

умовами для організації ефективного управління змінами на підприємстві.

З огляду на це, будь-якій організації важливо мати ефективних лідерів – як гарантію досягнення стратегічних і операційних цілей, де ефективно стратегічне лідерство забезпечує успіх управлінських процесів, що входять в компетенцію менеджменту.

Література.

1. Дранник В. А. Лідерство як засіб вдосконалення процесу управління в трудовому колективі / В. А. Дранник // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка. - 2012. - № 3. - С. 10-15.

2. Козак К. Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві / К. Б. Козак // Економіка харчової промисловості. - 2013. - № 3. - С. 24-28.

3. Мармаза О. І. Ефективне лідерство як інструмент стратегічного управління / О. І. Мармаза // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. - 2013. - Вип. 29. - С. 289-297.

4. Стасюк В. О. Лідерство як елемент організаційної культури на підприємстві / В. О. Стасюк // Управління розвитком. - 2013. - № 20. - С. 102-104.

5. Холодницька А. В. Формування ефективного лідерства в умовах структурних змін в економіці / А. В. Холодницька // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2014. - Вип. 149. - С. 289-295.

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Митрофанов Р. А., студент

Науковий керівник: Федотова І. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору як в нашій країні, так і за кордоном. Корпоративна культура як напрям дослідження перетинається з

такими науками, як менеджмент, соціологія, культурологія і психологія. З одного боку, це призводить до певних труднощів під час дослідження, а з іншого — дає змогу найповніше використовувати корпоративну культуру як інструмент ефективного управління підприємством, який дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плинність кадрів в умовах, коли конкуренція загострюється, і доводиться боротись за кожную копійку прибутку. Численні дослідження доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін.

Словосполучення «корпоративна культура» вперше використав у XIX сторіччі у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке. Ним він визначив відносини у офіцерському середовищі.

Закордонні вчені почали вивчення цього терміна та явища ще з 1952 року. Саме в цей час Е. Жакус дає визначення не корпоративній культурі, а культурі організації. Культура організації - це образ мислення, що увійшов до звички, став традицією, і способом дії, який більшою чи меншою мірою розділяють всі працівники підприємства і який має бути засвоєний і хоч би частково прийнятий новачками, аби нові члени колективу стали "своїми" [9, с. 26].

Продовжують вивчення вчені Л. Єлдрідж, А. Кромбі. Під культурою організації слід розуміти унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки і тому подібне, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих осіб в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей [8, с. 123].

У 1891 році нове визначення наводять Х. Шварц та С. Девіс. Культура організації є комплексом переконань і чекань, що розділяються членами організації. Ці переконання і чекання формують норми, які в значній мірі визначають поведінку в організації окремих осіб і груп [10, с. 16].

К. Шольц стверджував, що корпоративна культура є неявною, незримою і неформальною свідомістю організації, яка управляє поведінкою людей і, у свою чергу, сама формується під впливом їх поведінки [7, с. 14].

А. Уільямс, П. Добсон та М. Уолтерс знайшли нове визначення. Культура - це загальні для всіх, відносно стійкі переконання, стосунки і цінності, організації, що існують усередині [6, с. 50].

А потім в 1998 році М. Армстронг дає нове визначення. Корпоративна культура - це сукупність переконань, стосунків, норм

поведінки і цінностей, загальних для всіх співробітників даної організації. Вони можуть не бути чітко виражені, але за відсутності прямих інструкцій визначають спосіб дій і взаємодій людей і значною мірою впливають на хід виконання роботи [1, с. 43].

Д. Ньюстром та К. Девіс стверджували, що корпоративна культура - набір допущень, переконань, цінностей і норм, які розділяються всіма членами організації [5, с. 21].

Група вчених М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі стверджувала, що корпоративна культура - переважаючі вдачі, звичаї і чекання організації [6, с. 13].

О.С. Віханський, А.І. Наумов стверджували, що організаційна культура - це набір найбільш важливих припущень, що приймаються членами організації і одержують вираження в цінностях, що заявляються організацією, задаючи людям орієнтири їх поведінки. Ці ціннісні орієнтації передаються індивідам через "символічні" засоби духовного і матеріального внутрішньо організаційного оточення [3, с. 127].

В.В. Козлов та А.А. Козлова висунули нове визначення. Корпоративна культура - система формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки працівників даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємної співпраці, ідентифікації працівників з підприємством і перспективами його розвитку [4, с. 45].

Група вчених А.О. Блінов та О.В. Василевська висувають припущення, що корпоративна культура - це набір найбільш важливих припущень, що приймаються членами організації і отримують вираження в цінностях, що заявляються організацією, вказуючи людям орієнтири їх поведінки і дій, які передаються через символічні засоби духовного і матеріального спілкування всередині організації [2, с. 78].

Т.О. Соломанідіна вважає, що корпоративна культура - соціально-духовне поле компанії, що формується під впливом матеріальних і нематеріальних, явних і прихованих, усвідомлюваних і неусвідомлюваних процесів і явищ, що визначають єдність філософії, ідеології, цінностей, підходів до вирішення проблем [5, с. 17].

Після аналізу праць відомих вчених було отримано основні спільні риси всіх існуючих визначень. В більшості з них автори розуміють корпоративну культуру як образ мислення, унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, символів,

церемоній, міфів, придбані смислові системи, що передаються за допомогою природної мови і інших символічних засобів, колективні базові правила, що були вироблені групою людей, по мірі того як вони вчилися вирішувати проблеми адаптації та інші проблеми в організації. Виходячи з вище наведеного, корпоративна культура, з одного боку, система особистих і колективних цінностей, що приймаються та поділяються всіма членами корпорації. З іншого боку, під корпоративною культурою розуміють набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе в минулому та підтвердили свою актуальність сьогодні, це своєрідний інструмент у боротьбі за виживання підприємства. Таким чином, деякі вчені розглядають корпоративну культуру як своєрідний образ та подобу підприємства, як результат від її наявності (існуючі норми, правила, образ мислення та ін.), а інші вбачають в корпоративній культурі програму дій по досягненню результатів, розглядають шлях, яким треба рухатися, щоб сформувавши цілі та норми, сприймають корпоративну культуру як інструмент для досягнення поставленої мети. А отже культура має двобічний характер: з одного боку, це цінності, моральні норми та принципи, а з іншого-програма дій, що мають більш практичний, матеріальний характер.

Корпоративна культура, як інструмент, носить саме духовно-матеріальний характер, бо під духовним аспектом будемо розуміти впровадження соціальних заходів (створення позитивного клімату шляхом бесід, культурно-масові заходи, проведення ритуалів та запровадження міфології на підприємстві), а під матеріальним - виплата додаткових грошових винагород, наймання спеціалістів з кадрових агентств та ін.

Спираючись на наведене вище, під корпоративною культурою АТП пропонується розуміти духовно-матеріальний інструмент впливу на персонал АТП, що має системний характер та обумовлений місією та стратегією розвитку підприємства.

Таким чином, було визначено суть корпоративної культури, враховуючи особливості структури АТП, цілі її формування та основну спрямованість.

Література.

1. Армстронг М. В. Практика управління ресурсами / Армстронг М. В. – СПб.: Питер, 2005. – 186 с.

2. Блинов А.О. Искусство управления персоналом / А.О. Блинов, О.В. Василевская. – М.: ГЕЛАН, 2001. - 146 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление / Виханский О.С. – М.: Гардарики, 2005. – 296 с.
4. Козлов В. В. Корпоративная культура: костюм успешного бизнеса / В.В. Козлов, А. А. Козлова. – К.: Арес, 2000. – 142 с.
5. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании / Соломанидина Т.О. – М.: ООО Журнал управление персоналом, 2003. – 456 с.
6. Томилов В.В. Организационная культура и предпринимательство / Томилов В.В. – М.: СПб., 2005. – 162 с.
7. Шольц К. Організаційна культура: між ілюзією и реальністю / Шольц К. – К.: Лира, 2005. – 114 с.
8. Eldridge J. Sociology of organization / J. Eldridge, A. Crombie. – L.: Allen&Unwin, 1974. – 182 p.
9. Jaques E. The changing culture / Jaques E. – New York: Dryden Press, 1952. – 251 p.
10. Schwartz H. Matching corporate culture and business strategy. Organizational dynamics / H. Schwartz, S. Davis – L.: Summer, 1981. – 158 p.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ ПРАЦІВНИКА»

Іванова К. О., студентка

Науковий керівник: Водолажська Т. О., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

У наш час ні в кого не викликає сумнівів, що самим ціннішим активом будь-якого підприємства вважається персонал. Необхідність формування універсальної характеристики, яка дозволила би визначити особистісну спроможність працівника успішно працювати визначається у пошуку ідеального працівника, знання та вміння якого відповідають вимогам ринку; який показує велику результативність своєї праці; лояльний до працедавця та може бути конкурентним у професійному середовищі. Такою універсальною характеристикою стали компетенції персоналу, які являють собою комплекс знань, вмінь, навичок та досвіду.

Сьогодні модель компетенцій широко використовується у кадровій роботі підприємств, а саме від відбору персоналу до