Менеджмент»
Науковий керівник: д. е. н., проф. Є. І. Масленніков

УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗВИЧОК У РОЗРІЗІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний світ наповнений різними викликами, що вимагає від підприємства зміни не тільки організаційної та економічної структури, а й корпоративної культури – система цінностей та переконань, що розділяються кожним робітником та визначає його поведінку та роботу всього підприємства [1].

З визначення випливає важливість ролі людини у системі управління підприємством. Так, цінності та переконання людини можуть вплинути на індивідуальні показники успішності, імідж компанії через спілкування з клієнтами та іншими партнерами, а також на персонал компанії. Відповідно від менеджменту буде вимагатись структура корпоративної культури, що передбачатиме дотримання цінностей компанії.

На нашу думку, ключовим фактором успішності її здійснення є впровадження системи формування звичок у працівників. Щоб краще зрозуміти варто розглянути термін «звичка» – особлива форма поведінки людини, яка виявляється у схильності до повторення однотипних дій у подібних ситуаціях [2]. Відповідно до цього варто розглянути 4 основні етапи її формування:

1. Стимул: Це зовнішній або внутрішній сигнал, який активує звичку. Наприклад, прокинутися вранці може бути стимулом для пиття кави.

2. Бажання: Це бажання або прагнення виконувати звичку, викликане сигналом та очікуваною винагородою. Наприклад, бажання отримати енергію від кави може бути бажанням, яке стимулює випити кави.

3. Реакція: Це сам процес виконання звички. Наприклад, випити каву після прокидання – це рутинна, яка відбувається відразу після отримання стимулу.

4. Винагорода: Це задоволення або користь, яку ви отримуєте від виконання звички. Наприклад, енергія та настрій, які ви отримуєте від кави, можуть бути вашою винагородою [3].

Працівники дуже схильні також і до шкідливих звичок, звичайним прикладом можна розглянути перегляд телефону на робочому місці:

1. Стимул: Отримання повідомлення на смартфоні або відчуття нудьги може бути стимулом для перевірки телефону.

2. Бажання: Бажання перевірити повідомлення або бажання отримати нову інформацію може бути підтримуючим фактором для перевірки телефону.

3. Реакція: Реакція на стимул може бути рутинною перевірки телефону, прокручування стрічки повідомлень або відповіді на них.

4. Винагорода: Винагородою може бути задоволення від отримання нової інформації, спілкування з друзями або просто відчуття з'єднання зі світом.

Відповідно керівництво повинно впроваджувати певні рішення стосовно зменшення впливу шкідливих звичок на працівників, не тільки шляхом обмежень у вигляді позбавлення премії, але й нав'язуванням робітникам системи формування корисних звичок.

Розуміння цих законів дають можливість на основі них створити корпоративну культуру, яка буде заохочувати працівників до досягнення цілей підприємства, отже розглянемо деякі приклади:

1. Закон стимулу: Для співробітників можна створити стимули, які спонукають до певних корисних звичок. Наприклад, встановлення регулярних нагадувань або рутинних процедур для виконання певних завдань. Крім того, можна створити спеціальні «зони стимулювання», де співробітники отримують необхідні інструменти або ресурси для виконання роботи.

2. Закон бажання: Важливо підтримувати бажання співробітників досягати нових висот та досягнень. Для цього можна створити програми навчання та розвитку, які стимулюватимуть бажання здобувати нові знання та навички. Також можна проводити регулярні заходи для відзначення успіхів та досягнень співробітників.

3. Закон реакції: Для формування ефективних робочих звичок важливо створити стандартизовані процедури та рутини, які повинен виконати працівник. Це може включати в себе встановлення чітких кроків для виконання рутинних завдань, використання спеціальних інструментів або програмного забезпечення для автоматизації процесів роботи.

4. Закон винагороди: Для мотивації співробітників до виконання певних звичок можна використовувати систему винагород. Наприклад, можна встановити програму бонусів або премій для тих, хто досягає певних цілей або показників продуктивності. Також важливо надавати публічне визнання та похвалу співробітникам за їхні досягнення.

Одним із прикладів формування корпоративної культури під час глобальних викликів можна вважати компанію Quarks. Основна увага в компанії приділяється комунікації: «З перших днів війни ми розуміли, що дистанціювання керівників неминуче призведе до змін корпоративної культури. Саме тому ми впровадили щомісячні презентації, на яких CEO Іван Ролік розповідає про вектори розвитку компанії та плани на перспективу» [4].

Впровадження системи формування звичок у корпоративній культурі підприємства може стати ефективним інструментом для покращення продуктивності, мотивації та загального благополуччя команди. За допомогою використання чотирьох законів формування звичок – стимулу, бажання, реакції та винагороди – підприємство може створити сприятливе середовище, де співробітники природно розвиватимуть корисні робочі звички.

Впровадження такої системи дозволить підвищити рівень самодисципліни, концентрації та ефективності у роботі, що в свою чергу призведе до поліпшення результатів підприємства. Зростання мотивації, внутрішньої мотивації та загального самопочуття працівників також сприятиме зниженню стресу та підвищенню задоволення від роботи. Таким чином, впровадження системи формування звичок у корпоративну культуру підприємства може стати ключовим фактором у досягненні успіху та стабільного розвитку організації.

Список використаної літератури

1. Корпоративна культура в системі управління персоналом / Є. І. Масленніков, А. А. Кашубський. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 5 (2). С. 41–45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2016_5%282%29__12
2. Звичка [Архівовано 4 травня 2021 у Wayback Machine]. *Українська мала енциклопедія* : 16 кн. : у 8 т. / проф. Є. Онацький. Накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині. Буенос-Айрес, 1959. Т. 2, кн. 4 : Літери Ж – Й. С. 485.
3. Атомні звички. Легкий і перевірений спосіб набути корисних звичок і позбутися звичок шкідливих / Дж. Клір, Рік Рубін, Дж. Ловлесс. 2018.
4. Speka.media/Справжність та турбота. Як змінювалась корпоративна культура ІТ-компаній за війни. URL: <https://speka.media/spravznist-ta-turbota-yak-zminyuvalas-korporativna-kultura-it-kompanii-za-viini-98xrmv>