

об'єктивної інформації саме з політичних та економічних питань. Сьогодні це інформаційне агентство є лідером серед інших агентств України за такими критеріями: цитування в ЗМІ, оперативність та достовірність інформації, охоплення аудиторії.

Важливою характеристикою кожного інформаційного агентства є саме аудиторія, яка може користуватися проаналізованими даними. Інформацію, яку продукує «Інтерфакс-Україна», активно застосовують чиновники, працівники посольств, юридичні компанії й аудитори. Ця інформація є об'єктивною, оскільки діяльність агентства, у структуру якого входить і українська служба, відома на міжнародному рівні. Можна поїхати в будь-яку країну світу і переконатися, що такі інформаційні центри, як «Рейтерс», «Голос Америки», «Інтерфакс», «ВВС», входять у рейтинг найкращих світових інформаційних агентств.

Отже, міжнародні зв'язки у сфері інформатизації надають величезну перевагу нашим інформаційно-аналітичним агентствам, які забезпечують більш об'єктивну інформацію про актуальні події, явища, факти. Послугами, які надають такі агентства, користуються провідні спеціалісти, органи державної влади. Вхідження українських інформаційних агентств до структури міжнародних інформаційних груп сприяє поглибленню взаємин і взаємодії України у світовому інформаційному просторі.

*Науковий керівник: Антонюк Т.Д.,  
д-р істор. наук, доцент*

УДК 005.941:061 (043.2)

**Полюхович О.П.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин для ефективного функціонування будь якої організації важливим є досягнення високого рівня розвитку її корпоративної культури. Корпоративна культура складається з основоположних поглядів, цінностей та ідей, запропонованих працівниками організації. Вона визначає стиль спілкування в організації, особливості поведінки з колегами та клієнтами, зацікавленість співробітників, їх активність, рівень мотивації та інші складові управлінського процесу. Метою корпоративної культури організації є забезпечення високої прибутковості праці, за рахунок вдосконалення управління людськими ресурсами забезпечення лояльності співробітників до керівництва, виховання у працівників ставлення до підприємства як до своєї домівки. За останні кілька років, питання корпоративної культури у

великих організаціях все більше привертають увагу теоретиків і дослідників. Досить вичерпно це питання висвітлене в працях В.О. Аніщенко, О.Л. Бала, Н.І. Верхоглядова та ін. Однак поняття «корпоративна культура» є достатньо новим, побіжно висвітлено у літературі і потребує подальшого дослідження.

Для ефективного управління корпоративною культурою перш за все необхідно вивчити її структуру. Аналіз культури організації передбачає її ідентифікацію та визначення її впливу на організаційні складові. Аналізу піддається суб'єктивна культура організації, що включає ряд елементів символіки, особливо її духовної частини і об'єктивна культура, пов'язана з фізичним оточенням фірми. Щоб оцінити вплив корпоративної культури організації на ефективність її діяльності, необхідно діагностувати стан її структурних елементів, що характеризують реальні можливості формування певного порядку здійснення діяльності компанії, що сприяє підвищенню цілеспрямованості соціальної системи. Зазвичай розглядаються наступні елементи корпоративної культури: філософія і місія організації, організаційні цінності, обряди і ритуали, легенди і міфи, звичаї і традиції, організаційні норми і правила поведінки, гасла і менталітет, фірмовий стиль організації.

Першорядну роль в становленні, розвитку і функціонуванні корпоративної культури відіграє керівник організації, саме він формує її основні цінності. В цілому, корпоративна культура спрямована на розвиток почуттів гордості співробітників за свою організацію, причетності до діяльності організації, розуміння користі від роботи, яку вони виконують. Розвиток персоналу є необхідною умовою успішного функціонування будь-якої організації. Особливо, це помітно в сучасних умовах, коли науково-технічний прогрес все більше прискорює старіння професійних навичок та знань. Невідповідність кваліфікації персоналу негативно позначається на результатах її діяльності. Таким чином, корпоративна культура може бути потужним інструментом підвищення професійного рівня управління персоналом на підприємстві. Тому основи формування корпоративної культури повинні закладатися вже на перших стадіях освіти майбутніх спеціалістів та керівників. Витрати на її формування сприятимуть міцності й стійкості організації в нестабільних умовах ринкової економіки.

Отже, стає зрозуміло, що корпоративна культура дає певні ціннісні орієнтири для працівника, поглиблює знання кадрової політики, ділової етики, формує імідж організації. Корпоративна культура покликана об'єднувати, створювати стимули для мотивації діяльності, надихати співробітників, підвищувати ініціативу і творчість колективу, усувати негативні і збільшувати позитивні оціночні судження, орієнтувати на досягнення загальних цілей і просування до успіху.

*Науковий керівник: Юрченко В.О.,  
канд. істор. наук, доцент*