

проекту. Західний досвід свідчить, що добре підготовлений бізнес-план дає можливість знайти додаткові джерела фінансування в десяти випадках із ста. В Україні подібної статистики поки немає, оскільки це достатньо трудомісткий і дорогий захід.

В процесі попередньої експертизи, як правило, розробляється перелік критеріїв у вигляді дослідних тестів фахівців, де для кожного з критеріїв визначають відповідні коефіцієнти і залежності від їх значення.

Список використаних джерел:

1. Микитюк П., Микитюк Ю., Завитій Я. Дослідження концепції організації проєктування та оцінка факторів формування економічної ефективності інвестиційних проєктів. *Вісник економіки*. 2022. № 3. С. 169-182.
2. Микитюк П., Микитюк Ю., Завитій Я. Методика аналізу та управління ефективністю використання виробничих ресурсів організації. *Економічний аналіз*. 2022. 32 (4). С. 217-228. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.217>
3. Інвестиційно-інноваційний менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Терноп. нац. екон. ун-т; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. П. П. Микитюка. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2015. 451 с.
4. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Горбовий А. Ю. та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Ліпич; Ун-т держ. фіск. служби України. Вид. 2-е, випр. і допов. Ірпінь : Ун-т ДФС України, 2019. 285 с.

Олег БОГАЧ

здобувач освітньо-професійної програми
«Менеджмент» ЗУНУ
Науковий керівник – д.е.н., професор
кафедри менеджменту, публічного
управління та персоналу ЗУНУ
Руслан АВГУСТИН

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Довгострокова конкурентоспроможність бізнесу значною мірою визначається рівнем використання керівництвом і персоналом власного інтелектуального та ділового потенціалу. Залученість співробітника до діяльності організації впливає на досягнення її стратегічних цілей, При цьому важливо, що життєвий потенціал і правильне функціонування самої організації в цілому залежить від ефективності сформованої в ній корпоративної культури.

В найбільш загальному розумінні «корпоративна культура» розглядається як сукупність матеріальних і духовних цінностей, норм, правил і норм поведінки, що панують в організації і відображають її

індивідуальність. Тобто, корпоративна культура це свого роду філософія та ідеологія управління організацією, вона дозволяє передбачити поведінку співробітника в критичних ситуаціях, визначає психологічний клімат у роботі підприємства. При цьому корпоративна культура дозволяє керівництву формувати імідж організації, підвищує почуття відповідальності співробітників, спрощує процес адаптації нових членів організації та сприяє досягненню її цілей.

Загалом концепції корпоративної культури можна поділити на дві основні групи: раціонально-прагматичні, що розглядають корпоративну культуру як атрибут організації та припускають можливість впливу на її формування, та феноменологічні, що трактують корпоративну культуру як мету діяльності організації. Сама сутність організації і заперечує можливість свідомого прямого впливу на її формування. Перший підхід забезпечує доступ до технологічних можливостей в управлінні корпоративною культурою, а другий показує унікальність формування корпоративної культури, синергію її існування. Створення оптимального напрямку у навчанні та розвитку корпоративної культури та підвищення її ефективності поєднує ці дві тенденції.

Виділяють три рівня корпоративної культури:

- поверхневий (символічний) рівень культури, де людина відчуває, чує, бачить, яка ситуація в організації, які умови створені для її співробітників, який персонал працює в цій організації; це очевидний продукт усвідомлення, стимулювання та просування;

- підпільний рівень (організаційна ідеологія), де людина досліджує, чому в організації створені саме такі умови для роботи та відпочинку персоналу, обслуговування клієнтів, чому працівники дотримуються такої моделі поведінки; саме правила, цінності, переконання, політика визначають життя організації;

- базовий (глибинний) рівень, де людина на підсвідомому рівні сприймає навколишню дійсність, має уявлення про природу навколишнього світу, простір, час, людські стосунки; ці припущення, невидимі та прийняті як істина, керують поведінкою людей, допомагаючи їм прийняти якості, які характеризують культуру організації.

Тобто, корпоративна культура, з одного боку, спрямована на співробітників, їх згуртування та ідентифікацію з організацією, з іншого боку, сприяє ефективній адаптації системи управління нею до зовнішнього середовища, що швидко розвивається, визначає здатність до саморозвитку, і дає стратегічну перевагу над конкурентами.

Формування корпоративної культури – тривалий і складний процес, який традиційно включає чотири етапи:

- 1) визначення місії організації, її фундаментальних цінностей;
- 2) формулювання стандартів поведінки для членів організації;
- 3) формування організаційних традицій;
- 4) розвиток символу.

Корпоративна культура включає: символи, традиції, поведінку, працю, ритуали, структуру спілкування. Основою корпоративної культури компанії, на нашу думку, є основні цінності, ідеї, погляди, принципи, які поділяють співробітники організації. Вони можуть бути різними в залежності від того, що лежить в їх основі: інтереси організації в цілому або інтереси окремих її учасників. Це визначає стиль поведінки і спілкування співробітників компанії.

Важливими складовими корпоративної культури є культура співпраці, яка проявляється культурою міжособистісних взаємодій, і культура лідерства. Ще одним елементом корпоративної культури є мотивація співробітників. Психологічний клімат колективу також є важливим елементом корпоративної культури, який формує його розвиток. Нормальна атмосфера міжособистісних стосунків дає працівникові можливість відчувати себе інтегрованим у колектив, викликає інтерес до роботи в колективі, спонукає до адекватної оцінки досягнень і невдач своїх колег і компанії в його складі. Наступним, не менш важливим, елементом корпоративної культури є емоційна безпека – міра стійкості емоційного стану людини.

Таким чином, корпоративна культура є сильним стратегічним інструментом. Це дозволяє орієнтувати всіх співробітників організації на спільні цілі та завдання, залучати їх до ініціативи, а також полегшує комунікацію між підрозділами.

Список використаних джерел:

1. Веретенникова Г. Б. Аналіз готовності підприємства до впровадження сучасних інструментів розвитку корпоративної культури / Г. Б. Веретенникова, В. В. Томах // *Development Management*. 2020. Vol. 18. Issue 4. С. 1-9.
2. Красовська О.Ю. Генезис поняття «корпоративна культура підприємства». *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 6(1). С. 89-93