

**Жабчик Ілона**

(науковий керівник: к. г. н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Пушкар З. М.)

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В ПІДВИЩЕННІ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

У сучасному світі вважають, що одним із найважливіших чинників, який має вагомий вплив на психоемоційний стан працівника і конкурентоспроможності підприємства є – корпоративна культура.

Американський фахівець з менеджменту Едгар Шейн зазначає, що: «Організаційна культура – це набір прийомів і правил вирішення проблем зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції працюючих, правил, що виправдали себе в минулому і підтвердили свою актуальність нині. Ці правила і прийоми є відправним моментом у виборі персоналом прийняттого способу дії, аналізу і прийняття рішень» [1].

Організація – це сукупність людей, які в ній працюють, і саме вони є носіями культури, яка проявляється у їх поведінці, взаємовідносинах, правилах, цінностях, яких дотримуються працівники, вона дає змогу всім згуртуватись і дійти до спільних цілей. Корпоративна культура є одним із найефективніших стимуляторів залучення людей до роботи та швидким вирішенням конфліктних ситуацій.

Найціннішим ресурсом компанії є працівники, тому взаємовідносини у колективі, настрої, атмосфера, організація робочого процесу, комфортабельність робочих місць – все, на що досвідчений керівник має звернути увагу.

Аналізуючи результати свого підприємства, власники часто дивуються, адже головною причиною неймовірних досягнень є ефективна система корпоративної культури. Дуже важливо, щоб співробітники відчували себе не просто працюючими, а частиною команди. Робота для них повинна бути другим рідним будинком, щоб трудовий процес викликав захоплення.

Для кожної організації, на нашу думку, має велике значення створення єдиного командного духу. Помилко вважають, що корпоративна культура це лише зовнішній вигляд працівника, спільні вечірки – так думає більшість українських бізнесменів, тому слід звернути увагу на професіоналізм іноземних компаній, які ставляться до цього питання відповідально.

Так наприклад, інтернет-магазин з виробництва взуття «Zappos» вважають компанією, яка має найкращу в світі корпоративну культуру, що допомагає швидкими темпами розвиватись бізнесу і досягати непередбачуваної успішності. За 10 років «Zappos» із невеличкого офісу виріс у багатомільярдну корпорацію, і все це завдяки сильній корпоративній культурі організації, що

впроваджувалась як до співробітників так і до клієнтів. Дуже цікавим є те, що співбесіда у них проходить не за стандартом, а у вигляді зустрічі «одиноких сердець», де майбутні працівники розповідають про свої історії з життя [2].

Як для партнерів по бізнесу, так і для імовірних співробітників великий авторитет та конкурентоспроможність на ринку має саме така компанія із добре розвинутою корпоративною культурою. Перед управліннями постає ще питання ставлення до новачків, адаптація до норм, правил, які притаманні підприємству, особливостей взаємовідносин між працівниками. Адаптація до корпоративної культури – одна з найскладніших для нових співробітників [3]. Перед працівником постає все нове до якого потрібно перш за все звикнути.

Слід розуміти, що кожна організація є унікальною і те що для однієї з них є успіхом, то не завжди для інших це матиме позитивний характер.

Отже, на нашу думку, корпоративний культура є сильним інструментом ефективного менеджменту персоналу. Якщо сучасні бізнесмени зацікавлені у розвитку своєї компанії, підвищення рівня конкурентності то вони повинні закарбувати корпоративну культуру як «необхідність». Керівники зобов'язані якнайкраще контролювати цю сферу, а працівники відчувати командний дух.

#### Використані джерела

1. Как в «Google». Почему корпоративная культура важна для бизнеса? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.ua/opinion/skobtsev/kak-v-google-pochemu-korporativnaja-kultura-vazhna-dlja-biznesa-197393.html>.
2. Мотивація і загальні цінності: як буде виглядати корпоративна культура майбутнього. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.etcetera.media/motivatsiya-i-zagalni-tsinnosti-yak-bude-viglyadati-korporativna-kultura-maybutnogo.html>.
3. Пушкар З. М., Пушкар Б. Т. Особливості організації праці менеджера // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє: Щорічник. – Випуск 17/ За заг. ред. М. В. Лазаровича. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ. 2013. – С. 106 – 112.

**Заспа Світлана, Калан Діана**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Прохоровська С. А.)

### **БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Бренд роботодавця є одним із перспективних та динамічних напрямків діяльності в управлінні персоналом в сучасних організаціях. Цією темою займаються компанії, аналітичні агентства, дослідницькі центри, а причиною є зростаюча конкуренція за висококваліфікований персонал, прихід іноземних сильних гравців на ринок праці, підвищення мобільності робочої сили.

В умовах посилення конкуренції підприємства використовують різні можливості для зміцнення власних конкурентних позицій. У сучасних умовах стратегічним ресурсом є потенціал бренду роботодавця, а відтак, його