

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Корпоративна культура є потужним інструментом управління персоналом організації. Вивчення досвіду економічно розвинених країн та наукової думки доводить, що розкриття творчих можливостей людини, її прагнень до реалізації здібностей, трудової та інноваційної активності можливо досягти на засадах запровадження корпоративної культури [1]. Її наявність дозволяє сформувати сприятливий внутрішній клімат у колективі, відображає цілі та цінності організації, що в свою чергу, сприяє формуванню іміджу компанії ззовні, створення її «обличчя».

Корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, властивих компанії, котрі відображають її індивідуальність, поведінку, сприйняття себе та навколишнього середовища [2].

Американський психолог, засновник наукового напрямку «Організаційна психологія», запропонував модель корпоративної культури «Айзберг», в якій виділив три її основні складові:

I. Артефакти – видимий рівень, включає в себе технології, архітектуру, організаційну структуру управління, організацію виробничого простору, наявність уніформи та символіки, професійний сленг, ритуали та церемонії організації.

II. Цінності та норми – більш глибинний, суб'єктивний рівень. Тут грає роль призначення діяльності фірми, її цілі та завдання, ставлення до працівників, конкурентів, споживачів; справедливість в оцінюванні персоналу, стиль вирішення конфліктних ситуацій, організація роботи, стиль управління та прийняття рішень.

III. Архетипи – глибинний рівень. На встановлення архетипів корпоративної культури компанії впливає національний менталітет, віра, культура, сприйняття людської природи, історичний досвід [3].

В час постійного технологічного прогресу суспільства, головну роль в діяльності будь-якої компанії відіграє трудовий потенціал: сукупність його вмінь, навичок, знань, рівень кваліфікації, досвід, компетенції, здатність до навчання, інноваційність.

Закордонний досвід має багато прикладів створення Положень про корпоративну культуру підприємства із вказаними розробленою системою цінностей для колективу. Положення колективного договору також відображають корпоративну культуру, а саме положення про умови і оплату праці, заохочення трудових досягнень працівників, порядок вирішення

трудовах конфліктів, зобов'язання соціально-економічного характеру. Керівники мають бути зацікавлені в постійному розвитку свого колективу: проводити навчання працівників, підвищення кваліфікації, займатися плануванням їхньої кар'єри. Для об'єднання всіх працівників в єдиний сталий колектив, на підприємствах часто проводять, так звані, тим-білдінги, корпоративні вечірки, колективні поїздки та екскурсії. Існує великий досвід введення уніформи або ж дрес-коду. Імідж фірми підтримується, також, розробленням гербу, емблеми фірми, які розміщуються на фірмових бланках, документах, візитках, листівках; для працівників можуть виготовляти посуд з фірмовою емблемою, канцелярію.

Всі ці складові, від найпримітивніших чашок з емблемами до створення філософії фірми, формують у працівників довіру до організації, бажання втілювати її ідеї в життя, та розвиватися разом із нею.

З огляду управління персоналом, корпоративна культура виконує такі функції:

- Охоронна функція. Уніфікація власної філософії, захист від проникнення ззовні тенденцій та небажаних нововведень.
- Інтегруюча функція. Адаптація працівника до загальноприйнятих норм, прийняття цілей фірми, усвідомлення себе як частини єдиного цілого.
- Регулююча функція. Сталий порядок виробничих дій, способи комунікації, організаційні норми та правила поведінки.
- Адаптивна функція. Новий працівник, який розподіляє та приймає норми, звичаї і правила, легше адаптується до нового робочого середовища.
- Освітня та розвиваюча функція. Розвинуті компанії, які прагнуть досягнення мети, піклуються про підготовку якісного забезпечення людськими ресурсами.
- Функція управління якістю. Загальний стан внутрішнього середовища організації відображається на якості праці та якісному виконанні працівниками своїх функцій.
- Мотиваційна функція. Культурні засади організації збігаються із життєвими цінностями працівників.

Світовий досвід ведення господарства переконує, що впровадження в корпоративні відносини норм, дотримання яких створило б атмосферу єдності цілей кожного учасника управління, дає змогу досягати високих рівнів організації діяльності корпорації. Чим сильніша корпоративна культура, тим сильніша компанія, а потужна корпорація є важливою складовою стабільності економічного й громадського життя держави.

Тож, підводячи підсумки значення корпоративної культури в системі управління, необхідно зазначити, що для розвитку і підтримання корпоративної культури, керівництво має визначити якою вони хочуть бачити свою компанію в майбутньому, яка її місія і як вона буде впливати на її розвиток. І, як наслідок,

добре засвоєна працівником корпоративна культура в поєднанні із здоровим глуздом і мотивацією дозволить йому орієнтуватися в переважній більшості ситуацій, які будуть виникати в процесі трудової діяльності. Це з успіхом замінюватиме і виключатиме необхідність спеціальних інструкцій, пояснень, вказівок по будь-яких часто виникаючих питаннях.

Використані джерела

1. Грішнова О. А. Корпоративна культура та стратегія підприємства: взаємозв'язок та взаємообумовленість // К.: Знання -Прес, 2007. – С. 176–186.
2. Дяків О. П. Основні складові формування корпоративної культури в організації// Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Соціально-трудові відносини: теорія і практика. – К.:КНЕУ, 2010. – Т. 3. – С. 94–100.
3. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство [Текст] / Э. Х. Шейн; пер. с англ. под ред. В. А. Спивака, – СПб.: Питер, 2002. – 312 с.

Чорнописька Світлана

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Шушпанов Д. Г.)

НЕСТАНДАРТНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ

Розвиток новітнього, конкурентоспроможного виробництва у глобальному масштабі визначає не тільки зміну характеру зайнятості населення, але й передбачає як важливу умову подолання негативних наслідків необмеженого поширення неформальної зайнятості та її впливу на модифікацію міжнародного ринку праці [2].

Для нестандартних форм зайнятості доцільно віднести такі:

- повна зайнятість в умовах гнучких форм організації робочого часу;
- неповний робочий день (в неповний робочий час);
- непостійні працівники;
- зайнятість на аспектах вторинної зайнятості;
- зайнятість за рахунок договорів цивільно-правового характеру;
- надомна праця;
- робота за викликом;
- дистанційна зайнятість;
- позикова праця (кадрові ф'ючерси, кадровий аутстафінг, кадровий аутсорсинг);
- неофіційна зайнятість;
- незарєєстрована зайнятість у неформальній сфері.

Останнім часом стає трендовим такий різновид нестандартної зайнятості, як тимчасова зайнятість, тобто робота на визначений, зазначений термін. Така робота отримала назву «контрактна робота» або «позаштатна» (позаштатний, тобто працівник, який не перебуває у державній власності). Перевагою цього