

Список використаних джерел:

1. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова.– Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.
2. Господарський кодекс України / (Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Тімар І. В. Працевлаштування молодих спеціалістів як прояв соціальної відповідальності бізнесу / І. В. Тімар // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Підвищення національної конкурентоспроможності: управлінські та науково-технологічні аспекти». – 19–23 листопада 2013 року. – Симферополь-Ялта. – С. 135–137.

К. е. н. Олійник Т. І., Кривицька Н. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, (Україна)

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА
В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Основою життєвого циклу і організаційного потенціалу будь-якої організації є культура – цінності, норми і відносини, які приймаються і розділяються більшістю працівників. Корпоративна культура може бути причиною підвищення або зниження ефективності діяльності підприємства. Як показує зарубіжний і вітчизняний досвід, в умовах ринку корпоративна культура все частіше стає ключовим чинником ефективного (чи навпаки неефективного) розвитку підприємства.

Актуальність корпоративної культури значно посилюється, якщо розглядати розвиток організацій в контексті глобалізації і взаємовпливу національних і ділових культур, та у першу чергу нас цікавить така культура, яка сприяє зростанню і стійкому розвитку організації. Сьогодні корпоративна культура поступово стає домінуючим чинником не лише групової ідентичності людини, але і чинником соціалізації індивіда в організації.

У 50–60-х рр. минулого століття почали застосовуватися поняття «організаційна культура» та «організаційна мораль» (роботи Т. Парсонса, Ф. Селзника, Ч. Барнарда, Дж. Марча, Г. Саймона), в них ми спостерігаємо деякі елементи поняття «корпоративна культура». Проте ширше використання цей термін отримав у 70-х – початку 80-х рр. ХХ століття у дослідженнях відомих західних фахівців з менеджменту, серед яких є Дж. Грейсон, К. О'Делл, П. Друкер, В. Оучі та ін. Вони трактували корпоративну культуру як сукупність символічних образів і значень, відповідно до яких структуруються організаційні відносини і діяльність працівників [1].

У роботах вітчизняних дослідників, таких як В. Близнюк, О. Комарова, О. Левченко найбільш поширено визначення корпоративної культури як сукупності норм, правил, звичаїв і традицій, які підтримуються суб'єктом організаційної влади і які задають загальні рамки поведінки працівників, організації, що узгоджуються із її стратегією [3; 4].

Зокрема, одне з найзмістовніших визначень надає О. Балака: «...корпоративна культура – це є соціальний ресурс концептуально оформлених ідей, цінностей, відносин, очікувань, способу мислення, норм і правил поведінки, традицій та корпоративної символіки, що формуються в ході спільної діяльності для досягнення цілей організації» [2].

Виходячи з цього визначення, узагальнимо поняття корпоративної культури як набір норм, правил, традицій, що приймаються менеджментом і персоналом організації і які отримують вираз у цінностях, що заявлені організацією, у орієнтирах поведінки і дій, що задані персоналу.

Слід зазначити, що незважаючи на значну кількість досліджень з проблематики розвитку корпоративної культури, здійснених зарубіжними фахівцями, визнаними авторитетами в цій області, та попри те, що західні підходи до корпоративної культури підприємства відрізняються великою різноманітністю, ці дослідження не завжди придатні для використання у вітчизняних організаціях. Це пояснюється специфікою української економіки, яка все ще несе в собі системні вади перехідного періоду.

Окреслимо структуру корпоративної культури. І. Терон пропонує розглядати корпоративну культуру по трьох рівнях. Перший рівень – «поверхневий» або «символічний» – включає такі видимі зовнішні факти, як вживана технологія, використання простору і часу, спостережувана поведінка працівників, мова, гасла і тому подібне. Будь-яка організація повинна дотримуватися цих «поверхневих» проявів корпоративної культури, оскільки вони тісно пов'язані з іміджем і репутацією організації.

На другому, «глибшому» рівні вивчаються цінності і вірування, що розділяються членами організації. Третій, «глибинний» рівень включає фундаментальні основи взаємовідносин усередині організації та між зовнішнім середовищем і організацією [5]. Таким чином, коли йдеться про роль механізмів корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами, слід зазначити, що саме корпоративна культура забезпечує формування морально-етичних цінностей і установок персоналу організації; спонукає до реалізації інтелектуального потенціалу людських ресурсів на ефективну реалізацію місії організації

Отже, базовою ознакою ефективності корпоративної культури слід рахувати ступінь відповідності цінностей персоналу цінностям організації. Досвід найбільших компаній демонструє, що корпоративна культура може виступати ефективним інструментом управління людськими ресурсами, а також одним з головних джерел конкурентних переваг організації.

Список використаних джерел:

1. Апостолок О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності / О. Апостолок // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 68–73.
2. Балака О. Г. Стратегічне управління корпоративною культурою / О. Г. Балака // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки. – Полтава, 2011. – №4 (49). – С. 195-200.

3. Беляк Т. А. Корпоративная культура в условиях трансформаций социально-трудовых отношений в Украине / Т. А. Беляк // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2014. – № 3. – С. 10–12.
4. Семененко В. М. Корпоративна культура як елемент управління підприємством і її формування / В.М. Семененко, О.А. Пищенко // Економіка: реалії часу. – 2012. – №3-4(4-5). – С. 73–77.
5. Терон І. В. Корпоративна культура в механізмах регулювання соціально-трудових відносин / І. В. Терон // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. № 6. – С. 639–643.
6. Гринько Т. В. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств / Т. В. Гринько, О. П. Крупский // Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки». – 2015. – №1 (163). – С. 145–154.

К. е. н. Олійник Т. І., Ніженська В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ В УКРАЇНІ

Значний відтік кадрів, здебільшого молодих, досвідчених і висококваліфікованих спеціалістів, недостатня якість при прийнятті рішень в органах державної влади – наслідки неналежної мотивації державних службовців, які негативно відображаються на результативності управління державного апарату в цілому. В наслідок цього, одним із шляхів досягнення високої ефективності функціонування органів державного управління може бути використання функції мотивації, що і дозволить державним службовцям працювати більш ініціативно і результативно, розкривати та реалізовувати свій трудовий потенціал на благо держави та служіння народу України [1].

Дослідженню питань мотивації державних службовців присвячена велика кількість праць українських вчених в галузі державного управління, а саме: Л. Артеменко, В. Бондар, Н. Гончарук, М. Кравченко, С. Мосов, О. Машков, В. Степанюк, Н. Нижник, М. Пашкова, М. Ярмистий та ін.

Єдиного підходу до визначення поняття й змісту мотивації в наукових колах на сьогодні не існує. По-перше, мотивація є особливою, психологічною рисою людини, яка викликає внутрішню активність та визначає її поведінку, певні орієнтири діяльності. По-друге, мотивація – це функція управління, яка за допомогою спеціальних спонукальних засобів активізує людину, орієнтує її на досягнення фіксованих цілей організації, розвиває її трудовий потенціал та використовує його в цілях організації. У науковій літературі мотивація розуміється як одна з функцій управління. Іншими словами – це процес свідомого впливу на трудову поведінку людей [3].

Мотивація працівників органів державної влади є своєрідною хоча б тому, що, не можна спонукати до результату «відсотковою» доплатою від доходу (на відмінну від приватного сектора економіки). Водночас це має бути процес спонукання до сумлінної праці, служіння громаді та державі, повноцінного