

Список використаних джерел

1. Максименко С. Д. Розвиток креативних компонентів мислення / Максименко С. Д. // Психолог. – 2003. – № 33. – С. 7–10.
2. Моляко В. О. Готовність до творчої праці / Моляко В. О. – К.: Знання, 1989. – 43 с.
3. Пов'якель Н. І. Професіогенез саморегуляції мислення практичного психолога: монографія / Пов'якель Н. І. – К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2003. – 294 с.

*Олександр Замороцький,
Валерія Федчук*

КОНЦЕПЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасних реаліях ринку, де для досягнення успіху будь-який бізнес має бути клієнтоорієнтованим, пізнаваним та відкритим, діяльність організацій, підприємств, установ в деякій мірі визначається рівнем розвитку корпоративної культури.

Корпоративна культура є ефективним інструментом стратегічного розвитку бізнесу, формує імідж організації. Її формування направлено на підвищення конкурентоспроможності та пов'язане з інноваціями, які направлені на досягнення бізнес-цілей організації. Корпоративна культура, як ресурс підприємства, може бути ефективним засобом управління персоналом, а також важливим маркетинговим інструментом.

Варто зауважити, що корпоративна культура охоплює вагому частину соціальної та виробничої життєдіяльності колективу.

Обов'язковою частиною загального менеджменту є корпоративне управління, воно є одним із його базових елементів і визначає узгодження відносин власників і менеджерів.

Дедалі більше менеджерів світового рівня стверджують, що серед факторів, які впливають на досягнення компаніями довгострокового успіху, перше місце посідає людський фактор, тобто добре підібрані, правильно організовані й мотивовані працівники, які вміють ефективно вибудовувати міжособистісні стосунки та взаємодіяти між собою й із клієнтами на високому рівні культури спілкування. Спеціалісти, які досліджували фактори, що привели до успіху компанію «Microsoft», підкреслюють, що основний секрет її успіху – створення вдалого корпоративного середовища, пронизаного творчим духом, гнучкою філософією управління та опорою на командну роботу. Усе це забезпечується позитивним впливом корпоративної культури. Те саме можна сказати про компанії «Honda», «Apple», «Virgin», «Tesla» й ін. Їхній

успіх визначається скоріше цінностями, ніж ставленням до ринкових сил, скоріше заповідями особистої якості, ніж завоюванням позицій у конкурентній боротьбі, скоріше турботою про розуміння ситуації, аніж проблемами ресурсної переваги. Тут визначається, що головною цінністю є людина й уся увага приділяється їй, що сприяє формуванню високої корпоративної культури. У цих компаніях існує стійкий зв'язок між успішною діяльністю та ступенем розвиненості корпоративної культури. Саме її високий рівень дає змогу їм успішно розвиватися в умовах жорсткої конкурентної боротьби [1].

Сьогодні не існує єдиного підходу до визначення сутності корпоративного управління у роботах як вітчизняних, так і західних науковців. Найбільш відомим тлумаченням даного терміну є визначення, що запропонували П. Кочрана і С. Вартіка. На їхню думку, корпоративне управління – це захисний механізм, що охоплює багато аспектів, які стосуються концепцій, теорій і практики рад директорів. Це галузь, що концентрується на взаєминах між радою директорів, акціонерами, вищим менеджментом, регуляторами, аудитором і іншими стейкхолдерами [2].

Процес корпоративного управління складається передусім з формулювання стратегії та визначення цілей діяльності організації, прогнозування і планування діяльності, питань моніторингу діяльності, мотивації праці персоналу тощо.

Варто зауважити, що формування корпоративної культури визначається такими чинниками, як національні особливості, менталітет, традиції, культура, конкретними політичними та економічними умовами в країні, а також стилем керівництва і професійною культурою. Це означає, що культура в організації може формуватись свідомо її провідними членами, керівництвом і співробітниками компанії, або довільно з часом під впливом різних внутрішніх і зовнішніх факторів [3].

Міцна корпоративна культура може і має стати тією основою, що допоможе не лише зберегти колектив підприємства в складні часи, але й набути особливих конкурентних переваг. Тому необхідним фактором для подальшого ефективного розвитку національної економіки є формування на підприємствах прогресивної корпоративної культури.

Економічні відносини сучасного ринкового господарства зумовлюють необхідність розробки якісно нових підходів до розуміння ролі ресурсів нематеріального характеру. Організації, успішна діяльність яких визначалася переважно ефективним використанням матеріальних та фінансових ресурсів, поступово витісняються підприємствами нового типу, які усвідомлюють провідну роль ресурсів, які мають нематеріальну природу.

В умовах динамічного ринкового середовища та стрімкого розвитку високих технологій, конкурентоспроможність та ефективна діяльність підприємств забезпечується шляхом інтелектуальних активів. Пасивна позиція вітчизняних підприємств в питаннях цілеспрямованого залучення

нематеріальних ресурсів у свою діяльність є наслідком відсутності комплексної системи створення, раціонального використання та управління нематеріальними активами в загальній системі управління підприємством [4].

У даних умовах корпоративна культура являє собою один з найважливіших ресурсів, здатних істотно впливати на результативність функціонування підприємства. В ситуації мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства увага до культурного потенціалу спроможна забезпечити економічному суб'єкту досягнення більшої стабільності, інноваційної привабливості, здатності до постійного розвитку.

Значення корпоративної культури для розвитку будь-якої організації визначається наступними обставинами:

- 1) вона надає співробітникам одночасно організаційну ідентичність та індивідуальність, визначає внутрішньо колективне уявлення про компанію, сприяє згуртованості колективу та зміцнює корпоративний дух;
- 2) знання основ культури організації власної компанії допомагає новим працівникам правильно розуміти та сприймати події, що відбуваються в ній, виокремлювати в них все найбільш важливе і суттєве;
- 3) внутрішня організаційна культура стимулює самосвідомість і високу відповідальність працівника, який виконує поставлені перед ним завдання [5].

Щоб забезпечити стабільний розвиток підприємства та підвищити його ефективність, управлінському персоналу необхідно визначити пріоритетні напрямки корпоративного управління, а саме формування відповідної корпоративної культури, беручи до уваги не лише економічні методи управління.

Отже, корпоративна культура, як фактор формування ефективної моделі поведінки в середині організації, формується в процесі функціонування організації і поділяється всіма членами колективу. Корпоративна культура – це система цінностей, норм, правил, традицій та принципів, за якими функціонують співробітники. В її основі лежить філософія компанії, яка визначає систему цінностей, загальне бачення розвитку, а також модель взаємовідносин.

Корпоративна культура як фактор підвищення ефективності управління підприємством відіграє значну роль, так як формує систему матеріальних та духовних цінностей властивих лише даній компанії. Саме корпоративна культура сприяє створенню відмінностей однієї організації від іншої, створює атмосферу повної унікальності для працівників організації, сприяє дотриманості цілей організації, і характеризується системою певних зв'язків, взаємодій і відносин у самій компанії, проявляється через систему певних установок і очікувань, які поділяються співробітниками організації, і служить контролюючим механізмом.

Список використаних джерел

1. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / О. Апостолук // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 68–73. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_14
2. Довгань Л. Є. Корпоративне управління: навч. посіб. / Л. Є. Довгань, В. В. Пастухова, Л. М. Савчук. – Київ: Кондор, 2007. – 180 с.
3. Лозовський О. М. Застосування світового досвіду мотивації праці на вітчизняних підприємствах / О. М. Лозовський, О. В. Хомко // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. – Вип. 8, ч. 3. – С. 87–90.
4. Гава Ю. В. Інтелектуальний капітал: сутність та зростання ролі в розвитку економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.01 / Гава Ю. В. – Київ, 2009. – 19 с.
5. Лозовський О. М. Роль корпоративної культури в системі корпоративного управління підприємством [Електронний ресурс] / О. М. Лозовський, Ю. О. Петлінська // Молодий вчений. – 2017. – № 1. – С. 635–639. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_154

Тетяна Звірянська

ЛАТИНА В РАННЬОМУ ПОЛЬСЬКОМУ СЕРЕДНЬОВІЧЧІ

Польська держава постала при перших П'ястях в період прийняття християнства. Одночасно з прийняттям християнства Польща долучилася до латинської спільноти. До неї належали держави, що утворилися на руїнах колись могутньої Римської імперії. Вони, передусім, були об'єднані латиною. Перед Польщею такий шлях пройшли Чехія і Угорщина. Та саме Польщі невдовзі довелося стати своєрідним культурним мостом між Католицьким Заходом і Православним Сходом Європи [1, с. 86].

Латина скоротила шлях Польщі до цивілізованої Європи, стала мовою її культури і їх єдність відтоді триває більше тисячі років. Вибір культурних зразків і культурних кодів привів до появи на периферії тодішнього латинського світу держав, що розмовляли варварськими мовами. У мадярській та слов'янських мовах важко було віднайти латинську елегантність, навіть звulгаризовану. Саме латина домінувала в тодішніх культурних центрах Європи. Для того, щоб тебе могли хоч почути в таких центрах, необхідно було терміново опанувати латину. А також вивчити право і звичаї Риму і держав-наступниць.