

2. Глушенко Л., Пілявоз Т., Коваль Н. Управління персоналом у сучасній структурі управління підприємством. Економіка та суспільство. 2022. № 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1105>

3. Кравченко В. Принципи та методи системи управління персоналом. URL: <https://livingfo.com/pryntsypy-ta-metody-systemy-upravlinnia-personalom/>

4. Кравченко В., Лисяна Н. Система мотивації персоналу в управлінні за цілями як основа розвитку підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2016. № 3. С. 70-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2016_3_7.

5. Федоренкот В.Г. Основи менеджменту. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/46552-54-formi-vladi-vplivu-na-upravlnnya-personalom.html>.

УДК: 33.025:005.941:658.114

БОКАЧ О.О., ЛАГЕР В.М., магістранти

Науковий керівник – **ХАХУЛА Л.П.,** канд. пед. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ІНСТРУМЕНТИ ПОСИЛЕННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто питання інструментарію формування корпоративної культури, який забезпечить реалізацію конкурентної стратегії підприємства. Встановлено, що управління вдосконаленням корпоративної культури у контексті розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві має здійснюватися за такими основними принципами: орієнтація на досягнення результату; залежно від результату децентралізація у прийнятті рішень; забезпечення балансу інтересів сторін.

Ключові слова: корпоративна культура, соціальний розвиток, соціальне партнерство, мотивація, управління.

Сьогодні незаперечна зростаюча роль корпоративної культури в підвищенні ефективності діяльності підприємства, розвитку соціально-трудових відносин і досягненні високої конкурентоспроможності. Це можна пояснити тим, що корпоративна культура в останній час охоплює більшу частку явищ соціального та виробничого життя колективу. Відтак цілеспрямоване формування корпоративної культури постає необхідним чинником ефективного використання людських ресурсів організації для реалізації стратегії діяльності, підвищення ефективності управління підприємством, зміцнення колективної згуртованості, використання її як стратегічного мотивуючого фактора, що орієнтує співробітників на досягнення місії та цілей організації.

Корпоративна культура є важливою складовою потенціалу підприємства. Вона втілює ідеї, що об'єднують людей у єдиний колектив, пояснює, як будуються відносини між членами колективу, які стійкі правила та принципи трудової діяльності вони поділяють, які у них цінності та норми. Все це не тільки відрізняє одне підприємство від іншого, а й суттєво визначає успішність його діяльності та виживання у довгостроковій перспективі, конкурентоспроможність на ринку праці, якість і конкурентоспроможність його продукції [1].

Стрімкі сучасні зміни, вектор країни на трансформації в економіці, політичному та суспільному житті спонукають до швидкої адаптації організацій до нововведень. Доведено, що корпоративна культура формується під впливом зовнішніх чинників і

виступає у якості механізму поєднання сформованих організаційних цінностей підприємства зі зовнішніми чинниками. Ця взаємодія дає змогу оцінити можливості функціонування підприємства, орієнтованого на сучасні виклики часу.

Актуальність та необхідність дослідження корпоративної культури полягає у пошуку механізму, який дозволить ефективно використовувати всі її переваги, як інструменту управління та адаптації до змін зовнішнього середовища підприємства, в умовах трансформації економіки.

Формування та розвиток корпоративної культури сприяють підвищенню ефективності діяльності, зростанню продуктивності праці та якості продукції, збільшенню прибутку підприємства та позитивно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Разом з тим, високі фінансові можливості, ефективний соціальний розвиток і його позитивний імідж сприяють формуванню елементів механізму розвитку корпоративної культури. Процес удосконалення корпоративної культури – тривалий і складний. Він починається з визначення місії підприємства та її основних цінностей. На основі цього мають формуватися стандарти поведінки членів підприємства, традиції та норми. Основними напрямками формування корпоративної культури у новостворених підприємствах є визначення основних цілей і стратегії її формування та створення основних елементів, вибір організаційних заходів щодо забезпечення їх розвитку [2].

У свою чергу, для вдосконалення існуючої корпоративної культури необхідно реалізувати такі кроки: 1) провести діагностику стану корпоративної культури; 2) стимулювати розвиток життєздатних елементів корпоративної культури; 3) відмовитися від нежиттєздатних елементів корпоративної культури і заміна їх новими [3].

Таким чином, для практичного втілення основних принципів корпоративної культури на підприємстві необхідно задіяти весь потенціал і всю структуру управління організацією. Управління вдосконаленням корпоративної культури в контексті розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві має здійснюватися за такими основними принципами: орієнтація на досягнення результату; залежно від результату децентралізація у прийнятті рішень; забезпечення балансу інтересів сторін.

Важливою умовою формування та вдосконалення корпоративної культури має бути ціннісний підхід до оцінювання. Останнім часом корпоративна культура є допоміжним ресурсом, що дозволяє покращувати соціально-психологічний клімат, перетворюється на повноцінний інтелектуальний ресурс підприємства, важливу складову її соціального капіталу, і, відповідно, робить вагомий внесок не тільки до досягнення кінцевих економічних результатів, а й до створення кінцевої вартості організацій.

Слід зазначити, що соціальне партнерство створює основу для формування позитивної корпоративної культури на підприємстві. При цьому корпоративна культура, будучи невід'ємним атрибутом будь-якого підприємства, з одного боку, втілює систему мотивації персоналу, а з іншого боку, відповідає стратегічним цілям підприємства.

На наш погляд, будувати корпоративну культуру треба з урахуванням наявних типів особистостей по відношенню до мотивації. Взаємодія між керівниками та працівниками в умовах сучасного виробництва вимагає переходу системи управління від жорсткої ієрархії до взаємодії, що збільшує мотивацію кожної категорії виконавців і покращує кінцеві результати роботи підприємства на основі активної та відкритої взаємодії між керівництвом, підрозділами, відділами і робітничими бригадами на засадах позитивних елементів корпоративної культури. Завдяки впровадженню нової мотиваційної системи підприємства мають можливість отримати позитивні синергетичні ефекти.

Корисністю заходів корпоративної культури, на наш погляд, доцільно вважати невимірну характеристику будь-якого заходу, що розкриває позитивний його зміст із точки зору цінності цього заходу за критерієм соціальної вигоди. Цей критерій у своєму змісті містить патріотизм і згуртованість працівників підприємства, відданість своєму колективу та підприємству загалом. Це сприяє підвищенню іміджу підприємства в суспільстві та збільшенню прибутку [4].

Ефективна корпоративна культура дозволяє зменшити плинність кадрів, підвищити мотивацію працівників до виконання ними своїх функціональних обов'язків, зменшити втрати при наймі і роботи працівників за рахунок розроблення і прийняття всіма членами колективу особистих, ділових і професійних якостей для всіх груп посад, забезпечити не тільки зростання прибутку, а й репутацію.

На наш погляд, послідовність застосування пропонованого інструментарію посилення передумов розвитку корпоративної культури підприємства значною мірою сприятиме її ефективному формуванню як одного із пріоритетних стратегічних активів підприємства.

Список використаних джерел

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. Актуал. пробл. економіки . 2009. № 3. С. 64-72.
2. Бала О. І. Корпоративна культура – чинник соціально-економічного розвитку організації. Вісник НУ “Львівська політехніка” "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". 2006. №567. С.6-11.
3. Калініченко Т. І. Формування та розвиток організаційної культури агропромислових підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Міжнар. ун-т бізнесу та права. Херсон, 2010. 20 с.
4. Кожемякіна Н. І. Забезпечення належного рівня корпоративної культури як соціально-педагогічна умова формування професійної мобільності менеджерів-аграріїв. Наука і освіта. 2010. № 8. С. 79-81.

УДК 334.734:338.43:005.21

ВИХОР В. М., аспірант

Білоцерківський національний аграрний університет

vlad.vykhor@ukr.net

РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СФОКУСОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовані конкурентні можливості малих аграрних підприємств на аграрному ринку. Обґрунтована доцільність застосування ними концепції сфокусованої стратегії для підвищення власної конкурентоспроможності.

Ключові слова: малі аграрні підприємства, конкурентоспроможність, конкурентні стратегії, сфокусована стратегія, нішеві культури.

Сільськогосподарський сектор України представлений підприємствами із різними обсягами землеволодіння і, відповідно, масштабами діяльності. Так на початок 2022 року у нашій державі нараховувалося 39301 сільськогосподарське підприємство, із яких малих, із землеволодінням до 500 га – 30627 підприємств (таблиця 1).