

суперечливі підходи.

У світлі вище викладеного матеріалу нашого дослідження ми пропонуємо власне визначення ризику – як можливості того, що певна вибрана дія чи діяльність, чи бездіяльність призведе до втрат (негативних результатів), яких можна уникнути (або зменшити) шляхом попереджувальних дій.

#### **Використані джерела**

1. Брич В.Я., Крамарчук С.П. Управління ризиками у туристичному бізнесі // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Серія: географія. – 2010. – № 2 (28). – С105-110.
2. Донець Л.І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посібн. / Л.І. Донець, О.В. Шепеленко, С.М. Баранцева. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
3. Корнилова Т.В. Индивидуальные категоризации субъективного риска / Т.В. Корнилова // Вопросы психологии. – 1999. – № 6. – С.128-138.
4. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик: Навч. посібник / В.В.Лук'янова, Т.В. Головач. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
5. Стандарти управління ризиками FERMA. – [www.ferma-asso.org](http://www.ferma-asso.org).
6. Фріс П.Л. Кримінальне право України. Загальна частина: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / П.Л. Фріс. – К.: Атіка, 2004. – 488 с.
7. Ядгаров Я. С. История экономических учений: Учебник / Я. С. Ядгаров. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 480 с.

**Вусата Яна**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Скочиляс С.М.)

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах господарювання ефективність діяльності підприємств багато в чому визначається рівнем розвитку їх корпоративної культури. Необхідність формування корпоративної культури підприємства в умовах розвитку ринкових відносин не викликає сумнівів. Корпоративна культура складається з ідей, основоположних цінностей і поглядів. Зокрема, це стиль поведінки, стиль спілкування з клієнтами та колегами, активність співробітників, їх зацікавленість, рівень мотивації та ін.

Мета корпоративної культури полягає у забезпеченні високої прибутковості підприємства за допомогою вдосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності співробітників до керівництва, виховання у працівників ставлення до підприємства, як до свого будинку. Розвиток персоналу є найважливішою умовою успішного функціонування будь-якої організації. Це особливо справедливо в сучасних умовах, коли науково-технічний прогрес значно прискорює старіння професійних знань і навичок. Невідповідність кваліфікації персоналу потребам

компанії негативно позначається на результатах її діяльності [1].

Корпоративна культура може слугувати потужним інструментом підвищення загального рівня управління персоналом на підприємстві. Тому культурологічний підхід до дослідження ефективного функціонування підприємства, який передбачає вивчення процесів, що відбуваються в організації, через призму культури, яка визначає специфіку діяльності, особливості взаємовідносин між працівниками, вимоги і ставлення до них, набуває вагомого значення для прибуткового функціонування підприємства. Створення ефективної організації неможливе без врахування чинника лідерства: «сильні керівники – сильна культура». Спочатку поведінка керівників визначає і формує корпоративну культуру, а потім корпоративна культура організації визначає поведінку її співробітників.

У психології корпоративна культура розглядається як система базових передбачень, цінностей і норм організації, що визначає правила поведінки її персоналу, діловий стиль, ритуали, символи і міфи. Саме ці складові корпоративної культури мобілізують внутрішні ресурси, еднають і мотивують персонал, надають змісту його праці і надихають на максимальну самовіддачу, створюють можливість вирішувати складні завдання щодо виробництва якісного продукту.

За своїм змістом корпоративна культура є системою цінностей, правил та норм поведінки в конкретній організації, системою взаємин і спілкування працівників. Підприємство має культуру тоді, коли воно має історію, досить тривалу для формування колективних базових уявлень. Будучи сформованими і сприйнятими, вони стають визначальними особливостями підприємства.

Корпоративна культура в організації виявляється у трьох зрізах, а саме:

- організація виробництва та виконання професійних обов'язків;
- взаємодія окремих працівників та підрозділів між собою;
- міжособистісне спілкування, зокрема спілкування працівників між собою, з клієнтами, партнерами, акціонерами та конкурентами.

Характерні риси корпоративної культури в організації:

- відповідність (інтегративний ступінь) чи невідповідність (дезінтегративний ступінь) ієрархії особистісних та внутрішньо-групових цінностей;
- спільність особистісних та функціонально орієнтованих цінностей;
- стабільність (високий ступінь адекватності) чи нестабільність (низький ступінь адекватності) прийнятих норм поведінки та традицій [2].

Аналізуючи найбільш значущі фактори, що впливають на формування корпоративної культури, можна визначити критерії, відповідність яким свідчить про сильну корпоративну культуру:

- спільність інтересів – більшість співробітників і менеджерів поділяють спільні цінності і методи ведення бізнесу;

– адекватність обраної стратегії – цілі компанії не суперечать корпоративній культурі;

– адаптивність культури – здатність бути каталізатором змін. Цінності, що характеризують цінність культури – це довіра, схильність до ризику, заповзятливість, креативність, інновації і т.д [3].

З метою забезпечення стабільного розвитку підприємств та підвищення ефективності їх діяльності, керівництву українських підприємств необхідно інвестувати ресурси у формування та вдосконалення корпоративної культури. Корпоративна культура повинна знаходитися в центрі постійної уваги менеджерів. Вона має сприяти досягненню ефективних результатів діяльності підприємства на основі наближення інтересів адміністрації і персоналу. Формування позитивної корпоративної культури дасть змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств та їх продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

#### **Використані джерела:**

1. Іванченко А.В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4, Ч. 2, Т. 1. – С. 185 – 190.
2. Назарова Г.В. Корпоративне управління : навч. посібник. – Х.: Еспада, 2013. – 531 с.
3. Хаєт Г.Л. Корпоративна культура. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 423 с.

**Галанов Василь**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Кривокульська Н.М.)

## **ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ З ПЕРСОНАЛОМ В МЕДИЧНІЙ УСТАНОВІ**

Докорінні зміни, що сталися в системі національної економіки нашої держави та системі функціонування вітчизняних організацій зумовили потребу в нових управлінських знаннях, посилили інтерес до персоналу з високими професійно-кваліфікаційними характеристиками, орієнтованого на досягнення кінцевої мети, та зумовили необхідність зміни підходів до управління персоналом та організації з ним роботи.

Організація роботи з персоналом є складним і складовим компонентом управління організацією, зокрема, управління кадровими ресурсами. Організація роботи з персоналом в медичній установі має враховувати специфіку людських ресурсів, яка виражається в тому, що: по-перше, люди наділені інтелектом, їх реакція на управління є емоційною, продуманою, а не механічною, а це означає, що процес взаємовідносин є двосторонній; по-друге, люди постійно удосконалюються і розвиваються; по-третє, відносини ґрунтуються на довготерміновій основі, оскільки трудове життя людини може