

1. Лойко Д.П. Управління якістю : навч. посіб. – 2-е вид. / Д.П. Лойко, О.В. Вотченікова, О.П. Удовіченко, М.А. Котляр. – Л. : Магнолія 2006, 2010. – 336 с.
2. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навч. посіб. / О.І. Момот. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 368 с.
3. Векслер Е.М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Е.М. Векслер, В.М. Рифа, Л.Ф. Василевич. – К. : Професіонал, 2008. – 320 с.

**Штефусь Тетяна Олександрівна,**

студентка Навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Гоголь Т.В.

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ  
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Питання корпоративної культури, відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору, але, не зважаючи на це, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. В багатьох розвинутих країнах національна корпоративна культура є продуктом багатоміліардної історії управління і незримо пронизує та надихає всі основні механізми корпоративного контролю. Корпоративна культура сприяє розвитку та досягненню стратегічних цілей і орієнтирів організації. Крім того, в сучасних організаціях вона набуває принципово нових рис, що передбачає зміни і в культурі управління.

Вчені, що займались вивченням даного питання дійшли висновку, що корпоративна культура – це спрямована впродовж всієї історії підприємства сукупність прийомів та правил адаптації підприємства до вимог зовнішнього середовища та формування внутрішніх відносин між групами працівників. Корпоративна культура будь-якого підприємства може мати характерні особливості залежно від роду діяльності, форми власності, положення на ринку

чи в суспільстві. Особливості корпоративної культури знаходять втілення у символіці, що залежить від пріоритету в організаційній культурі влади, ролі чи вчинків особистості [1,с.67]. На основі аналізу варіантів інтерпретації поняття “корпоративна культура” доцільно запропонувати тлумачення корпоративної культури як категорії управління організацією, що дозволить більш повно усвідомити його сутність і змістовність. Таким чином, корпоративна культура - це специфічний різновид функціонування та розвитку стратегічної діяльності суб'єктів корпоративних відносин.

Для успішної реалізації стратегічних цілей підприємства дедалі більшого значення набуває розуміння менеджментом ролі корпоративної культури. У багатьох керівників поняття “корпоративна культура”, асоціюється з традиціями, закладеними на конкретному підприємстві, а все інше - просто розумно складені речення. Проте це спрощене розуміння, адже кожне підприємство має формувати свою систему корпоративної культури, щоб насамперед досягти поставленої бізнес-мети. Ця система повинна складатися з певних цінностей і поділятися керівниками цього підприємства. Саме тому культура, яка формується, стає своєрідною візитною карткою підприємства, за якою можна робити висновки про її носія. На підприємстві корпоративна культура створює особливу внутрішню атмосферу, яка мобілізує людей на виконання вищих цілей і місії: підвищується якість та інтенсивність роботи кожного працівника, зводяться до мінімуму виробничі конфлікти. Сьогодні більшість керівників розглядають корпоративну культуру як потужний стратегічний інструмент, який орієнтує всі підрозділи на досягнення загальних цілей.

Механізм формування корпоративної культури здійснюється за допомогою концепції чотирьох середовищ. На глобальному рівні головний вплив на формування та розвиток культури фірми здійснює мегасередовище міжнародного бізнесу. Макросередовище відповідає національному рівню. Відповідно корпоративний рівень багато в чому визначає мікросередовище зі своєю культурною специфікою (корпоративний рівень). І, нарешті, на

персональному рівні працівника культура значною мірою визначається метасередовищем (особистісними культурними контактами людини) [2, с.133].

Характер корпоративної культури описується системою ознак, визначених за декількома критеріями:

– позитивна корпоративна культура фіксує цінність професійно-трудової діяльності як способу реалізації цінності, її саморозвитку, а також цінність організації;

- негативна корпоративна культура відображає ситуацію, коли становище на конкретному підприємстві в цілому є позитивним, однак для окремого співробітника, з точки зору його саморозвитку та самореалізації – не вигідним [3, с.98-101].

Сучасна корпоративна культура містить ключову суперечність – командний стиль управління і впровадження принципу особистої відповідальності найманих робітників, що перешкоджає формуванню консолідованої культури організацій. Проте, особливості корпоративної культури в українських організаціях поки що носять декларативний характер. Тому в перспективі необхідно сформувати новий стиль управління, що поєднає, з одного боку, жорстку дисципліну і централізацію, а з іншого - скорочення дистанції влади через відкритість і доступність.

Основний стратегічний орієнтир формування нової корпоративної культури - це необхідність об'єднання і формування єдиних стандартів для різних організацій. Експертні оцінки свідчать, що зміна власника без істотного оновлення управлінської ланки організації ще не означає принципової трансформації у культурній орієнтації. При цьому сучасна стратегія припускає формування нової команди менеджерів. Що стосується комунікацій, то слід зазначити, що їх впровадження є наслідком інформаційних технологій як найважливіших елементів в управлінні підприємством. Внутрішні системи інформування включають спеціалізоване програмне забезпечення, локальні комп'ютерні мережі, за допомогою яких здійснюється інформаційний обмін між службами різного рівня. У той же час існує дефіцит висококваліфікованих і

досвідчених кадрових працівників. Тому розвиток творчого підходу в колективі, інвестування в нові кадри – характерні риси організацій, орієнтованих на ринкову стратегію. В цілому спостерігається тенденція до формалізації відносин, яка виражається не стільки в переліках посадових обов'язків, скільки в спробах топ-менеджерів будувати взаємовідносини з найманими працівниками.

Отже, корпоративна культура - це ефективний інструмент стратегічного управління у руках керівника, за допомогою якого можна привести організацію до успіху, процвітання і стабільності, але при неефективному використанні можливі прямо протилежні результати.

### **Список використаних джерел**

1. Вплив корпоративної культури на мотивацію/ Т.Л. Коваленко, Я.М. Ліцар, К.С. Березянська // Вісник НУК - 2008.
2. Спивак В. Корпоративная культура / В.Спивак - Питер, 2007. - 185 с.
3. Чернишова А.О. Деякі аспекти корпоративної культури організації // Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2010, вип. 17. – С.98-101.
4. Андронов В.В. Корпоративный менеджмент в современных экономических отношениях.-М.: Экономика, 2003.
5. Зубенко В.В. Факторы формирования инновационной культуры предприятия // Проблемы и перспективы развития сотрудничества стран Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. – Одесса-Донецк. Т. II. – 2008.

**Шубович Тетяна Анатоліївна,**

аспірант Подільського державного аграрно-технічного університету,

м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: д.е.н., професор Доманчук Д.П.

**ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ  
ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**