

ринкової економіки управління кадрами повинно набути системність і завершеність на основі комплексного рішення кадрових проблем, впровадження нових і вдосконалення існуючих форм та методів кадрової роботи [3].

Комплексний підхід до управління кадрами припускає урахування організаційно-економічних, соціально-психологічних, правових, технічних, педагогічних і інших аспектів в їх сукупності і взаємозв'язку при визначальній ролі соціально-економічних факторів. Системний підхід відображає врахування взаємозв'язків між окремими аспектами управління кадрами і виражається в розробці кінцевих цілей, визначенні шляхів їх досягнення, створенні відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування, організацію і стимулювання системи роботи з персоналом.

1. Хміль Ф. І. Управління персоналом : підручник / Ф. І. Хміль. – Київ : Академвидав, 2006. – 606 с.

2. Балабанова Л. В. Управління персоналом : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ : Професіонал, 2006. – 512 с.

3. Савельєва В. С. Управління персоналом : навч. посіб. / В. С. Савельєва, О. Л. Єськов. – Київ : Професіонал, 2005. – 336 с.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ханюкова К. О.

Науковий керівник – Волкова М. В., канд. екон. наук, доцент

Сучасні підприємства функціонують в умовах постійно зростаючого динамізму і мінливості ділового середовища. Це створює для підприємств необхідність постійних комунікацій з партнерами, споживачами, співробітниками. Зростання освіченості, кваліфікації, інформованості працівників і громадськості в цілому жадає від менеджменту використання більше складних і тонких методів управління, одним з яких є корпоративна культура підприємства.

Корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, взаємодіючих між собою, властивих даної компанії, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе й інших у соціальному й речовинному середовищі, що проявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе й навколишнього середовища [1].

Корпоративна культура охоплює більшу частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому моральні норми і цінності, прийнятий кодекс поведінки й укорінені ритуали, манера персоналу одягатися, встановлені стандарти якості продукту, що випускається.

Корпоративна культура – специфічна, характерна для даної організації система зв'язків, взаємодій і відносин, що здійснюються в рамках конкретної підприємницької діяльності, способу постановки й ведення справи [2].

Метою корпоративної культури є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства.

Корпоративна культура складається з ідей, основоположних цінностей і поглядів, розділяється всіма членами організації. Вона включає в себе і стиль поведінки, і стиль спілкування з клієнтами і колегами, і активність співробітників, їх зацікавленість, рівень мотивації і багато іншого.

В цілому корпоративна культура складається з трьох рівнів. Перший рівень (внутрішній) корпоративної культури визначається латентними, або прихованими, атрибутами. Це неписані правила взаємин співробітників, цінності працівників організації, певні правила, установки. Характерною особливістю цього рівня корпоративної культури є те, що атрибути, які утворюють його, мають особистісний характер, тому більшість їх не підлягає регламентам і декларуванню.

Другий рівень (базовий) визначається офіційними задекларованими принципами діяльності установи. Як правило, це місія організації, кодекс компанії (у тому числі моральний кодекс) та інші регламенти, в яких прописуються концептуальні, соціальні, моральні правила діяльності компанії на шляху до її успіху. Базовий рівень є унікальним сам по собі, бо він має характер транзитного сервера між внутрішнім і зовнішнім рівнем корпоративної культури [2].

Третій рівень (зовнішній) проявляється через фірмову символіку, корпоративні події, свідомі професійні традиції, які стають доступними не тільки для працівників підприємства, а насамперед популяризуються в суспільстві.

Формування корпоративної культури передбачає тривалий і складний процес, основними етапами якого є:

- визначення місії корпорації;
- визначення основних базових цінностей;
- формування правил поведінки працівників корпорації, виходячи з базових цінностей;
- розробка та описання традицій та символіки, що відображають усе вище перераховане.

Корпоративна культура – це інструмент управління, за допомогою якого можливо істотно впливати на результативність функціонування поведінки персоналу з метою досягнення високих результатів господарювання. Формування високого рівня корпоративної культури

повинне стати однією з найважливіших стратегічних цілей і ефективного розвитку сучасних підприємств.

1. Іванченко А.В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства / А.В. Іванченко // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2005. – № 4, Ч. 2, Т. 1. – С. 185-190. – Серія: Економічні науки.

2. Дмитренко М.Й. Формування корпоративної культури в цивілізаційних процесах соціуму / М.Й. Дмитренко // Вісник Черкаського університету. – Черкаси, 2011. – Вип. 200. – С. 185-190. – Серія: Філософія.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Байдик Ю.І.

Науковий керівник – Волкова М.В., канд. екон. наук, доцент

Сучасні перспективи економічного розвитку України пов'язуються з високотехнологічними й конкурентоспроможними підприємствами, господарська діяльність яких забезпечувала б розвиток національної економіки. Розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення ним стратегічних напрямків своєї діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях, тобто мають інноваційний характер. Саме інновації є тією рушійною силою, що здатна забезпечити довготривале економічне зростання.

У сучасному світі економічний розвиток країни визначається не стільки наявністю в ній природних і інших ресурсів, скільки здатністю суб'єктів господарювання даної країни до впровадження нових ідей. Це означає, що успіх мають ті країни, які активно впроваджують прогресивні технології, виготовляють нову продукцію тощо.

Інноваційну діяльність необхідно розглядати як один з основних засобів їхньої адаптації до постійних змін умов зовнішнього середовища. Інноваційна діяльність означає процес створення, впровадження і поширення інновацій. Сутністю інновації і інноваційної діяльності є зміни, які розглядаються як джерело доходу.

Під інновацією слід розуміти кінцевий результат діяльності по створенню і використанню нововведень, втілених у вигляді удосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують.

Інноваційна стратегія – це ціленаправлена діяльність щодо визначення важливих напрямків вибору пріоритетів перспективного інноваційного розвитку підприємства і вироблення комплексу заходів, що потрібні для їхнього втілення [1].