

повага прав людини у діяльності компанії, операціях і ланцюжках постачання; ділова етика – підтримка етичних принципів у бізнесі та на робочому місці.

Висновки та пропозиції. Отже, для збереження спільних цінностей держави, бізнесу та суспільства важливу роль відіграє як державне регулювання діяльності підприємств, так і соціальна відповідальність підприємницьких структур, яка забезпечує ефективну реалізацію економічних, соціальних та екологічних важелів забезпечення розвитку підприємств. Окрім того, соціальна відповідальність підприємств потребує належного інвестиційного, організаційного та інституціонального забезпечення. Створення спільних цінностей – альтернативний погляд на практику підвищення фінансової ефективності корпорацій, який поєднує отримання прибутку із задоволенням суспільних потреб. Створення спільних цінностей не вирішує всі соціальні проблеми, але дає можливість компаніям на основі своїх професійних навичок і вмінь стати лідерами соціального прогресу. Зазначимо, що на даний час органи державної влади разом з бізнес-структурами у напрямку створення спільних цінностей повинні зосередити свою увагу, першу за все, на таких сферах як зайнятість населення, екологія та сільське господарство.

Використана література:

1. Свинчук А.А., Корнецький А.О. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. К: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 С.
2. Журнал. Екологія підприємства. Про корпоративну соціальну відповідальність. №9. 2017. URL: <http://ecolog-ua.com/articles/korporatyvna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst>.
3. Курицько Р. Про соціальну відповідальність бізнесу. 2014. URL: <http://csrjournal.com/839-chto-takoe-sob-chto-takoesocialnaja>.
4. Телешевська С.М. Про сталий розвиток та його складові. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/11419/1/Teleshevskaja.pdf>.
5. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1. С. 85–89. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vsed_2013_1_14.pdf.

Громко Л., к.е.н, доц.
СНУ ім. Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найважливіших умов ефективного функціонування сучасних підприємств є пошук результативних методів управління персоналом. Формування корпоративної культури є одним з ключових інструментів управлінського впливу на персонал. В умовах сьогодення в Україні корпоративній культурі не надається належної уваги з боку керівників підприємств. Проблемою в сучасних умовах залишається недостатня кількість фахівців з питань

формування та розвитку корпоративної культури, а також відсутність механізму поширення міжнародного досвіду у цій сфері.

Таким чином вирішення існуючих проблем в сфері управління персоналом на вітчизняних підприємствах неможливе без запровадження та застосування ефективних систем корпоративної культури.

Дослідженню корпоративної культури приділяли увагу багато науковців, зокрема Т. М. Алпеева, О.І. Бала, І.О. Дейнега, А.В. Зеркаль, Т. Г. Кіщак, В.В. Козлов, В.С. Шевченко, Т.О. Чернишова та інші. Вчені не дійшли спільної думки у трактуванні поняття «корпоративна культура». При визначенні змісту даного поняття в більшості випадків застосовують психологічні, нормативні історичні та функціональні аспекти. Досить часто при визначенні вищезгаданого поняття наводять перелік елементів корпоративної культури.

Вважаємо, що корпоративна культура – це система цінностей, принципів, норм, традицій, які взаємодіють між собою в організації, приймаються більшістю її працівників і виявляються в їх поведінці та взаємодії, як між собою, так із зовнішнім середовищем.

Аналізуючи чинники ефективності розвитку підприємства, його конкурентоспроможності, в більшості випадків акцент робиться лише на економічних факторах, забуваючи, що саме людина є суб'єктом господарювання. Саме від культури працівників, і як наслідок, від культури підприємства в цілому, залежать результати роботи підприємства.

Корпоративна культура є інструментом управлінської дії, який досить м'яко дозволяє поступово запровадити конкретні цінності, що призводять до організаційної єдності, гармонізації виробничих відносин на підприємствах. Ще декілька десятків років тому вважалось, що у конкурентній боротьбі перемагає найсильніший. В умовах сьогодення перемогу над конкурентами здобуває те підприємство, яке вчасно змогло адаптуватись, і спрямувало зусилля на розвиток своєї унікальності. Тому корпоративна культура є важливим фактором підвищення конкурентоспроможної адаптивності, ефективності виробництва та управління. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства. Глобалізаційні виклики, й інтеграційні процеси значно розширюють конкурентне поле суб'єктів конкурентних відносин і, відповідно, змінюються завдання та підходи до формування політики конкурентоспроможності, вибору сучасного механізму її реалізації [1, с.143].

Оцінюючи розвиток корпоративної культури України, за результатами соціологічних досліджень, можна стверджувати про таке: 55 % сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі корпоративна культура повинна бути на підприємстві: 40 % наших підприємців намагаються сформулювати її за допомогою західних технологій; 35 % визнають потребу в ній, але для цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів; 25 % узагалі вважають її непотрібною [2].

В українських реаліях корпоративна культура не у всіх випадках розглядається як сфера, на яку необхідно акцентувати свою увагу. Деякі підприємства абсолютно ігнорують корпоративну культуру, на інших система управління персоналом бере за основу наявну корпоративну культуру. І лише

невелика кількість підприємств проводять заходи зі змінами корпоративної культури, щоб вона відповідала обраній стратегії підприємства.

Спеціальні підрозділи, що займаються формуванням і розвитком корпоративної культури, функціонують на невеликій кількості українських підприємств.

Вважаємо, що корпоративна культура повинна базуватись на таких принципах:

- створення системи управління персоналом, за якої працівники поділяють цінності підприємства і працюють на їх досягнення;
- безперервне підвищення компетентнісного рівня, як керівників, так і всього персоналу;
- поєднання командної роботи з особистою відповідальністю працівника за досягнення поставленої цілі;
- постійний аналіз поточної ситуації та розробка програми швидкого реагування на кризову ситуацію [3, с.163].

Корпоративна культура є показником вміння персоналу та вищого менеджменту підприємства працювати ефективно на всіх рівнях господарювання. Тобто конкурентоспроможність підприємства залежать переважно від рівня його корпоративної культури. Низький рівень конкурентоспроможності і незначна економічна ефективність є свідченням того, що один або декілька елементів корпоративної культури підприємства слабкий. Тому саме рівень культури підприємства й зумовлює рівень конкурентоспроможності. В умовах сьогодення триває процес її формування в умовах ринкової економіки. Щоб зайняти значну ринкову частку підприємству необхідно підвищувати конкурентоспроможність, формувати і розвивати сильну та стабільну корпоративну культуру й, насамперед, свій позитивний імідж.

Отже, ефективна корпоративна культура дозволяє зменшити витрати за рахунок зменшення плинності кадрів на підприємстві, підвищити продуктивність праці, що й, в свою чергу, призводить до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Використана література:

1. Дейнега І.О. Конкурентні переваги, як складова ринкового успіху. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики / І. О. Дейнега // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів : «Арт-Друк», 2013. – 300 с.
2. Кіщак Т. Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.economynayka.com.ua
3. Шевченко В. С. Визначення впливу корпоративної культури на діяльність підприємства / В. С. Шевченко // Комунальне господарство. – 2011. – Вип. 14. – С. 160–165.