

Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра менеджменту і маркетингу

КУРСОВА РОБОТА

з «Менеджменту і адміністрування»

на тему: Формування організаційної культури

Студента/ки III-го курсу М 02-21 групи
першого (бакалаврського) рівня
освітньої програми
Менеджмент комерційної діяльності
за спеціальністю 073 Менеджмент
Гончаренка Дмитра Васильовича
(прізвище та ініціали)

Керівник доц., к.е.н.
Глівінська Ю.В.

Національна шкала _____

Кількість балів:

Оцінка: ЄКТС _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ	4
1.1.Сутність та значення організаційної культури для підприємства	4
1.2.Методи формування організаційної культури	7
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВ «НОВА ПОШТА».....	10
2.1. Загальна характеристика підприємства	10
2.2 Формування організаційної культури на підприємстві.....	14
2.3. Пропозиції для удосконалення організаційної культури підприємства.....	17
ВИСНОВКИ.....	21
RESUME.....	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	23
ДОДАТКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВСТУП

Сучасна ділова атмосфера визначається не тільки фінансовим успіхом та конкурентоспроможністю компаній, але і суттю їхньої організаційної культури. Організаційна культура є важливим фактором, що впливає на ефективність, інноваційність та взаємовідносини в межах організації. Її формування та розвиток визначають не тільки працівники, але й стратегія, цінності та підходи до управління, що складає невід'ємну частину успішного функціонування будь-якої організації.

Актуальність вивчення цього явища полягає в тому, що в умовах стрімкого розвитку технологій, глобалізації та змін в економічному середовищі, формування ефективної організаційної культури стає необхідністю для забезпечення сталого розвитку підприємств.

Мета даної курсової роботи полягає в ретельному розгляді процесів формування та розвитку організаційної культури, визначенні ключових чинників, які впливають на її становлення, а також розгляді взаємозв'язку між організаційною культурою та стратегією підприємства.

Об'єктом курсової роботи є організаційна культура як система цінностей, переконань, норм та традицій, що формується всередині підприємства.

Предметом дослідження є процеси формування та впровадження організаційної культури, їх особливості на підприємствах.

У процесі дослідження використовувались як кількісні, так і якісні методи аналізу: аналіз офіційних документів, аналіз статей та довідників. Написання курсової роботи базується на дослідженні та використанні наукових праць та публікацій в області менеджменту, організаційної психології, а також на відомостях про реальний досвід формування організаційної культури на підприємстві.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність та значення організаційної культури для підприємства

Організаційна культура підприємства – це система загальних прийнятих цінностей, переконань, норм, звичаїв і поведінкових стандартів, що визначається та підтримується усіма членами організації. Це невидимий, але потужний фактор, який впливає на сприйняття та поведінку працівників, а також на ефективність організації в цілому.

Організаційна культура має значний вплив на продуктивність та ефективність всієї організації. Той факт, що цінності і відносини всередині компанії відносно постійні навіть при певних змінах і нестабільному зовнішньому середовищі, є результатом того, що ефективна діяльність організації безпосередньо залежить від її культури. Таким чином, керівництво організації здатне швидко приймати ефективні рішення і вирішувати складні завдання, а організація має високу здатність адаптуватися до змін. На думку експертів, корпоративна культура є дуже важливим фактором у процесі подолання кризових явищ на підприємстві – підтримка командного духу, згуртованість колективу і прихильність спільній справі відіграють одну з важливих ролей у важкий період роботи [1].

Організаційна культура для підприємства є ключовим аспектом, який визначає спосіб життя та взаємодії всередині організації. Вона формує спільні цінності, встановлює стандарти поведінки та стає основою для побудови ідентичності співробітників. Організаційна культура визначає сприйняття місії та візії компанії, впливає на рівень комунікації та співпраці між працівниками [13].

Культура визначає якість та ефективність комунікації всередині організації. Здатність до відкритої та чесної співпраці сприяє вирішенню проблем, які виникають у ході роботи та створює позитивне робоче середовище. Крім того, вона

є фактором, який впливає на залучення та утримання талановитих співробітників, адаптацію до змін у бізнес-середовищі та створення продуктивного робочого середовища. Загалом, організаційна культура визначає корпоративний стиль життя підприємства та відіграє важливу роль у досягненні стратегічних та операційних цілей.

Сильна корпоративна культура виражається у наступному:

- спільні інтереси – більшість співробітників і менеджерів поділяють спільні цінності і методи ведення бізнесу. Наприклад, на щомісячних зустрічах існує консенсус, і всі швидко домовляються. Для досягнення таких результатів необхідно проводити постійну роботу з персоналом для отримання достовірної інформації всередині організації, проводити регулярні опитування, спостерігати за питанням оплати праці, організацією роботи на робочому місці, стилем управління, автономією;
- адекватність обраної стратегії – цілі компанії не суперечать корпоративній культурі;
- адаптивність культури. Ця характеристика визначає чутливість організації до змін зовнішнього середовища і її здатність ефективно працювати в довгостроковій перспективі [9].

Культура організації здійснює значний вплив на управління персоналом, оскільки саме працівники є носіями культури. Таким чином, сильна культура – це не тільки гарантія ефективних внутрішньо-корпоративних комунікацій, а й запорука налагодження зовнішніх зв'язків. Таким чином, можна встановити залежність результатів діяльності компанії від організаційної культури, яка виявляється у стилі керівництва, досвіді та рівні освіти працівників, системі комунікацій, умовах робочого середовища та способах взаємодії з клієнтами [5].

«Культура їсть стратегію на сніданок» — це відома цитата легендарного консультанта з менеджменту та письменника Пітера Друкера. Він зазначав, що потужна культура, що надає повноважень, була надійнішим шляхом до успіху організації [17].

Протягом багатьох років було розроблено низку моделей, які допомагають картографувати культуру. Гаррісон і Х.Хенді, наприклад, розробили подібні моделі, засновані на ідеї чотирьох рамок або грецьких богів. Однак недоліком цієї моделі є те, що вона, можливо, надто проста [17].

Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в системі соціальної відповідальності досліджувала вітчизняний науковець О.Грішнова [6].

Організаційна культура надає співробітникам організаційну ідентичність, визначаючи уявлення про компанію, є важливим джерелом стабільності й наступності, що створює в її співробітників почуття безпеки. Знання організаційної культури допомагає новим працівникам правильно інтерпретувати події, що відбуваються в організації, визначаючи істотний контекст подій, які інакше залишалися б незрозумілими.

Організаційна культура включає три основні елементи: місію організації, базові цілі організації та кодекс поведінки. Але при всій значимості трьох основних елементів організаційної культури, її цінності й норми ними не вичерпуються. Адже організаційна культура містить у собі також правила й ритуали ділового й позаслужбового спілкування, а також усі засоби збереження й відтворення організаційної культури в умовах неминучої зміни поколінь керівників і рядових працівників: традиції, міфологія, особлива мова [14].

Отже, організаційна культура є не лише набором цінностей та підходів, але й ключовим елементом успішності підприємства. Вона визначає спільні переконання, стандарти поведінки та спосіб взаємодії серед працівників. Значущість цієї культури полягає в тому, що вона створює спільний ідентифікаційний код для колективу, підтримує робочий ентузіазм, визначає норми та стандарти, а також впливає на позитивний імідж компанії.

1.2. Методи формування організаційної культури

Вивчення та розуміння методів формування організаційної культури є критично важливим етапом для керівництва підприємства та фахівців у сфері управління персоналом. Організаційна культура визначає, як працівники сприймають та взаємодіють у робочому оточенні, що має прямий вплив на їхню продуктивність та відданість компанії.

Організаційна культура може формуватися: спонтанно – під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів навколишнього середовища і свідомо – на основі стратегії розвитку компанії. Якщо формування організаційної культури не відбувається свідомо, це призведе до затримки процесу, і кінцеві характеристики організаційної культури можуть частково або повністю не відповідати умовам зовнішнього середовища і стратегічному плану керівництва [15].

Існує 4 основних підходи до формування організаційної культури:

- внутрішній, заснований на виборі місії;
- соціальний, зміст якої орієнтовано в основному на внутрішнє середовище організації;
- символічний підхід;
- захоплюючий підхід, спрямований на створення системи мотивації персоналу [12].

Основна ідея внутрішнього підходу полягає у формуванні своєї культури, визначенні чіткої місії та цілей. Цей процес спрямований на створення внутрішньої єдності і спільної спрямованості на досягнення цілей.

Соціальний підхід зосереджений на внутрішньому середовищі організації. Цей підхід акцентує взаємодію між співробітниками, командною роботою та взаємними стосунками. Його реалізація полягає у створенні програм та ініціатив для підтримки командної роботи, розвитку лідерських якостей та збереження позитивного внутрішнього клімату.

Символічний підхід полягає у формуванні організаційної культури через використання символів, обрядів та специфічних знаків, які висвітлюють цінності та ідентичність організації. Символами є логотипи, гасла, корпоративні події, які підкреслюють цінності та спільний напрямок.

Захоплюючий підхід, спрямований на створення системи мотивації персоналу, полягає у визнанні та заохоченні працівників через систему мотивації. За допомогою цього методу впроваджуються системи винагород та визнання, створюються можливості для професійного розвитку, що сприяє задоволенню та мотивації працівників.

Формування організаційної культури є складним та багатограним процесом, який включає в себе різноманітні методи та підходи. Керівництво виступає ключовим фактором у формуванні культури.

Існує метод, який полягає у забезпеченні оптимального добору персоналу. Процес рекрутингу та відбору повинен враховувати не лише технічні навички, але й відповідність культурним цінностям.

Важливим також є забезпечення ефективної системи внутрішньої комунікації, що сприяє розумінню та усвідомленню цінностей та мети організації. Створення умов для взаємодії та спільноти серед працівників.

Ще один метод формування організаційної культури – створення системи винагород та визнання, яка відзначає працівників, які внесли вагомий вклад у розвиток культури.

Ключовим елементом є активна участь керівництва в процесі формування культури та прийняття рішень, спрямованих на вирішення проблем. Запровадження систем навчання та розвитку для працівників сприяє формуванню спільних цінностей та стандартів. Комунікаційні канали повинні бути відкритими та доступними для всіх, щоб сприяти обміну ідеями та врахуванню думок працівників. Такі фактори, як постійний моніторинг та аналіз ефективності впроваджених змін дозволяють вчасно реагувати та вдосконалювати стратегії формування організаційної культури.

Отже, процес формування організаційної культури підприємства є важливим етапом його розвитку. Цей процес потребує визначення цілей компанії та може бути швидше реалізований за допомогою стратегії. Проте підприємство може стикатися з різними викликами і управління ними вимагає уваги до деталей, стратегічного планування та врахування унікальних особливостей самої організації.

РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВ «НОВА ПОШТА»

2.1. Загальна характеристика підприємства

«Нова пошта» – українська приватна компанія з логістики, лідер експрес-доставки за обсягами доставлених посилок в Україні. Компанія надає бізнесу і приватним особам повний спектр логістичних та пов'язаних з ними послуг. Заснована у 2001 році у м. Полтаві.

«Нова пошта» є товариством з обмеженою відповідальністю. Учасники ТОВ несуть відповідальність за зобов'язаннями компанії лише у межах свого внеску до статутного капіталу. Їхні особисті активи залишаються непорушеними в разі боргів або зобов'язань компанії.

Добовий рекорд кількості поштових відправлень «Нової пошти» був зафіксований в грудні 2021 року, коли їх кількість за добу склала – 1,8 млн.

За 2021 рік компанія доставила 372 млн посилок та вантажів. За даними Нової пошти за 6 місяців 2022 року компанія доставила 113 млн посилок та вантажів. «Нова пошта» є також лідером в Україні за швидкістю доставки – до 24 годин між великими містами та до 48 годин між районними центрами.

Станом на серпень 2022 року компанія має найбільшу в Україні мережу, яка налічує 8500 відділень та 13600 поштоMATів по всій країні [8].

В першій половині 2022 року, «Нова пошта» започаткувала нову послугу – 3PL контрактну логістику та розширила кількість складів у рамках послуги фулфілменту. Відкрито склади у п'яти містах України: поблизу Києва, у Львові, Вінниці, Кропивницькому та Дніпрі.

«Нова пошта» є одним із найбільших в Україні роботодавців, станом на квітень 2022 року в компанії працювало понад 30000 осіб, а також приблизно 10 000 осіб працюють у партнерських відділеннях.

«Нова пошта» входить до ТОП-20 найбільших платників податків в Україні. За 2021 рік ця група компаній перерахувала до бюджетів усіх рівнів країни 6,4 млрд гривень податків і зборів, а за 6 місяців 2022 року – 2,9 млрд грн.

"Нова Пошта" працює з малим, середнім і великим бізнесом. У своїй роботі "Нова Пошта" неухильно дотримується трьох базових принципів: надійність, сучасні методи сортування вантажів, які гарантують їх збереження, а також своєчасну і точну доставку, швидкість. Компанія має унікальну схему організації внутрішньої логістики, сучасний парк вантажних автомобілів та широку мережу відділень [8].

Засновники ТОВ «Нова пошта»: Вячеслав Климов, Володимир Поперешнюк та Інна Поперешнюк.

Конкурентами ТОВ «Нова пошта» є АТ «Укрпошта» та доставка «Meest». Хоча, за показниками та опитуваннями ТОВ «Нова пошта» користується найбільшою популярністю.

Основними напрямками діяльності ТОВ «Нова пошта» є надання комплексу логістичних послуг, а саме:

- експрес доставка документів, посилок та великогабаритних вантажів;
- поштово-кур'єрські послуги підприємствам, організаціям та окремим громадянам;
- послуги пакування;
- надання вантажно-розвантажувальних послуг, складування та зберігання;
- інша допоміжна діяльність у сфері транспорту [4], [10].

Організаційна структура ТОВ «Нова пошта» наведена на рисунку 2.1.

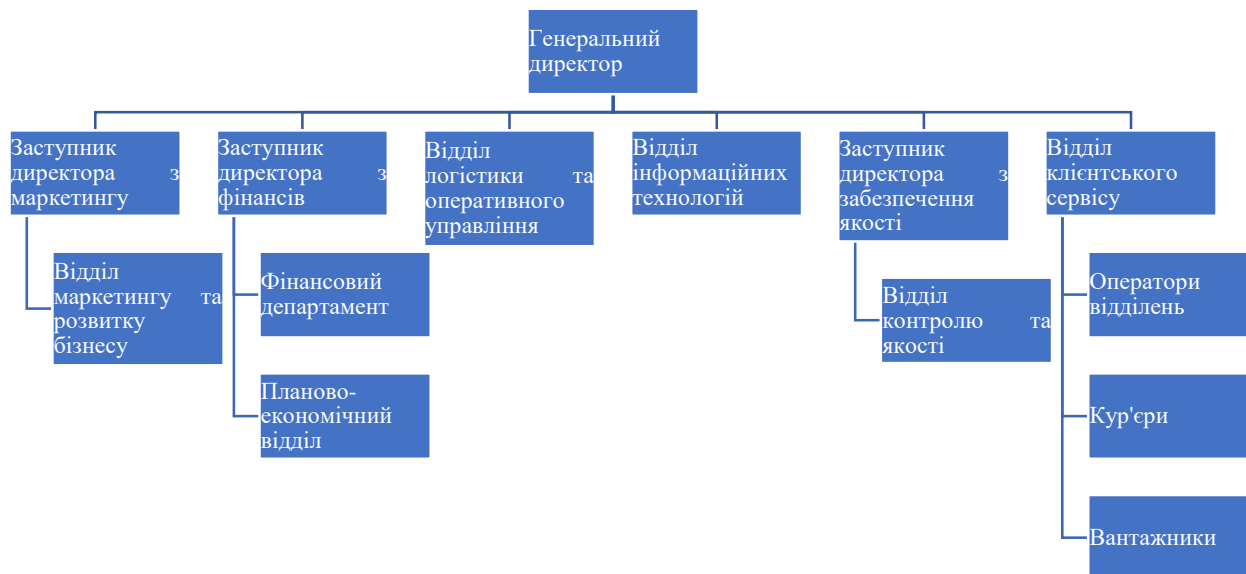


Рис.2.1. Організаційна структура ТОВ «Нова пошта»

Управління персоналом та мотивація грають ключову роль у досягненні успіху підприємства. У ТОВ "Нова пошта" використовують такі підходи до управління персоналом та аспекти мотивації:

1. Встановлення програм розвитку кар'єри для працівників, що дозволяє їм зростати в компанії. Забезпечення можливостей для професійного навчання та отримання нових навичок.
2. Сприяння прозорості та відкритості в управлінні. Регулярні зустрічі з керівництвом для обговорення стратегічних питань та ідей працівників.
3. Забезпечення гнучких графіків роботи для підтримки балансу між роботою та особистим життям працівників.
4. Впровадження привабливих систем винагород та бонусів за досягнення конкретних цілей.
5. Організація командних заходів та корпоративних подій для підтримки командної роботи та сприяння позитивному спілкуванню.
6. Встановлення системи визнання досягнень працівників, наприклад, вручення премій або подяк на зборах колективу.
7. Створення комфортного та стимулюючого робочого середовища, що сприяє творчості та інноваціям.

8. Залучення працівників до процесів прийняття рішень щодо їхньої роботи та удосконалення бізнес-процесів.

У таблиці 2.1. наведено основні результати господарської діяльності організації за 2020-2021 рр. Фінансова звітність ТОВ «Нова пошта» та баланс підприємства наведені у Додатку А та Додатку Б.

Таблиця 2.1

Основні результати господарської діяльності організації за 2020-2021 рр.

Показники	2020	2021	Зміни	
			Σ %	
			абсолютне	відносне
Чиста виручка від реалізації, тис.грн.	16902857	20843502	3940645	23,313
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	12877086	16441004	3563918	27,676
Чистий прибуток (збиток), тис.грн.	991292	2600320	1609028	162,316
Вартість майна, тис.грн.	5168079	7300383	2132304	41,259
Вартість основних фондів, тис.грн.	2108977	3351500	1242523	58,915
Вартість необоротних активів, тис.грн.	2880117	4583693	1703576	59,149
Вартість оборотних коштів, тис.грн.	2287962	2716690	428728	18,738
Чисельність робітників, чол.	27176	29790	2614	9,619
Продуктивність праці штатних працівників, грн.	36,47674419	87,2883518	50,81	139,298
Сума фінансових ресурсів, тис.грн.	1271410	2186904	915494	72,006
у т.ч.				
- власних;				
-позикових	3896669	5113479	1216810	31,227
Витрати на заробітну плату	4334958	5460258	1125300	25,959
Рентабельність за чистим прибутком	5,864641699	12,47544678	6,61	112,723
Рентабельність за операційним прибутком	31,51094516	38,6718988	7,16	22,725

Джерело: розроблено автором за даними [2], [3], [11], [16].

Отже, аналізуючи дану таблицю, можна виділити декілька ключових аспектів щодо фінансової діяльності підприємства за період 2020-2021 років:

- збільшення чистої виручки від реалізації на 23,31% вказує на успішну реалізацію продукції та позитивний ринковий розвиток;
- зростання собівартості реалізованої продукції на 27,68% свідчить про збільшення витрат на виробництво або зміни в структурі виробничих витрат;
- чистий прибуток значно зріс на 162,32%, що свідчить про високу ефективність діяльності та можливо про впровадження оптимізаційних заходів;
- зростання цих показників: вартість майна, основних фондів, необоротних та оборотних активів свідчить про розширення активів підприємства, можливо, через інвестиційні проекти чи розвиток виробництва;
- збільшення чисельності працівників на 9,62% може бути пов'язане із розширенням бізнесу. Значний ріст продуктивності праці на 139,30% свідчить про ефективне використання працівників;
- загальна сума фінансових ресурсів зросла на 72,01%, що може свідчити про успішне залучення та ефективне використання фінансових засобів;
- рентабельність за чистим та операційним прибутком зросла, що свідчить про ефективну фінансову управлінську діяльність.

Узагальнюючи, можна зазначити, що підприємство знаходиться в успішному фінансовому стані з ознаками стабільного росту та високої рентабельності.

2.2 Формування організаційної культури на підприємстві

Формування організаційної культури на підприємстві є ключовим аспектом сучасного управління та визначає успішність підприємства в конкурентному бізнес-середовищі. Організаційна культура визначає спосіб думання, взаємодії та цінності колективу, впливаючи на працівників на всіх рівнях.

Кроки та підходи, які використовуються при формуванні організаційної культури у ТОВ «Нова пошта»:

- визначення цінностей та місії: розробка чітких цінностей та місії, які відображають основні принципи та цілі компанії;
- участь працівників: залучення працівників до процесу формування культури, проведення обговорень та робочих сесій;
- комунікація: ефективна комунікація цінностей та цілей компанії на всіх рівнях. це включає в себе внутрішні комунікаційні кампанії, брифінги;
- створення культурних заходів: організація заходів та ініціатив, спрямованих на підтримку певних аспектів організаційної культури;
- формування лідерської ролі: визначення лідерів, які відображають і підтримують цінності компанії та виступають як приклад для інших;
- навчання та розвиток: впровадження системи навчання, спрямованої на формування ключових компетенцій та визначених цінностей;
- звітування та оцінка: регулярне звітування та оцінка організаційної культури для визначення прогресу та визначення областей для вдосконалення.

Місія ТОВ «Нова пошта» – надавати споживачам якісні послуги, перевершуючи їхні очікування та будувати стосунки на все життя.

Основна мета – стати національним лідером у наданні послуг та надати кінцевому споживачеві якісні послуги у всіх сферах його діяльності. Основний принцип роботи – орієнтація на споживачів, ефективність, якість процесів та розвиток співробітників.

У компанії є кодекс етики та правила поведінки працівників, а також кодекс одягу компанії, який не є надто обмежувальним: фірмова кепка, футболка і жилетка для холодних сезонів.

Стратегічна ціль кадрової політики ТОВ «Нова Пошта» – забезпечення оптимального балансу відсотків оновлення та збереження чисельного і якісного складу персоналу відповідно до потреб самої організації, вимог законодавства та станом ринку праці. Для досягнення високого рівня виробництва компанія

приділяє особливу увагу підбору персоналу. Основною вимогою є високий рівень професіоналізму, що підтримується вищою освітою та практикою.

Соціально-психологічний клімат у ТОВ «Нова пошта» характеризується стилем керівництва та взаєморозумінням працівників, рівнем залучення працівників до діяльності компанії, здатністю вирішувати конфлікти. Стиль управління у ТОВ «Нова пошта» демократичний. Кожен працівник має право висловити свою думку. Коли менеджери спілкуються з підлеглими, відбувається конструктивна бесіда.

У таблиці 2.2. наведений SWOT-аналіз організаційної культури у ТОВ "Нова пошта".

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз організаційної культури ТОВ "Нова пошта"

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> Компанія має інноваційну та відкриту для змін культуру, що сприяє розвитку нових ідей та процесів. Високий рівень комунікації та взаємодії. 	<ol style="list-style-type: none"> Існує недостатнє управління змінами, що може призвести до опору до нововведень та погіршення культурних аспектів.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> Посилення взаємодії та партнерства з клієнтами та партнерами може збільшити вплив компанії на ринку. Запровадження нових культурних ініціатив, які підтримують розвиток персоналу та покращення робочого середовища. 	<ol style="list-style-type: none"> Наявність деяких негативних відгуків, які можуть вплинути на репутацію та культуру компанії.

У висновку до таблиці можна зазначити, що компанія має значні сильні сторони, такі як інноваційна культура та високий рівень комунікації та взаємодії. Це створює позитивний фундамент для розвитку та підвищення конкурентоспроможності на ринку. З іншого боку, слабкі сторони, такі як недостатнє управління змінами, може викликати опір до нововведень та негативно позначитися на культурних аспектах компанії. Це є важливим аспектом для уваги та подальшого вдосконалення.

Щодо можливостей, посилення взаємодії та партнерства, а також впровадження нових культурних ініціатив відкривають двері для покращення репутації та розширення впливу на ринку.

З урахуванням загроз, важливо взяти до уваги наявність негативних відгуків, оскільки вони можуть вплинути на репутацію та культуру компанії. Моніторинг та ефективне управління цими аспектами є ключовим для подальшого успіху та стабільності компанії.

2.3. Пропозиції для удосконалення організаційної культури підприємства

Удосконалення організаційної культури підприємства є необхідним кроком для забезпечення його сталого розвитку та адаптації до змін у сучасному бізнес-середовищі. Організаційна культура впливає на ефективність та взаємодію працівників, тому постійне вдосконалення цього аспекту є важливим завданням для керівництва та команди підприємства.

Удосконалення організаційної культури має важливе значення для підприємств і організацій з кількох ключових причин:

- ефективна організаційна культура сприяє підвищенню продуктивності працівників. Високий рівень взаємодії та співпраці позитивно впливає на ефективність робочих процесів;
- культура, яка підтримує інновації, розвиток та гнучкість, є привабливою для талановитих працівників. Люди хочуть працювати на місцях, де їх цінують та де існує позитивне робоче середовище;
- якщо культура відображає цінності та мету компанії, працівники легше ідентифікуються зі спільними цілями та завданнями. Це сприяє чесності та спільній роботі для досягнення успіху;

- зміцнення культури допомагає виробленню ефективного лідерства та керівництва. Якщо керівництво відображає цінності компанії, то це стає прикладом для інших працівників;
- організаційна культура, яка сприяє гнучкості та відкритості до змін, робить компанію більш стійкою в умовах швидких технологічних чи економічних змін;
- зміцнення культури сприяє вдосконаленню комунікації в організації. Відкритий обмін інформації та ідей підвищує рівень взаєморозуміння та співпраці;
- позитивна культура створює сприятливе робоче середовище, що підвищує рівень задоволення праці та допомагає уникнути внутрішніх конфліктів.

Загалом, удосконалення організаційної культури є ключовим фактором для створення здорового, продуктивного та успішного бізнесу.

Рекомендації щодо підвищення корпоративної культури ТОВ «Нова Пошта»:

- покращити соціально-психологічний клімат в колективі;
- розробити регламент корпоративної культури;
- провести діагностику поточної корпоративної культури, а також рівня задоволеності співробітників.

Пропонується організація заходів для працівників ТОВ «Нова Пошта». У компанії, звичайно, проводяться свята, але не у всіх відділах це реалізується, і найчастіше з поганою організацією процесу. Керівництво компанії часто недооцінює важливість належної організації заходів. Тим часом їх планування повинно бути частиною загальної стратегії організації. Корпоративні свята можуть згуртувати колектив, оскільки характер цих свят є більш сприятливим для спілкування. В результаті цієї події важливо, щоб співробітники підвищили довіру до керівництва та мали можливість зустрітися зі своїми колегами в неформальному середовищі.

Також необхідна організація корпоративних заходів та конкурсів, створення, відродження та підтримка традицій. Одним із видів заходів, що підвищують корпоративну культуру організації є святкування дня народження компанії. День

народження компанії – це особливе святкування, яке символізує стабільність, міцність та надійність його розташування. Кожен новий день народження компанії - це новий етап у її діяльності та нові й нові досягнення, нові клієнти та успіхи [7].

Зважаючи на специфіку управління ТОВ "Нова пошта" та з метою конкретизації пропозицій для удосконалення організаційної культури, насамперед варто впровадити такі ініціативи:

- запуснути програми лідерського розвитку, включаючи тренінги та семінари для керівників, щоб вони були ефективними в ролі керівників з врахуванням цінностей компанії;
- створити "інноваційний пул" для працівників, які подають інноваційні ідеї, з нагородженням та можливістю реалізації проєктів;
- впроваджувати системи внутрішніх вебінарів або чат-каналу для відкритого обговорення стратегічних питань та подій в компанії.
- створити внутрішню освітню платформу для доступу до навчальних ресурсів та розвитку компетенцій.
- проводити щоквартальні опитування працівників з оцінки культури та створення плану подальших заходів на основі результатів;
- створити команди для організації корпоративних заходів, що сприяють об'єднанню колективу.
- впроваджувати програми гнучкого графіку та можливості дистанційної роботи для підтримки балансу між роботою та особистим життям.

Актуальним та потрібним рішенням також є створення цифрової платформи для збору ідей та відгуків працівників щодо робочого процесу та культурних аспектів.

Отже, удосконалення організаційної культури є важливим стратегічним кроком для підприємства, оскільки це сприяє створенню позитивного та ефективного робочого середовища. Вдосконалення культури підприємства визначає спільні цінності, стандарти поведінки та ставить акцент на розвиток

комунікації та співпраці. Це не лише залучає та утримує талановитих працівників, але і стимулює інновації, адаптацію до змін та покращує корпоративний бренд.

Узагальнюючи, удосконалення організаційної культури є ключовим елементом для досягнення стратегічних та операційних цілей підприємства в сучасному бізнес-середовищі.

ВИСНОВКИ

В результаті написання курсової роботи, автор дійшов наступних висновків:

1. Організаційна культура визначається комплексом цінностей, переконань, норм і практик, які формують робочий стиль та взаємовідносини в організації. Дослідження формування організаційної культури розкриває, наскільки важливим є цей аспект для успіху підприємства.

2. Організаційна культура є динамічним явищем, яке може змінюватися в залежності від ряду факторів, таких як зміни в керівництві, стратегії бізнесу чи зміна складу персоналу. Іншим важливим аспектом є те, що культура повинна відображати цілі та цінності організації, сприяти досягненню стратегічних завдань та стимулювати творчість та інновації.

3. Дослідження ролі керівництва в формуванні культури підтверджує, що лідери відіграють ключову роль у визначенні та утриманні організаційної культури. Їхні цінності та прийоми в керівництві мають суттєвий вплив на те, як працівники сприймають та адаптуються до культурного середовища.

4. Результати дослідження підкреслюють важливість взаємодії та комунікації в організаційній культурі. Спілкування та взаєморозуміння стають ключовими чинниками, що сприяють створенню єдиної команди та зміцненню соціальних зв'язків в колективі.

5. Успішна організаційна культура – це вагома конкурентна перевага, яка допомагає приваблювати талановитих працівників, забезпечує внутрішню стабільність та сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства. Формування та підтримка такої культури вимагає постійного вдосконалення та уваги з боку керівництва, але вона є інвестицією у сталість та успіх організації в довгостроковій перспективі.

RESUME

The term paper examines the formation and development of organizational culture in «Nova Poshta». The analysis includes an overview of the company's history, the structure of the organization and its key features.

This course work is aimed at revealing the key aspects, that determine the organizational culture at «Nova Poshta» and indicate its importance for achieving the company's strategic goals. It was determined that organizational culture is too important for the enterprise. The organizational culture at «Nova Poshta» is quite well developed, but several weaknesses and threats were found. That is why solutions and improvements were proposed to overcome these threats. The results of the study are useful for management that seeks to improve the efficiency and internal sustainability of its enterprise through the improvement of organizational culture.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гевко В.Л. Організаційна культура підприємства та особливості і умови її зміни. Економічна наука. Тернопіль. 2018. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2018/4.pdf (дата звернення: 27.11.2023)
2. Звіт Незалежного аудитора. ТОВ «Нова пошта». 2020. URL: <https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/Фінансова%20звітність%202020.pdf> (дата звернення: 27.11.2023)
3. Звіт Незалежного аудитора. ТОВ «Нова пошта». 2021. URL: <https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/Фінансова%20звітність%202021.pdf> (дата звернення: 27.11.2023)
4. Звіт про управління ТОВ «Нова пошта» за 2019 рік. URL: <https://static.novaposhta.ua/sitecard/misc/doc/Звіт%20про%20управління%202019.pdf> (дата звернення: 28.11.2023)
5. Лобза А.В., Карпук Д. Організаційна культура як елемент успіху компанії. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/48406450.pdf> (дата звернення: 28.11.2023)
6. О. А. Грішнова. Взаємозв'язок цінностей людини й цінностей організації в системі соціальної відповідальності. URL: file:///C:/Users/andre/Downloads/Chnch_ekon_2011_2_17.pdf (дата звернення: 29.11.2023)
7. О. В. Креденцер. Підприємницький тип організаційної структури. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/1841/1/КР39.pdf> (дата звернення: 29.11.2023)
8. Офіційний сайт компанії «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii (дата звернення: 29.11.2023)
9. Семененко О. В. Організаційна культура як соціальна підсистема культури підприємства. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/95/90> (дата звернення: 29.11.2023)
10. Сервіс перевірки контрагентів. ТОВ «Нова пошта». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/31316718/ (дата звернення: 29.11.2023)

11. Фінансова звітність ТОВ «Нова пошта». URL: <https://opendatabot.ua/c/31316718> (дата звернення: 29.11.2023)
12. Харчишина О.В. Формування організаційної культури підприємства. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/8459/1/Тези%20Польща%202011.pdf> (дата звернення: 29.11.2023)
13. Хомутенко Л.І., Вязовченко В.Є. Організаційна культура підприємства: теоретичні та практичні аспекти формування. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/53095/5/Khomutenko_Orhanizatsiina_kultura.pdf (дата звернення: 29.11.2023)
14. Шолохова К. Проблеми розвитку організаційної культури підприємства. Київ. Науковий вісник УМО. Економіка та управління. Випуск 6. 2019. URL: http://umo.edu.ua/images/content/institutes/imp/vydannya/visnyk_umo/ekonomika/V_6/Шолохова-економ.pdf (дата звернення: 29.11.2023)
15. Юськевич А.І., Легкий. О.А. Теоретичні аспекти організаційної культури та її місце в системі менеджменту підприємства. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/27.pdf (дата звернення: 29.11.2023)
16. Forbes. Нова пошта. URL: <https://forbes.ua/profile/nova-poshta-260> (дата звернення: 29.11.2023)
17. Management. URL: <https://www.managementcentre.co.uk/management-consultancy/culture-eats-strategy-for-breakfast/> (дата звернення: 29.11.2023)

Звіт про фінансові результати ТОВ «Нова пошта»



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
 Підприємство "НОВА ПОШТА" _____ Дата (рік, місяць, число)
 (найменування) _____ за ЄДРПОУ

Коди		
2021	01	01
31316718		

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
 За 2020 рік

I. Фінансові результати

Форма N2 Код за ДКУД

1801003

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	5	2000	16 902 857	13 453 318
Чисті зароблені страхові премії		2010	-	-
<i>премії підписані, валова сума</i>		2011	-	-
<i>премії, передані у перестраховання</i>		2012	-	-
<i>зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>		2013	-	-
<i>зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>		2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6	2050	(12 877 086)	(10 504 342)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами		2070	-	-
Валовий:				
прибуток		2090	4 025 771	2 948 976
збиток		2095	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>		2105	-	-
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>		2110	-	-
<i>зміна інших страхових резервів, валова сума</i>		2111	-	-
<i>зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>		2112	-	-
Інші операційні доходи	7	2120	166 643	145 518
у тому числі:				
<i>дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>		2121	-	-
<i>дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>		2122	-	-
<i>дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>		2123	-	-
Адміністративні витрати	8	2130	(1 469 141)	(1 244 681)
Витрати на збут	9	2150	(416 263)	(337 356)
Інші операційні витрати	10	2180	(768 703)	(488 313)
у тому числі:				
<i>витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>		2181	-	-
<i>витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>		2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток		2190	1 538 307	1 024 144

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
збиток		2195	-	-
Дохід від участі в капіталі		2200	-	-
Інші фінансові доходи	11	2220	687 882	493 080
Інші доходи		2240		-
<i>у тому числі:</i>				
<i>дохід від благодійної допомоги</i>		2241	-	-
Фінансові витрати	12	2250	(533 590)	(429 857)
Втрати від участі в капіталі		2255	-	-
Інші витрати	13	2270	(602 457)	(219 010)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>		2275	-	-
Фінансовий результат до оподаткування:				
прибуток		2290	1 090 142	868 357
збиток		2295	-	-
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	14	2300	(98 850)	(85 403)
Прибуток/(збиток) від припиненої діяльності після оподаткування		2305	-	-
Чистий фінансовий результат:				
прибуток		2350	991 292	782 954
збиток		2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Дооцінка/(уцінка) необоротних активів		2400	-	-
Дооцінка/(уцінка) фінансових інструментів		2405	-	-
Накопичені курсові різниці		2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств		2415	-	-
Інший сукупний дохід		2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування		2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом		2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування		2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)		2465	991 292	782 954

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Матеріальні затрати		2500	1 439 947	1 328 450
Витрати на оплату праці		2505	4 529 467	4 202 519
Відрахування на соціальні заходи		2510	951 549	824 113

Стаття	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Амортизація		2515	930 615	675 301
Інші операційні витрати		2520	7 679 615	5 544 309
Разом		2550	15 531 193	12 574 692

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Примітки	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4	5
Середньорічна кількість простих акцій		2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій		2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію		2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію		2650	-	-

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи	16	1000	104 485	108 324
первісна вартість		1001	195 854	199 978
накопичена амортизація		1002	(91 369)	(91 654)
Незавершені капітальні інвестиції	17	1005	437 370	701 136
Основні засоби	15	1010	2 108 977	3 351 500
первісна вартість		1011	3 101 898	5 182 319
знос		1012	(992 921)	(1 830 819)
Інвестиційна нерухомість		1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості		1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості		1017	-	-
Довгострокові біологічні активи		1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів		1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів		1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств		1030	-	-
інші фінансові інвестиції	18	1035	100 639	100 639
Довгострокова дебіторська заборгованість		1040	-	-
Відстрочені податкові активи	19	1045	89 651	131 634

Актив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Гудвіл		1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати		1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах		1065	-	-
Інші необоротні активи	20	1090	38 995	190 460
Усього за розділом I		1095	2 880 117	4 583 693
II. Оборотні активи				
Запаси	21	1100	96 635	188 871
Виробничі запаси		1101	96 635	188 221
Незавершене виробництво		1102	-	-
Готова продукція		1103	-	-
Товари		1104	-	650
Поточні біологічні активи		1110	-	-
Депозити перестраховування		1115	-	-
Векселі одержані		1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	22	1125	445 265	678 593
Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами	23	1130	172 415	53 432
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом у тому числі з податку на прибуток	24	1135	21 600	10 741
		1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів		1140	29 833	5 722
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків		1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	23	1155	587 721	848 238
Поточні фінансові інвестиції		1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	25	1165	921 223	917 065
Готівка		1166	4 144	47
Рахунки в банках		1167	680 375	790 419
Витрати майбутніх періодів	23	1170	13 270	14 028
Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в:		1180	-	-
резервах довгострокових зобов'язань		1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат		1182	-	-
резервах незароблених премій		1183	-	-
інших страхових резервах		1184	-	-
Інші оборотні активи		1190	-	-
Усього за розділом II		1195	2 287 962	2 716 690
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття				
		1200	-	-
Баланс		1300	5 168 079	7 300 383

Пасив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	26	1400	453	4 654
Внески до незареєстрованого статутного капіталу		1401	-	-
Капітал у дооцінках		1405	-	-
Додатковий капітал	27	1410	27 300	27 301
Емісійний дохід		1411	-	-
Накопичені курсові різниці		1412	-	-
Резервний капітал		1415	-	-
Нерозподлений прибуток (непокритий збиток)		1420	1 243 657	2 154 949
Неоплачений капітал		1425	-	-
Вилучений капітал		1430	-	-
Інші резерви		1435	-	-
Усього за розділом I		1495	1 271 410	2 186 904
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання		1500	-	-
Пенсійні зобов'язання		1505	-	-
Довгострокові кредити банків	28	1510	160 020	397 182
Інші довгострокові зобов'язання	28	1515	907 094	1 241 240
Довгострокові забезпечення		1520	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу		1521	-	-
Цільове фінансування		1525	-	-
Благодійна допомога		1526	-	-
Страхові резерви		1530	-	-
у тому числі:				
резерв довгострокових зобов'язань		1531	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат		1532	-	-
резерв незароблених премій		1533	-	-
інші страхові резерви		1534	-	-
Інвестиційні контракти		1535	-	-
Призовий фонд		1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту		1545	-	-
Усього за розділом II		1595	1 067 114	1 638 422
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	28	1600	-	-
Векселі видані		1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:				
довгостроковими зобов'язаннями	28	1610	1 179 572	1 447 572
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	29	1615	612 206	802 700
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	30	1620	343 819	408 141
у тому числі з податку на прибуток	30	1621	50 458	62 466
розрахунками зі страхування		1625	38 619	57 009
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці		1630	285 201	336 162
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами		1635	42 888	39 173

Пасив	Примітки	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	32	1640	39 440	43 500
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків		1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю		1650	-	-
Поточні забезпечення	31	1660	282 302	333 356
Доходи майбутніх періодів		1665	1 150	1 193
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків		1670	-	-
Інші поточні зобов'язання		1690	4 358	6 251
Усього за розділом III		1695	2 829 555	3 475 057
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та у вибуття		1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду		1800	-	-
Баланс		1900	5 168 079	7 300 383