

**Каличева Н.Є.**  
д.е.н., професор  
**Бруснік К.С.**  
магістр

Український державний університет залізничного транспорту (Україна)

## **КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК СУЧАСНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ**

Корпоративне управління нерозривно пов'язане з корпоративною культурою. Корпоративна культура виробляє стиль, здатний створити для підприємства [1]:

- мікроклімат з урахуванням переконання, що головна мета - це права людини, які в жодному разі не повинні зневажатися;
- спільноту як "одну величезну сім'ю";
- лідерство у команді, яке починається там, де закінчується менеджмент.

Корпоративне управління персоналом означає перехід від концепції "управління кадрами" до парадигми "управління людськими ресурсами" з посиленням її соціальної спрямованості. Вона спирається на соціологічну теорію особистості, яка розкриває механізми прояву її потенціалів:

- по-перше, ціннісно світоглядного з корпоративною філософією "спільної долі", що визначає ідейну консолідацію та мобілізацію персоналу; формування у нього певного типу світогляду та сприйняття дійсності; ідентифікацію корпоративних інтересів та особистих кожного працівника;

- по-друге, творчого потенціалу у трудовому процесі та самовираження особистості на робочому місці, що посилюють суб'єктивну сторону функціонування організації, пов'язану з її вищою ефективністю, культурою якості, збільшенням прибутків, що зумовлює перетворення інвестицій у розвиток персоналу на корисну витрату (до 40-50% витрат виробництва), що створює умови для добровільної інтенсифікації праці та раціональної мобілізації потенціалу працівника на користь організації;

- по-третє, показано роль потребно-мотиваційного потенціалу особистості як позиції та ентузіазму, тобто як рушійної сили діяльності, яка відображає залученість персоналу до реалізації місії фірми та є додатковою енергією, що перетворює корпоративний дух на результат. У корпоративній культурі даний елемент постає як вираження турботи про людей-працівників зі швидким зворотним зв'язком. Це створює моральний (діловий) підйом "людського ресурсу", ефективність праці та культуру якості. Тут є взаємозв'язок наступних складових: витрати праці - результати - винагорода - задоволеність винагородою. Без належної зацікавленості працівника навіть творче керівництво не досягне високої продуктивності праці. При цьому ефективність неекономічної мотивації з використанням моральних, етичних, ідеальних та дисциплінарних мотивів, що спираються на відповідні духовні потреби людини, сенс життя, цінності особистості трудової діяльності, проявляється на основі високого рівня матеріального добробуту та соціального захисту за місцем роботи [2].

Культура якості, що є корпоративним продуктом та результатом корпоративної культури підприємства, досягається роботою всього персоналу, а не лише спеціальними підрозділами контролю якості на кінцевих стадіях.

Варто відзначити, що особливостями розв'язання проблеми культури якості нині є [3]:

- мотивація до загального менеджменту якості;
- тотальне навчання персоналу з обліком моделі ISO 9000 (9001), що охоплює всі етапи створення продукту (послуги) від підписання контракту до впровадження та підтримки;
- посилення гуманістичної складової якості та безпеки продукції;
- використання методів самооцінки за передовими світовими моделями.

Разом з тим управління якістю актуалізує питання прибутковості заходів у напрямі, що розглядається. Річ у тому, що зусилля в галузі якості (витрати) не завжди призводять до економічного успіху (вигоди). Звідси випливає необхідність перспективної господарської оцінки капіталовкладень у відповідні заходи. Вплив останніх на збільшення виторгу та зниження витрат можна простежити за допомогою так званого ланцюжка успіху підприємства в рамках управління якістю з прикладами факторів, що стримують.

Ще одним напрямом корпоративної культури є формування корпоративної солідарності: традиції й якості організації та управління, чіткість посадових інструкцій, визначення корпоративної місії; відповідність корпоративної діяльності законодавству [1].

Реальною проблемою для керівників стає створення міцного «каркасу корпоративності» з відданих і креативно мислячих співробітників. Звичайно, першою умовою соціальної успішності та ефективності компанії є відповідність її діяльності законодавству та очікуванням громадськості. Йдеться про таку правову корпоративну діяльність, яка сприяє громадському визнанню людської гідності та досягненням співробітників, формуванню моральної людини, що розширює життєві ресурси та можливості компанії та її суб'єктів. Мало того, у такій діяльності вбачається не лише виконання соціальної місії, а й ширший зміст соціальної відповідальності компанії – зміцнення національного та навіть загальнолюдського соціального капіталу.

### **Список використаних джерел**

1. Корпоративна культура: навчальний посібник /Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова, Р.О. Винничук, Н.В. Смолінська. Львів: 2011. 317 с.
2. Каличева Н.Є., Стецюк М.І. Удосконалення системи управління персоналом в умовах розвитку підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. №. 49. С. 195 – 198.
3. Дикань В.Л., Компанієць В.В. Економічна культура: зміст, функції, історичний аналіз. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2008. №. 24. С. 193-199.