

characteristics of area village population natural movement are analysed.

Key words: *demographic crisis, natural movement of population, demographic loading, birth rate, death rate.*

УДК 331.104.2 (045)

Л. В. Бондарчук, асистент,

О.А.

Кривець

магістрантка

торгівельно-економічного

КНТЕУ.

Вінницького

інституту

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ОСНОВИ СПРИЯТЛИВОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ КОЛЕКТИВУ

У статті проводиться дослідження проблеми формування позитивної корпоративної культури як запоруки сприятливого соціально-психологічного середовища.

Ключові слова: *корпоративна культура, соціально-психологічний клімат, місія організації.*

Надзвичайно важливу роль в процесі управління не лише персоналом, але й підприємством в цілому відіграє корпоративна культура, адже неможливо забезпечити продуктивну та ефективну роботу колективу, якщо у різних співробітників різне 'сприйняття і "розуміння основних цілей і цінностей організації [1,с.90] Тому, на сьогоднішній день, перся керівниками різноманітних організацій і установ постає проблема формування позитивної корпоративної культури як запоруки сприятливого соціально-психологічного клімату трудового колективу.

В даний час, вивченням корпоративної культури та проблеми формування сприятливого соціально-психологічного клімату займається ряд науковців, серед яких: Н. Голікова, В. Колпаков, О. Орлова, Н. Швець, В. Ситай тощо. Дані автори здійснюють внутрішньомаркетингові дослідження для оцінки соціально-психологічного клімату в колективі, порівнюють корпоративний професіоналізм і особисту культуру, досліджують моральні цінності управління людьми та можливості їх використання в кадровому менеджменті тощо.

Що ж таке корпоративна культура?

Існує ряд тлумачень даного поняття, проте в основному усі вони приходять до наступного. Корпоративна культура – це сукупність найбільш важливих положень, норм та цінностей, які застосовуються членами організації та які головним чином визначають певні орієнтири в їх поведінці та діях. Ось чому, досить часто, корпоративну культуру ототожнюють з атмосферою або соціальним кліматом, що панує в організації.

Дійсно, ці поняття дуже подібні і подібність проявляється передусім в тому, що рівень корпоративної культури певним чином визначає характер поведінки працівника, його активність, спосіб спілкування з колегами, що в свою чергу є основою соціально-психологічного клімату колективу. Але, ні в якому разі не варто ототожнювати корпоративну культуру з тим зовнішнім виглядом, який характерний колективу, з його обрядами, оскільки дане поняття набагато ширше і об'ємніше за своїм змістом.

Як правило, корпоративна культура створюється керівником організації, але її представником в будь-якому випадку залишається весь персонал. Організаторами роботи по формуванню і розвитку корпоративної культури зазвичай являються спеціалісти по управлінню персоналом [1, с.90]. Вміння керівництва не лише приймати ефективні управлінські рішення, а й формувати позитивну корпоративну культуру не виникають самі собою. Вони, в свою чергу, формуються і закріплюються в процесі професійної підготовки менеджерів у вищому навчальному закладі. Досить корисними для менеджера є знання в області педагогіки та психології, що дозволяють формувати здорову соціально-психологічну атмосферу в колективі.

Відомо, що ефективність праці людини та ступінь її задоволення своїм службовим становищем, результатами своєї роботи, істотно залежить від того, наскільки це все сприяє задоволенню її основних потреб. Ще знаменитий американський вчений А. Маслоу групує потреби людини за п'ятьма категоріями:

1. Фізіологічні потреби – їжа, одяг, житло тощо. Задовольнивши дані потреби, вони перестають бути для людини факторами мотивації в процесі діяльності, а тому на її поведінку більше не впливають;
2. Потреби в безпеці – психологічна і фізіологічна безпека, гарантія роботи на тривалий час тощо;
3. Соціальні потреби – бажання об'єднуватися в групи, контактувати з іншими людьми, бути сприйнятим і зрозумілим;
4. Потреби в повазі – самоповага, самостійність, потреба у визнанні;
5. Потреби в самоактуалізації – потреба у власному розвитку, прагнення до успіху, до розширення власних повноважень, сфери свого впливу тощо [2, с.22].

Маслоу подає дані потреби в порядку зростання пріоритетності, наголошуючи, що задоволення нижчестоящих потреб призводить до появи бажання задовольнити вищестоящі.

Таким чином, корпоративна культура – це також один із основних засобів мотивації робітників, адже

задовольнивши потреби першого рівня (чисто матеріальні), у робітників виникають потреби іншого роду: досягнення певного становища в колективі, прагнення самореалізуватися, досягти визнання тощо. І саме тут на передній план виходить корпоративна культура, адже однією із її головних функцій є підтримка кожного члена колективу, розкриття його індивідуальних здібностей, таланту, що є значним мотивом для багатьох робітників [1, с.91].

Дії керівників здійснюють великий вплив на корпоративну культуру, адже їх поведінка може викликати ефект наслідування всім колективом. Таким чином, з метою створення позитивної корпоративної культури, керівництво має забезпечити колективу такі умови праці, які дозволять працівникам самореалізуватися, відчуваючи при цьому моральне і матеріальне задоволення.

Корпоративна культура включає в себе вміння вести ділові переговори, заключати контракти, врегульовувати конфлікти, знайшовши компроміс.

Для формування корпоративної культури, яка б забезпечувала ефективний розвиток організації в майбутньому, керівництво повинно зробити ряд кроків, що виділяються в наступні етапи:

По-перше, необхідно визначити місію організації, тобто те, заради чого існує організація, адже правильно сформована місія – запорука отримання ефективних результатів діяльності.

По-друге, керівництву варто дослідити існуючу корпоративну культуру, що є передумовою успішної її зміни. Визначивши реальний стан корпоративної культури та маючи уявлення про бажаний її стан, керівництво може прийняти рішення про ті дії, що дозволять перейти із фактичного стану у бажаний.

По-третє, бажано розробити основні заходи спрямовані на створення концепції бажаної корпоративної культури та розпочати впровадження цих заходів, що здатні змінити корпоративну культуру в позитивному напрямку

Саме на останньому етапі особлива і головна роль відводиться керівнику організації, адже йому варто почати вдосконалювати корпоративну культуру організації із себе. Це є причиною того, що люди засвоюють нові для себе зразки поведінки через імітацію. Таким чином, саме керівник має стати прикладом, моделлю, показуючи приклад такого ставлення до справи, такої поведінки, яку передбачається закріпити і розвивати у підлеглих. Для того, щоб засвоїти елементи корпоративної культури і прищепити їх підлеглим, керівник, як зразок, повинен, в першу чергу, володіти елементами загальної культури, бути постійно стурбований удосконалюванням системи управління і підвищенням адаптаційних можливостей організації [3, С. 329-332].

Отже, в процесі формування корпоративної культури та сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі організації надзвичайно важлива роль відводиться керівництву цієї організації. Обов'язково має бути присутнім момент двостороннього спілкування керівника з робітником. При цьому, керівник має прислуховуватись до порад та пропозицій робітників, їхніх скарг, адже це дозволить усунути конфліктні ситуації, знайти компроміси, забезпечити сприятливу для виробництва атмосферу. Створенню позитивного соціально-психологічного середовища в колективі дозволять і такі заходи як: ділові бесіди один на один, що нададуть можливість обговорити важливі проблеми та двом сторонам вислухати протилежні думки; наявність дошки оголошень, як засобу ефективної передачі інформації; ящика для пропозицій, що дасть можливість анонімно в письмовій формі висловити свою пропозицію тощо.

Крім того, важливим елементом, що присутній в корпоративній культурі, є момент мотивації, адже з метою збереження кваліфікованих робітників, керівник в першу чергу має їх стимулювати, що в свою чергу принесе користь організації. Також важливою складовою частиною корпоративної культури мають стати соціальні інвестиції, такі як: розвиток персоналу та нематеріальне стимулювання. В організації має бути можливість навчання, перекваліфікації персоналу за рахунок коштів даної організації. Щодо нематеріального стимулювання, то безпрограшним варіантом буде створення системи соціальних пільг, в результаті чого зростатиме мотивація та ефективність праці, зменшуватиметься плінність кадрів тощо.

Список використаних джерел:

1. В. Матова *Управление персоналом предприятия – Москва 2007. – с. 91-168*
2. Ситай В. А. *Внутрішньомаркетингові дослідження для оцінки соціально-психологічного клімату в колективі // Маркетинг в Україні. – №5. – с. 22*
3. В. Воронкова, А. Беліченко *Управління людськими ресурсами: філософські засади. – С.326 339*

Annotation. *In the text the author describes the problems of creation positive corporation culture as a main factor of positive-social and psychological climate in the enterprise.*

Key words: *a corporation culture, social and psychological climate, the mission of organization.*