

Список використаних джерел

1. Овсянникова Т. Ю. Конкурентная среда на рынке жилой недвижимости: особенности и закономерности / Т. Ю. Овсянникова, И. В. Югова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. – № 1 (17). – С. 187 – 193.
2. Стрішенець О. М. Економічна теорія : [навч. посібник для студ. вищ. навч. закл.] О. М. Стрішенець, Л. В. Єліссєєва, В. У. Ліщук. – Луцьк: СЛУ ім. Лесі Українки, 2014. – 200 с.
3. Стрішенець О. М. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості / О. М. Стрішенець, К. В. Павлов // Науковий вісник ужгородського університету. Серія «Економіка». Збірник наукових праць. – Випуск 1 (47). Том 2. / Ужгород, 2016. – С. 35 – 38.

УДК 658.5.012.1

**ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ
КУЛЬТУРИ НА ПРОЦЕС
СПІЛКУВАННЯ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ**

Гриценко Н.В., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)

Корпоративна культура робить будь-яке підприємство життєдайним та успішним. Вона виступає комплексом елементів підприємства, які вирізняють її серед інших, спрямовані на формування сприятливого мікроклімату, іміджу та ґрунтуються на системі цінностей працівників з метою досягнення ними максимальних показників ефективності роботи.

Вплив корпоративної культури на процес спілкування на підприємствах здійснюється через такі аспекти як: спілкування, ухвалення рішень, кар'єри, соціалізації виробництва і трудовий аспект (рис.1).

Для всіх видів спілкування характерна специфічна мова та однозначність [2].

Внутрішній мікроклімат спілкування на підприємстві впливає на процеси прийняття рішень, кар'єри і соціалізації.

Соціалізація це процес засвоєння індивідом системи знань, норм і цінностей, що дозволяють йому функціонувати як повноцінний член суспільства. Це пояснюється зростанням ролі соціальної сфери в житті суспільства в цілому, та посиленою увагою до соціокультурних факторів [2,4].

При процесі прийняття управлінських рішень працює така модель поведінки: корпоративна культура формує пріоритети колективного чи індивідуального прийняття рішень. корпоративна культура сприяє оптимальному делегуванню відповідності і постановці управлінських задач. Корпоративна культура стимулює ступінь свободи та креативності персоналу підприємства за будь-яких умов.

При процесі кар'єрного зростання в дію вступає така модель поведінки: корпоративна культура формує вимоги до якості й ефективності праці та компенсації затрат праці завдяки тому, що знання, компетенція стають цінностями для підприємства. Корпоративна культура мотивує кар'єрне зростання персоналу та позитивне ставлення до кар'єри. Вона формує ставлення до соціального статусу, посади. Забезпечує розвиток персоналу і прагнення працівника до самовдосконалення.

Процес соціалізації це входження індивіда в підприємство і сприйняття ним його цінностей та норм поведінки. Модель поведінки при даному процесі наступна: корпоративна культура прискорює соціалізацію індивіда завдяки культурній адаптації. Вона стимулює процес засвоєння індивідом системи знань та норм поведінки, що надасть йому змогу функціонування як повноправному члену суспільства [1,3].

Вплив корпоративної культури на виробничий і трудовий процеси має свою специфіку і охоплює як відносини людей в процесі своєї трудової діяльності та між собою, так і культуру технологічних процесів.

Вплив корпоративної культури на процес відношення працівників до праці і результату своєї роботи здійснюється через такі основні показники як:

- культура виробництва;
- технологія виробництва;
- виробнича структура.



Рис.1 - Вплив корпоративної культури на процес спілкування на підприємствах

Вплив трудового процесу на корпоративну культуру діє через такі основні ознаки: - трудова етика і дисципліни; - культура підприємства трудового процесу і забезпечення психологічного комфорту; - кваліфікація персоналу; - рівень автоматизації і комп'ютеризації робочих місць.

Отже, всі перелічені процеси впливу корпоративної культури діють в загальному тандемі на процес спілкування на підприємстві. Для керівництва це є потужний стратегічний інструмент що дозволяє орієнтувати колектив на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників і полегшувати продуктивне спілкування між ними. При цьому необхідно змоделювати свою власну корпоративну культуру на підприємстві. Основними кроками при формуванні власної корпоративної культури повинні бути: визначення місії підприємства і основних базових цінностей; формулювання стандартів поведінки колективу; формування традицій підприємства; розробка символіки.

Список використаних джерел

1. Бала О.Л. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види / О.Л. Бала, О.В. Муқан, Р.Д. // Вісн. нац. ун-ту "Львів. політехніка". - Л., 2010. - № 682. - С. 11–15.
2. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації/ Н.В. Гриценко// Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків, 2017. - №59 С. 284-290.

3. Химич Г.О. Модель формування корпоративної культури для машинобудівних підприємств / І. Г. Химич // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. - 2010. - № 2. - С. 218–223.

4. Чернишова Т.О., Деякі аспекти корпоративної культури організації. / Т.О.Чернишова, Т.А. Немченко // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – Київ, 2010. – вип. 17, С.472-485.

УДК 330.34(477)

ПОЛІТИКА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ШЛЯХ ІІ ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Груник І.С., к.т.н., доцент (УкрДУЗТ)

Економічне зростання на сьогоднішній день є найважливішою макроекономічною категорією, яка є показником не лише абсолютного збільшення обсягів суспільного виробництва, але і здатності економічної системи задовольняти зростаючі потреби у виробництві товарів та наданні послуг, підвищувати якість життя. Саме тому економічне зростання можна віднести до основних цілей суспільства поряд з економічною свободою, економічною ефективністю тощо.