

чинником забезпечення ефективної діяльності малих підприємств, має інтегральний економічний ефект, від якого виграє не лише конкретне підприємство, але й країна в цілому.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
3. Податковий кодекс/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sts.gov.ua/nk/>

Волик М., ст. гр. ЕП 11ск
(науковий керівник Збаржевецька Л.Д., к.е.н., доц.)
Кіровоградський національний технічний університет

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА: ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ І ЕЛЕМЕНТИ

У розвитку організації людські ресурси відіграють ключову роль. Вони є головною запорукою конкурентоспроможності. Висока корпоративна культура необхідна не тільки в період стабільного розвитку організації, особливо корисна вона у разі виникнення конфліктних ситуацій у трудовій сфері. Саме в умовах визначеної корпоративної культури народжуються конструктивні і справедливі рішення.

Корпоративна культура – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації. Корпоративна культура це також спосіб і засіб створення організації, яка самостіно розвивається.

Ціль корпоративної культури – забезпечення високої дохідності фірми методом удосконалення управління людськими ресурсами, забезпечення лояльності працівників, виховання сприйняття компанії як власного дому, вирішення питань без конфліктів. Основні компоненти корпоративної культури – базові правила, цінності, спільна мова, легенди та символіка.

У структурі корпоративної культури можна виділити шість складових.

1. Домінантні цінності. Визначаються основні внутрішні цінності, яких мають дотримуватися і поділяти усі її члени (якість надання послуг, висока ефективність праці).
2. Філософія. Напрацьована організацією політика, що відображає її

уявлення про те, як варто поводитися з внутрішніми (тобто співробітниками) і зовнішніми клієнтами організації.

3. Норми. Чинні стандарти поведінки, що показують ставлення до праці.

4. Форми регулярної поведінки. Це форми взаємодії членів організації для вияву поваги або демонстрації прийнятної поведінки (загальна мова, термінологія, ритуали), які піддаються спостереженню.

5. Правила. В організації існують чітко встановлені правила поведінки. Щойно прийняті співробітники повинні їх засвоїти, щоб стати повноправними членами організації.

6. Організаційний клімат. Загальне враження, яке виникає від організації простору приміщення компанії, стилю керування, способу спілкування співробітників між собою, із клієнтами та іншими сторонніми особами.

Управління корпоративною культурою – це кропітка щоденна праця. Спочатку поведінка керівників та інших членів організації визначає і формує культуру, а потім культура організації визначає поведінку її співробітників.

За результатами опитування лідери неурядових організацій вважають, що корпоративну культуру для третього сектору насамперед визначають:

- 1) демократичні цінності;
- 2) стандарти надання послуг;
- 3) поведінка/етичні норми членів організації;
- 4) орієнтованість на клієнтів та соціальний попит на послуги організації;
- 5) можливості росту для персоналу та членів організації.

Отже, корпоративну культуру можна визначити як комплекс думок, еталонів поведінки, настроїв, символів, стосунків і способів ведення діяльності, що поділяються членами організації і обумовлюють індивідуальність організації.

Основним елементом корпоративної культури є її внутрішні цінності. До системи внутрішніх цінностей відносять основні положення й ідеї, прийняті в організації.

Система цінностей знаходить своє відображення у формулюванні місії організації. Місія організації враховує мету її діяльності, основні принципи, стиль, визначені зобов'язання стосовно клієнтів, персоналу, суспільства. Чітко представлені, сформульовані і зафіксовані в документах організації принципи і зобов'язання дозволяють згуртувати співробітників навколо спільних визначених завдань і цінностей та забезпечують найтісніший зв'язок між емоціями і поведінкою.

На форму і зміст системи цінностей впливають ряд факторів:

- реальний зміст конкретної діяльності;
- політичні і соціальні традиції країни, де знаходиться організація;
- особисті погляди співробітників організації.

Наявність настільки різнорідних факторів мала б викликати труднощі на шляху вироблення єдиних і універсальних для будь-якої організації принципів.

Однак експерти вказують на процес формування загальної, зручної і придатної корпоративної культури, яка зводиться до такого переліку:

- 1) завжди виконувати свої обов'язки на найвищому рівні компетентності;
- 2) брати на себе ініціативу і йти на ризик;
- 3) пристосовуватися до змін;
- 4) приймати рішення;
- 5) працювати в команді;
- 6) бути "відкритим" для інформації, знань, новин про потенційні або актуальні проблеми;
- 7) довіряти і бути гідним довіри;
- 8) поважати інших (клієнтів, колег, постачальників та ін.), а також самого себе;
- 9) відповідати за свої вчинки і приймати на себе відповідальність;
- 10) застосовувати критичний підхід і прислухатися до критики на свою адресу, винагороджувати і бути нагородженим залежно від результатів.

Отже, корпоративну культуру можна визначити як комплекс думок, еталонів поведінки, настроїв, символів, стосунків і способів ведення діяльності, що поділяються членами організації і обумовлюють індивідуальність організації.

Волуйко К.С. ст. гр. ЕП 12С

(науковий керівник Романюк Л.М., к.е.н., доц.)

Кіровоградський національний технічний університет

СУТНІСТЬ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Певні базові принципи і норми як грошової винагороди, так і соціальних пільг для найманих робітників закладені в законодавчих нормах кожної держави, однак розробка і провадження системи