

с одной стороны, координировала и стимулировала разработку и выпуск импортозамещающих товаров, с другой – способствовала созданию новых видов товаров мирового уровня.[3,5].

Вывод. Таким образом, для того, чтобы перечисленные принципы “стратегии качества” нашли воплощение в реальной экономике, необходимо создание или реформирование целой системы рыночных и кооперационных отношений, обеспечивающих взаимодействие и взаимопроникновение производственных и маркетинговых процессов, как на предприятиях, так и в масштабе отраслей и комплексов. По сути дела за счет учета компонент качества продукции должны быть пересмотрены сами критерии оценки функционирования рыночной экономики.

Новые подходы к “стратегии качества” требуют и соответствующего институционального фундамента. Основная роль здесь принадлежит предприятию как одному из наиболее устойчивых институтов рыночной экономики. Предприятие является в экономике основным звеном в системе движения материальных и финансовых потоков, в основе которого заложено самовоспроизводство, именно последнее и подталкивает предприятие к постоянному обновлению.

Библиографический список

1. **Фатхутдинов Р.А.** Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000
2. **Голубков Е.П.** Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М., Дело, 2006.
3. **Юданов А.** Теория конкуренции: прикладные аспекты – Мировая экономика и международные отношения, № 6, 1997 г.
4. **Апишев А.А., Гапоненко А.В.** Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий: Монография / Кубан. гос. тех-нол. ун-т: Изд. КубГТУ, 2002.
5. **Багиев Г.Л.** Маркетинг взаимодействия: товарная политика, конкурентоспособность товара, стратегические решения. - СПб: Изд-во С.-Петербург.гос.ун-та экономики и финансов, 2002.

ВОВК О.Г., ст. гр. МО-07В

Науч. руков.: Карасева Ю.Н., асп.

Донецкий национальный университет экономики и торговли

имени Михаила Туган-Барановского

г. Донецк

ЗНАЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В МОТИВАЦИИ ТРУДА

Рассмотрена сущность корпоративной культуры, ее роль и значение в мотивации труда работников.

Актуальность. Современная Украина, как любое другое молодое государство, сталкивается с рядом социально-экономических проблем. Одной из них является корпоративная культура на предприятии, которая играет очень важную роль в жизни предприятия, поэтому она должна быть предметом самого пристального внимания со стороны руководства. Менеджеры обязаны уметь анализировать практику корпоративной культуры, влиять на ее формирование и изменения в лучшую сторону. Актуален также вопрос, насколько должен ассоциировать каждый сотрудник свои личные интересы с интересами фирмы.

Цель исследования. Выявить сущность корпоративной культуры, ее место в мотивации труда.

Основная часть. Любое коммерческое предприятие, каждая организация является сложным организмом, основой жизненного потенциала которого служит организационная (или корпоративная) культура: то, ради чего люди стали членами этой организации между ними, какие устойчивые нормы и принципы в жизни деятельности организации они разделяют, что по их мнению, хорошо, а что плохо, и очень многое из того, что принято относить к ценностям и нормам.

Носителем корпоративной культуры выступают люди, но в организациях с устоявшейся корпоративной культурой она как бы отходит от людей и становится атрибутом организации, ее частью, оказывающей мощное воздействие на ее участников, трансформирующей их поведение в соответствии с нормами и ценностями, которые и составляют ее основу.

Культура организации – сложная композиция разных предположений и предпосылок, бездоказательно, априорно принимаемых и разделяемых членами коллектива. Нередко корпоративная культура трактуется как принимаемые основной частью коллектива организации философия и идеология управления, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействия внутри организации и за ее пределами.

При анализе корпоративной культуры следует выделить три основных момента. Первый – это базовые основы, которых придерживаются члены организации в своем поведении и действиях. Они нередко связаны с видением окружающей человека среды и регулирующих ее переменных. Второй – это ценности (или ценностные ориентации), которых может придерживаться человек. Ценности определяют, какое поведение можно считать допустимым или недопустимым. Третий – это «символика», посредством которой ценностные ориентации «передаются» членам организации. Некоторые фирмы имеют специальные документы, в которых детально описаны ценностные ориентации [1].

Опросы руководителей, менеджеров показали, что создание корпоративной культуры – это вложение в перспективу: если целями, поставленными на будущее, не проникнется каждый работник, вероятность их достижения очень мала. Другие менеджеры считают, что корпоративная культура – это что-то вроде морального климата в коллективе.

Корпоративная культура – это система ценностей и убеждений, разделяемых всеми работниками фирмы, предопределяющая и поведение, характер жизнедеятельности организации. Предприятия подбирают работников, ориентируясь на реальный потенциал их интеллектуальной и духовной энергии, от которого и зависти их способность к творческому труду.

Цель корпоративной культуры – обеспечение высокой прибыльности фирмы посредством совершенствования управления человеческими ресурсами в целях обеспечения лояльности сотрудников к руководству и принимаемым им решениям, воспитания у работников отношения к предприятию как к своему дому, что приводит к максимизации эффективности производственного менеджмента и к качественным улучшениям деятельности предприятия в целом.

Культура фирмы ориентирует сотрудников на долговременные цели. Основные рычаги – продвижение кадров в рамках компании, делегирование полномочий и ответственности, поощрение «чемпионов идей» и многое другое. Характерно активное привнесение во внутрифирменную практику пропагандистских установок, морально-этических ценностей и жизненных ориентиров для работников. Это наиболее эффективно при продолжительном воздействии и тогда, когда обеспечена благоприятная обстановка для восприятия корпоративных ценностей. Менеджмент компании концентрирует свои действия на развитии чувства общности, причастности к

совместному делу, последовательно создает такой образ компании, который необходим ее руководителям. Управление этим процессом базируется на четко сформулированных целях компании, ее фундаментальных принципах, на стратегических программах развития [3].

Культуру предприятия не стоит воспринимать как нечто монопольное, неизменное. В каждой крупной организации имеет место целая совокупность правил игры, норм, принципов, определенных понятий и подходов к самим себе и другим, установленных и скрытых распоряжков. Носителями этих субкультур выступают личности, выражающие интересы.

Культура является ключевым инструментом мотивации: гордость за собственное предприятие, свой коллектив, ощущение того, что на основе стиля общения все находятся на высоком уровне. Естественно желание быть первым, лучшим в определенной области, в определенной сфере, в конкретной рыночной нише, желание расширить и удержать же достигнутые рубежи.

В рамках корпоративной культуры для многих компаний стало характерно:

- опора на культуру как систему общих ценностей персонала в рамках управленческого воздействия. Поиск «мягких» составляющих развития организации свидетельствует о том, что при возросшем динамизме и неопределенности внешних условий традиционные «жесткие» инструменты уже не обеспечивают повышения эффективности бизнес;
- обособление проблемы организационной культуры предприятий свидетельствует о вызревании связанных с ней противоречий. Сегодня широко признаются сложность и дифференцированность организационных субкультур, в том числе и в различных отделениях и в филиалах в разных странах ;
- корпоративная культура, контролируемая высшим руководством, лучше всего подходит для отражения в сознании работников процессов делегирования ответственности и необходимости совместных усилий. В создании корпоративной культуры менеджеры видят сегодня этический курс дальнейшего развития, объединения новаторского потенциала широких групп трудящихся. Убеждение персонала в том, что предприятие соединяет работу с его жизненными ценностями, выполняет важную функцию менеджмента – не только отразить реальные процессы жизнедеятельности работников, но и одновременно навязать им свое видение трудовых отношений в фирме [2].

Все процессы в компании взаимосвязаны и функционируют во взаимозависимости друг от друга, а корпоративная культура, является индикатором, который позволяет сформировать определенные отличия между компаниями, и аккумулирует все корпоративные процессы, обеспечивая должный уровень взаимоотношений в компании, и формируя все необходимые условия для ее успешного развития и функционирования.

Выводы. Таким образом, привнесение корпоративной культуры, приводящее к благоприятному психологическому климату в коллективе, становится в современных условиях глобальным стратегическим ресурсом компании. Становление корпоративной культуры – сложный и длительный процесс, основными шагами которого являются определение миссии и установление базовых ценностей компании. И уже, исходя из базовых ценностей, формируются стандарты поведения членов организации, традиции, самоволка. Управление корпоративной культурой является кропотливой, каждодневной работой. Сначала руководство и другие члены организации, формируют корпоративную культуру, а потом культура компании определяет поведение ее сотрудников.

Библиографический список

1. **Ансофф И.** Стратегическое управление /пер. с англ./ - М.: Экономика, 1989.
2. Антикризисный менеджмент / Под редакцией проф. **Грязновой А.Г.** – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1999. – 368 с.
3. **Э.А. Уткин, Т.В. Бутова.** Мотивационный менеджмент.–М.: ТЕИС, 2004.– 236с.

КНЬШ В.П., ст. гр. ОА-08-В

Науч.руков.: Колосова Ю.В., к.е.н., доц.

Донецкий национальный университет экономики и торговли

имени Михаила Туган- Барановского,

г. Донецк

БУДУЩЕЕ УРАИНСКОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ

Проанализировано современное состояние рынка труда в стране, обозначены причины и особенности безработицы в Украине, особое внимание уделено проблеме занятости. Предложены мероприятия, направленные на решение основных проблем возникающих на рынке труда на современном этапе.

Актуальность. В современной экономической ситуации, которая сложилась в Украине, необходима разработка эффективных мероприятий, которые касаются социальной защиты населения, формирования потребностей народного хозяйства в рабочей силе, развития структуры занятости, создания институтов инфраструктуры рынка труда.

Цель исследования: комплексное изучение вопросов, связанных с необходимостью выяснения особенностей и условий формирования рынка труда в переходный период, исследование причин, которые препятствуют его развитию, разработка основных мероприятий способствующих лучшему функционированию рынка труда в современных условиях.

Основная часть. Политика занятости должна в современных условиях иметь предупреждающий характер и включать целый комплекс мер государственного регулирования, предотвращающих рост безработицы и ее переход в застойную форму. Немаловажно при этом опираться на мировой опыт регулирования безработицы.

В странах с развитой рыночной экономикой существуют разные методы государственного регулирования рынка труда. Так американский рынок труда относительно свободный от государственного регулирования. В его основу положено концепцию индивидуальной ответственности работника за приобретение необходимой на рынке труда квалификации и обеспечения ее к приспособлению тех условий, которые существуют на рынке труда. Американский рынок труда характеризуется относительно высоким уровнем безработицы. Главной целью политики государства на рынке труда американцы считают рост уровня заработной платы работников и переподготовку рабочей силы.

В Великобритании политика занятости охватывает систему социального обеспечения, организацию профессионального обучения и трудоустройства, распространение информации о рынке труда, создание фондов страхования от безработицы. В Японии наряду с огромным количеством законодательно определенных правил поведения субъектов на рынке труда достаточно большие возможности адаптации занятых в рамках предприятий.

Что касается конкретно Украины, то ситуация на рынке труда на сегодняшний день выглядит следующим образом: