***М. Б. Драпата,*** *студентка*

*Рівненський державний гуманітарний університет*

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СПОСІБ**

**УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

* 1. В процесі розвитку організації, що веде до змін та удоскона-лення діяльності підприємства, корпоративна культура виступає з’єднувальною ланкою. Завдяки комплексності вона, з одного боку, задає етику і естетику організації, обмеження і можли-вості, об’єднуючи її персонал; з іншого боку – можливість реа-лізації системоутворюючих функцій організації, її технологічні переваги і правила, і, нарешті, сприйняття і ставлення до вимог зовнішнього і внутрішнього середовища.

Для забезпечення успішного і ефективного впровадження змів

1. компанії і, в свою чергу, максимізувати цінність людських ресурсів, потрібне свідоме та цілеспрямоване управління корпо-ративною культурою. Здатність управляти корпоративною куль-турою повинна стати обов’язковим аспектом діяльності керів-ників, адже її правильне формування є істотним чинником успі-ху організації. Важливим є визначення правильної, найбільш

**- © ПУЕТ -** 25

підходящої для компанії корпоративної культури і її зміна від-повідно до поставлених пріоритетів.

Основними завданнями при управлінні корпоративною куль-турою є виділення її основних характеристик, ефективне регу-лювання ними, забезпечення єдності між базовими і вторинними характеристиками, запобігання конфліктів. Однак, управління корпоративною культурою неможливо без розуміння сутності цього поняття.

1. цілому корпоративну культуру можна визначити як сукуп-ність зв’язків, що підтримують організаційні відносини людей. Заснована корпоративна культура на формальних і неформаль-них правилах і нормах діяльності, що включають такі елементи, як стиль керівництва, звичаї, традиції, віру, символіку, особли-вості поведінки персоналу, показники задоволеності працівників умовами праці, перспективи розвитку тощо [3].

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки, які набуті, засвоєні організацією в процесі адаптації до зовніш-нього середовища та внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і поділяються більшістю членів організації. Ком-понентами корпоративної культури є прийнята система лідер-ства, стилі й методи вирішення конфліктів, діюча система кому-нікації, місце співробітника в організації, загальноприйнята символіка та традиції [2, c. 7].

Можемо сказати, що корпоративна культура – це свого роду візитна картка підприємства, оскільки вона є відображенням тих поглядів, яких дотримується керівництво компанії. Це багато-рівнева структура, компонентами якої є філософія компанії, загальнолюдські і ділові етичні стандарти, ієрархія виробничих відносин, поведінкові норми. Більшою мірою вона є елементом внутрішньої саморегуляції і самоконтролю, відданості праців-ників своєму підприємству, що досягається керівниками.

Успішний розвиток будь-якого підприємства, його висока конкурентоспроможність, здатність ефективно функціонувати багато в чому залежить від відданості його персоналу своїй ро-ботів, від того наскільки особисті цілі й потреби працівників збігаються зі стратегічними цілями, що стоять перед ним. Зна-чення корпоративної культури у формуванні та розвитку такої

26 **- © ПУЕТ -**

прихильності важко переоцінити, завдяки їй персонал починає ототожнювати себе і своє благополуччя з компанією і її успіш-ною роботою на ринку, що виражається в прагненні працювати навіть за меншу винагороду і з більшим навантаженням, при цьому максимально використовую свій потенціал. Прихильність персоналу компанії веде до об’єднання, згуртування для вирі-шення цілей, мотивує працівників докладати максимальні осо-бисті зусилля і підвищує лояльність – емоційну прихильність до колективу і підприємства.

Корпоративна культура, сформована з урахуванням поглядів та цінностей персоналу компанії, дозволяє підтримувати в орга-нізації сприятливий психологічний клімат, творчу атмосферу, що є одними з найважливіших стимулюючих нематеріальних чинників. Ідентифікуючи себе і свої життєві цілі з процвітанням та розвитком компанії, працівники можуть піти на деякі жертви матеріального плану заради того, щоб відчувати себе і залиша-тися членами її колективу.

Можна зробити висновок, що для забезпечення стабільного розвитку підприємства, досягнення поставлених цілей та підви-щення ефективності його діяльності, керівництву слід форму-вати та розвивати корпоративну культуру, яка, в свою чергу, буде відображати внутрішні та зовнішні інтереси компанії. Тіль-ки в такому випадку корпоративна культура стає інструментом управління персоналом і зможе виконувати ті функції, які мати-муть позитивний вплив на стан підприємства і взаємини його працівників. Вона повинна знаходитися в центрі постійної уваги керівників.

***Список використаних інформаційних джерел***

1. Воронкова А. Е. Корпорації: управління та культура : моно-графія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб’як, Е. Н. Коренєв, І. В. Ма-жура. – Дрогобич : Вимір, 2006. – 376 с
2. Дяченко Т. О. Взаємозв’язок розвитку корпорацій із застосу-ванням корпоративної культури / Т. О. Дяченко // Формуван-ня ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 10. – С. 7–10.
3. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефек-тивного менеджменту підприємства / В. В. Тарасова // Еконо-міка харчової промисловості. – 2013. – № 3(19). – С. 28–32.

**- © ПУЕТ -** 27

1. Чернишова Т. О. Деякі аспекти корпоративної культури орга-нізації / Т. О. Чернишова, Т. А. Немченко // Наукові праці КНТУ, Економічні науки. – Кіровоград : КНТУ, 2010. –

Вип. 17. – С. 25–31.