

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Панасюк Богдан Едуардович

КУРСОВА РОБОТА

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК РЕГУЛЯТОР ПОВЕДІНКИ НА
ПІДПРИЄМСТВІ**

Навчальна дисципліна	<u>Управління персоналом</u> назва навчальної дисципліни
Ступінь освіти	<u>бакалавр</u> фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр
Галузь знань	<u>07 Управління та адміністрування</u> шифр і назва галузі знань
Спеціальність	<u>073 Менеджмент</u> код і найменування спеціальності
Освітньо-професійна програма	<u>Торговельний менеджмент</u> назва освітньо-професійної програми
Академічна група	<u>МБ-22</u> назва академічної групи

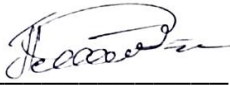
ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Керівник:

Курилова Наталія Михайлівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач



підпис здобувача

Панасюк Б. Е.

ПІБ здобувача

Підсумкова оцінка: 90 (балів)

Члени комісії з захисту:



(підпис)

К. Д. Гурова



(підпис)

Н. М. Курилова

ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Панасюк Богдан Едуардович

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ


Навчальна дисципліна	<u>Управління персоналом</u>
Тема роботи	<u>Корпоративна культура як регулятор поведінки на підприємстві</u>
Термін подання завершеної роботи	<u>06.06.2025 р.</u>

Графік виконання роботи

Назва етапів виконання або структурних елементів роботи	Дата закінчення
Вибір та затвердження теми	03.03 – 10.03.2025
Добір та аналіз літератури за обраною темою	11.03 – 17.03.2025
Складання плану курсової роботи	18.03 – 24.03.2025
Написання вступу та I розділу	25.03 – 25.03.2025
Написання розрахункової частини (II розділ) курсової роботи	29.04 – 16.05.2025
Написання висновків та пропозицій, оформлення курсової роботи	19.05 – 23.05.2025
Подання курсової роботи керівнику для рецензування (для рекомендації до захисту)	26.05 – 06.06.2025
Захист курсової роботи	09.06 – 13.06.2025

Завдання видав


Керівник, викладач


Н. М. Курилова
(підпис)

«09» березня 2025 р.

Завдання отримав

Здобувач


Б. Е. Панасюк
(підпис)

«09» березня 2025 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1 Теоретичні аспекти корпоративної культури підприємства	6
1.1 Зміст поняття корпоративної культури підприємства	6
1.2 Методи діагностики корпоративної культури на підприємстві	10
Розділ 2. Практична частина.....	13
Висновки.....	20
Список використаних джерел.....	21

ВСТУП

У сучасному світі дедалі очевидніше стає значення корпоративної культури для розвитку торговельної сфери. Ця дисципліна сформувалася як окрема галузь знань у межах управлінських наук, беручи початок від корпоративного управління. Останнє зосереджене на дослідженні основних принципів, закономірностей та методів керування великими і складними структурами. Актуальність питання вдосконалення корпоративної культури полягає в тому, що кожна організація має унікальний набір цінностей, традицій, комунікаційних моделей та історичних аспектів, які разом формують її корпоративну культуру. Сучасні управлінці все більше усвідомлюють, що грамотне керування цими аспектами може забезпечити компанії вагому конкурентну перевагу. У центрі сучасного розуміння корпоративної культури постає ключове питання: яке призначення має конкретна організація? Важливо чітко визначити її бачення та стратегічні цілі як на найближчий період, так і на перспективу кількох років.

Мета курсової роботи полягає в дослідженні впливу корпоративної культури на поведінку працівників підприємства, визначенні її ролі у формуванні трудових відносин та ефективності управління.

Мета роботи передбачає виконання таких завдань:

- визначити зміст поняття корпоративної культури підприємства;
- дослідити методи діагностики корпоративної культури на підприємстві;
- провести розрахунки практичної частини.

Об'єктом дослідження є корпоративна культура підприємства.

Предмет дослідження – механізми впливу корпоративної культури на поведінку співробітників.

При написанні курсової роботи використовувалися такі наукові методи дослідження: аналіз літературних джерел; абстрактно-логічний; метод порівнянь.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Сутність і зміст конфліктів, їх класифікація

Останнім часом усе більше уваги приділяється корпоративній культурі як формі організації взаємодії між керівництвом та працівниками підприємства. Вона закладається у внутрішніх комунікаційних процесах і водночас проявляється у зовнішніх контактах персоналу з партнерами та клієнтами. Саме корпоративна культура значною мірою сприяє формуванню лояльності працівників.

Лояльність, у широкому сенсі, означає шанобливе та доброзичливе ставлення до певних норм, правил або осіб, навіть якщо є певні розбіжності у поглядах. У контексті корпоративного середовища вона виступає показником прихильності співробітників до організації, їхньої готовності підтримувати її цілі, приймати методи досягнення результатів та відкрито мотивувати свою трудову діяльність у рамках підприємства [1].

Останнім часом все більше уваги приділяється питанню формування корпоративної культури з позиції спонтанності, без чіткої систематизації цінностей. У подібному середовищі підприємство часто має суперечливі цілі та принципи. Деякі співробітники віддають перевагу індивідуалістичному підходу, вважаючи, що кожен працює окремо, тоді як інші переконані, що важливіше командна співпраця та єдність [2].

За таких умов в корпоративній культурі зазвичай не робиться особливого акценту на організаційні артефакти, включаючи умови праці. Відсутність чіткої політики щодо оплати праці, порушення робочого графіка, конфлікти всередині колективу, обмежений доступ до соціальних благ та слабкі перспективи професійного розвитку – усе це знижує мотивацію працівників. Співробітники не прагнуть покращувати умови своєї роботи та не розглядають залежність між

витраченими зусиллями та кінцевим результатом. У такій ситуації корпоративна культура залишається неструктурованою, оскільки як керівництво, так і персонал не докладають свідомих зусиль для її вдосконалення. Хоча певні норми все ж впливають на поведінку працівників, вони не об'єднують колектив навколо спільних цінностей та цілей. Часто співробітники навіть не усвідомлюють існування цієї корпоративної культури або заперечують її наявність у межах свого підприємства [3].

Аналіз поняття цінностей дозволяє виявити взаємозв'язок між мотивацією трудової діяльності та корпоративною культурою. Саме це пояснює часте ототожнення таких категорій, як «винагорода за працю», «цінності» та «мотиви» у наукових дослідженнях. Така тенденція зумовлена тісним взаємозв'язком між системою винагороди, особистісними ціннісними орієнтирами та потребами, що формують мотивацію поведінки працівника.

Поняття «адаптивна поведінка» є ключовим у цьому дослідженні. Сучасні концепції пояснення поведінкових реакцій дають змогу відмовитися від протиставлення особистісних (внутрішніх) і ситуаційних (зовнішніх) чинників. Ідея когнітивних схем стала основою для об'єднання цих детермінант, підкреслюючи нерозривний зв'язок між людиною та обставинами, у яких вона діє. З точки зору особистості важливу роль відіграють мотиваційні й когнітивні аспекти, тоді як ситуація впливає через її психологічне значення для конкретного індивіда (Д. Магнуссон і Н. Ендлер) [4].

К. Левін довів, що людина завжди перебуває у певному «актуальному контексті», де кожен об'єкт має значення не сам по собі, а у відношенні до її потреб і прагнень [5]. А. Маслоу та інші дослідники зазначають, що людською поведінкою радше керує суб'єктивне сприйняття ситуації, ніж її об'єктивна природа. Через це особисте уявлення про реальність може не збігатися з фактичними умовами, що здатне провокувати розвиток неконструктивних варіантів адаптивної поведінки [6].

При аналізі адаптивної поведінки дослідники часто звертаються до поняття «стратегія поведінки». Вона відображає мету, очікуваний результат і стабільну

спрямованість дій особистості. Вивчення поведінкових стратегій у процесі адаптації проводилося у двох основних напрямках: перший зосереджувався на дослідженні індивідуальних моделей пристосування (Балу О., Бондаренко О., Полянська А., Браун Е., Шейн Є., Химич І., Чернишова Т., Чернушкіна О.), а другий – на аналізі способів подолання стресових ситуацій (Е. Мейо, С. Фолкмен К. Левін) [7].

Попри те, що ці два підходи раніше розглядалися окремо, сучасні експериментальні дослідження підтверджують наявність зв'язку між копінг-стратегіями та адаптивною поведінкою.

Дослідники сходяться на думці, що адаптаційні стратегії значною мірою залежать від особистісних особливостей індивіда. При цьому когнітивний аспект поведінки розглядається переважно через призму оцінки складних ситуацій, аналізу проблем та інтерпретації отриманої інформації. Онтологічний підхід Є. Шейна дає можливість розглядати ситуацію адаптації як фактор, що визначає адаптивну поведінку, дозволяючи усунути суперечності між внутрішніми та зовнішніми чинниками, що впливають на поведінкові реакції людини [7].

Загальне уявлення про адаптивну поведінку охоплює аналіз копінг-стратегій як складової процесу адаптації в умовах організаційних змін. На початкових етапах цей вид поведінки визначає напрямок активності працівника, що може розвиватися у двох напрямках: деструктивному (втрата адаптації та вихід із організації) або конструктивному (збереження позиції та подальший процес пристосування).

В іншому випадку подальша адаптація залежить від сприйняття ситуації та змін її структурних і динамічних параметрів. На цьому етапі вже можна говорити про конкретні типи адаптивної поведінки, якими користуються працівники у процесі трансформації корпоративної культури. Вони відображають різні рівні взаємодії особистості з корпоративним середовищем та демонструють потенціал реалізації індивіда у межах організаційної структури.

Отже, у межах онтологічного підходу використовується визначення адаптивної поведінки, що розглядає її як просторово-часову структуру

організації діяльності особистості. Її регулювання здійснюється через сприйняття соціально-психологічної адаптаційної ситуації, що формується у процесі професійної діяльності. У цьому контексті ключове значення має не просто цільова спрямованість чи кінцевий результат активності, а саме спосіб її організації з боку індивіда.

Формування корпоративної культури ґрунтується на її складових елементах, які, подібно до міцного фундаменту, забезпечують стабільність та цілісність організації. Якщо ці компоненти не взаємодіють між собою, структура втрачає системність і перетворюється на хаотичний набір окремих дій без спільної мети. Для кожної компанії характерний унікальний набір культурних елементів, що відповідає її специфіці. Наприклад, запровадження суворого дрес-коду у творчій організації може негативно вплинути на продуктивність персоналу та спричинити конфлікти. Водночас для управлінської консалтингової фірми діловий стиль одягу є важливим аспектом корпоративної культури, тоді як у сфері реклами чи мистецтва цей аспект не має вирішального значення [8].

Хоча корпоративна культура потребує індивідуального підходу для кожного підприємства, існує універсальний набір її складових, які можуть ефективно функціонувати у будь-якій організації. До таких ключових елементів належать [4]: корпоративні видання (журнали, газети, бюлетені); внутрішньофірмове навчання персоналу; система наставництва; корпоративний музей; встановлені святкові та значущі дати компанії; проведення корпоративних заходів та вечірок; зустрічі керівництва з працівниками, включаючи рядових співробітників.

Кожен з цих компонентів має бути добре продуманим, щоб його інтеграція у корпоративну культуру організації приносила бажаний ефект. Відсутність чіткої мети, наприклад, під час організації корпоративного заходу, може перетворити його лише на неформальну зустріч, після якої у співробітників залишиться лише спогад про приємне проведення часу. При цьому зв'язок із компанією, що забезпечила цю можливість та профінансувала подію, може бути втрачений.

Отже, як висновок, можна сказати, що корпоративна культура відіграє важливу роль у забезпеченні згуртованості персоналу та створенні стабільного внутрішнього середовища підприємства. Вона не тільки визначає стиль комунікації всередині підприємства, а й впливає на зовнішні ділові контакти, сприяючи формуванню стійкої системи взаємодій. Зокрема, корпоративна культура суттєво впливає на рівень лояльності співробітників, що є визначальним фактором ефективної роботи підприємства.

1.2 Методи діагностики корпоративної культури на підприємстві

Для аналізу корпоративної культури організації існує широкий спектр методик. Серед них можна виділити кілька основних підходів:

1. Пряма діагностика: кількісні методи та модельний аналіз, до яких належать анкетування, опитування, статистичний аналіз, графічне моделювання та розробка типологій. У цьому контексті застосовують такі інструменти, як анкети Камерона-Куїнна, Хаїді, Денісона, Хофштеде, запитання організаційних переконань Сашкіна (Organizational Beliefs Questionnaire by Sashkin), анкету корпоративної культури Гласера (Corporate Culture Survey), опитувальник організаційної культури Кука та Лафферті, методику ціннісних орієнтацій Рокіча [9].

Ці методи дозволяють комплексно оцінити стан корпоративної культури та визначити її основні характеристики, що впливають на ефективність діяльності організації.

2. Ще одним напрямом аналізу корпоративної культури є використання соціологічних методів, таких як фокус-групи, напівструктуровані та глибинні інтерв'ю, а також тестування. Найбільш ефективним способом отримання детальної інформації є проведення глибинних групових дискусій та особистих інтерв'ю з керівництвом компанії.

Оптимальним підходом є організація інтерв'ю за принципом «вертикальної структури» – від топ-менеджерів до звичайних працівників. Це

дозволяє сформувати всебічне уявлення про корпоративну культуру організації, виявити її сильні та слабкі сторони та оцінити рівень узгодженості цінностей на різних рівнях компанії.

3. Метод монографічного дослідження дає змогу глибоко аналізувати розвиток корпоративної культури підприємства, її ключові події та визначальні постаті. Такий підхід відкриває можливість ретроспективного розгляду культурних процесів усередині організації. Кожне підприємство має власний фольклор, який не закріплений у документах, а передається усною традицією. Саме у цих неформальних історіях відображаються головні особливості корпоративної культури. Цінності та принципи, які значною мірою впливають на поведінку працівників, рідко фіксуються в офіційних наказах чи регламентах – їх засвоєння відбувається через безпосереднє спілкування. До того ж, усталена корпоративна культура часто проявляється у використанні специфічного професійного сленгу, характерних виразів, які стають невід'ємною частиною внутрішнього комунікаційного середовища.

4. Ще одним способом дослідження корпоративної культури є використання «польових» методів, які передбачають безпосереднє занурення у робоче середовище. Це означає активну участь дослідника у процесах організації як спостерігача, консультанта або навіть тимчасового члена колективу. Серед таких методів можна виділити робочі групи, що об'єднують консультантів і співробітників компанії, семінари-обговорення з ключовими представниками організації, метод включеного спостереження, практику стоп-вправ та досвід сповіді. Такий підхід дозволяє отримати детальніше уявлення про внутрішню культуру компанії та взаємодію її учасників.

5. Існують також непрямі методи аналізу корпоративної культури, які допомагають дослідити її через опосередковані показники:

– аналіз нормативно-методичних інструкцій та регламентів, що визначають систему взаємовідносин між структурними підрозділами організації, процедури управління персоналом та механізми прийняття рішень;

– контент-аналіз внутрішньої документації компанії, включаючи звітність, а також дослідження специфіки мовних конструкцій, що використовуються в офіційних текстах;

– вивчення корпоративного фольклору, який охоплює байки, легенди, оповідання, міфи, анекдоти, жарти, усталені моделі спілкування, сленгові вирази, гімни та девізи компанії;

– аналіз традицій, ритуалів, церемоній та правил, що склалися в організації та визначають її унікальну культуру.

Ці методи дають можливість побачити глибші аспекти корпоративної культури та зрозуміти її вплив на взаємодію співробітників у професійному середовищі.

В ідеальному випадку основою корпоративної культури є цінності засновників компанії та її бренду, які структуровані таким чином, щоб бути зрозумілими та прозорими для співробітників, а також чітко донесеними через відповідні механізми комунікації. У своїй сутності корпоративна культура відображає загальнолюдські цінності, адаптовані до специфіки діяльності компанії та виражені унікальним способом.

В сучасному розумінні корпоративна культура здатна вирішити низку актуальних HR-завдань: вона сприяє створенню єдиного корпоративного середовища, підвищенню внутрішньої мотивації працівників, формуванню їхньої лояльності та гордості за приналежність до організації. Крім того, грамотне управління корпоративною культурою допомагає утримувати ключових співробітників, мінімізувати конфлікти та сформувати позитивний імідж компанії як роботодавця на ринку праці. Цей аспект набуває особливої значущості у ситуаціях злиття чи поглинання компаній, стрімкого розширення бізнесу або виходу іноземних фірм на український ринок.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

Завдання 1

Служба управління персоналом підприємства включає кілька функціональних підсистем. Середньооблікова чисельність працівників – 3200 чол. Корисний фонд робочого часу одного працівника – 1830 годин у рік. Коефіцієнт додаткових витрат часу, не врахованих у плановій трудомісткості, – 1,15. Річна трудомісткість функцій для кожної підсистеми служби керування персоналом, складає:

1. Наймання, відбору й обліку персоналу – 10405 чол.-год.;
2. Розвитку персоналу – 7120 чол.-год.;
3. Планування й маркетингу персоналу – 12500 чол.-год.;
4. Розробки коштів стимулювання праці й мотивації – 9110 чол.-год.;
5. Трудових відносин – 4107 чол.-год.;
6. Умов праці – 5110 чол.-год.;
7. Соціальної інфраструктури – 10270 чол.-год.;
8. Юридичних послуг – 1060 чол.-год.

Розрахувати планову чисельність працівників служби персоналу та чисельність персоналу кожної підсистеми служби управління персоналом.

Розрахунок:

1. Планова чисельність підприємства:

$$Ч_{пл} = \frac{\Sigma \text{річної трудомісткості функцій} \cdot \text{Коеф.додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$Ч_{пл} = \frac{\Sigma(10405+7120+12500+9110+4107+5110+10270+1060) \cdot 1,15}{1830} = 37,5 \approx 38 \text{ чол.}$$

2. Чисельність персоналу кожної підсистеми служби управління персоналом:

Для підсистеми 1- наймання, відбору й обліку персоналу:

$$\mathcal{U}_{\text{н.в.о.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 1} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{U}_{\text{н.в.о.}} = \frac{10405 \cdot 1,15}{1830} = 6,5 \approx 7 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 2 – розвитку персоналу:

$$\mathcal{U}_{\text{р.п.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 2} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{U}_{\text{р.п.}} = \frac{7120 \cdot 1,15}{1830} = 4,5 \approx 5 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 3 – планування й маркетингу персоналу:

$$\mathcal{U}_{\text{ч.м.п.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 3} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{U}_{\text{ч.м.п.}} = \frac{12500 \cdot 1,15}{1830} = 7,8 \approx 8 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 4 – розробки коштів стимулювання праці й мотивації:

$$\mathcal{U}_{\text{р.к.с.п.м.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 4} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{U}_{\text{р.к.с.п.м.}} = \frac{9110 \cdot 1,15}{1830} = 5,7 \approx 6 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 5 – трудових відносин:

$$\mathcal{U}_{\text{тр.в.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 5} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{C}_{\text{тр.в.}} = \frac{4107 \cdot 1,15}{1830} = 2,6 \approx 3 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 6 – умов праці:

$$\mathcal{C}_{\text{ум.п.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 6} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{C}_{\text{ум.п.}} = \frac{5110 \cdot 1,15}{1830} = 3,2 \approx 3 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 7 – соціальної інфраструктури:

$$\mathcal{C}_{\text{с.і.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 7} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{C}_{\text{с.і.}} = \frac{10270 \cdot 1,15}{1830} = 6,5 \approx 7 \text{ чол.}$$

Для підсистеми 8 – юридичних послуг:

$$\mathcal{C}_{\text{юр.п.}} = \frac{\text{Річна трудомісткість функцій для підсистеми 8} \cdot \text{Коеф. додаткових витрат часу}}{\text{Корисний ФРЧ на 1 працівника}}$$

$$\mathcal{C}_{\text{юр.п.}} = \frac{1060 \cdot 1,15}{1830} = 0,66 \approx 1 \text{ чол.}$$

Завдання 2

У звітному році обсяг випуску продукції становив 840000 грн., а середньоспискова чисельність персоналу – 140 чол. У плановому році обсяг продукції передбачається збільшити на 5%, продуктивність праці одного працівника теж збільшиться на 8%. Визначити, як зміниться облікова чисельність працюючих.

Розрахунок:

1. Визначаємо продуктивність праці на одного працівника у звітному році:

$$\text{ПП}_{\text{зв}} = \frac{\text{обсяг випуску продукції}}{\text{чисельність персоналу}}$$

середньоспискова чисельність персоналу

$$\text{ПП}_{\text{зв}} = \frac{840000}{140} = 6000 \text{ грн/чол}$$

2. Визначаємо продуктивність праці на одного працівника у плановому році:

$\text{ПП}_{\text{пл}} = \text{продуктивність праці на одного працівника у звітному році} \cdot 1,08$

$$\text{ПП}_{\text{пл}} = 6000 \cdot 1,08 = 6480 \text{ грн/чол}$$

3. Визначаємо обсяг продукції у плановому році:

$\text{ОП}_{\text{пл}} = \text{обсяг випуску продукції} \cdot 1,05$

$$\text{ОП}_{\text{пл}} = 840000 \cdot 1,05 = 882000 \text{ грн}$$

4. Облікова чисельність у плановому році:

$$\text{Ч}_o = \frac{\text{обсяг продукції у плановому році}}{\text{продуктивність праці на одного працівника у плановому році}}$$

$$\text{Ч}_o = \frac{882000}{6480} = 136,1 \approx 136 \text{ чол.}$$

Завдання 3

У базовому році підприємство виробило продукції на 2400 тис. грн. Чисельність персоналу становило 240 чол. У планованому році план виробництва продукції збільшився на 5%. Чисельність персоналу скоротилася на 10 чол. Визначити ріст продуктивності праці в плановому році.

Розрахунок:

1. Визначаємо рівень продуктивності праці в базовому році:

$$\frac{\text{Обсяг продукції}}{\text{Чисельність персоналу}} = \frac{2400000}{240} = 10000 \text{ грн/чол.}$$

2. Визначаємо плановий об'єм виробництва:

$$\text{Обсяг продукції} \cdot 1,05 = 2400 \cdot 1,05 = 2520 \text{ тис.грн}$$

3. Визначаємо чисельність персоналу при збереженні базової продуктивності праці:

$$\frac{\text{Плановий об'єм виробництва}}{\text{Рівень продуктивності праці в базовому році}} = \frac{2520000}{10000} = 252 \text{ чол.}$$

4. Визначаємо приріст продуктивності праці:

Кількість персоналу, що скоротилася / (Чисельність персоналу при збереженні базової продуктивності праці – Кількість персоналу, що скоротилася) · 100 % = $10 / (252 - 10) \cdot 100 = 4,13 \%$

Завдання 4

Розрахувати суму заробітної плати начальнику цеху, якщо коефіцієнт співвідношення його посадового окладу до мінімальної заробітної плати – 1,5; розмір премії за виконання виробничої програми за всіма показниками – 10 %, надбавка за професійну майстерність 5 %. Місячний оклад – 15000 грн.

Розрахунок розміру заробітної плати начальника:

$\text{ЗП} = (\text{Місячний оклад} \cdot \text{коефіцієнт співвідношення посадового окладу}) \cdot (1 + \text{розмір премії} + \text{надбавка за професійну майстерність})$

$$\text{ЗП} = (15000 \cdot 1,5) \cdot (1 + 0,1 + 0,05) = 25875 \text{ грн}$$

Завдання 5

Населення міста налічує 495 тис осіб, з яких 71 % знаходяться у віці 15-70 років. Розрахуйте рівень економічної активності населення міста і рівень безробіття, якщо зі 116,7 тис. незайнятих осіб цієї вікової категорії дослідженням домогосподарств виявлено 21,2 тис. безробітних.

Розрухунок:

1. Чисельність економічно активного населення:

$Ч_{\text{акт}} = \text{Населення міста} \cdot \% \text{ знаходяться у віці 15–70 років} - \text{незайняті особи}$
 + кількість безробітних

$$Ч_{\text{акт}} = 495 \cdot 0,71 - 116,7 + 21,2 = 255,95 \text{ тис.чол.}$$

2. Рівень економічної активності

$$P_{\text{ек.акт.}} = \frac{\text{Чисельність економічно активного населення}}{\text{Населення міста} \cdot \% \text{ знаходяться у віці 15–70 років}} \cdot 100 \%$$

$$P_{\text{ек.акт.}} = \frac{255,95}{495 \cdot 0,71} \cdot 100 \% = 72,83 \%$$

3. Рівень безробіття:

$$P_{\text{б}} = \frac{\text{Кількість безробітних}}{\text{Чисельність економічно активного населення}} \cdot 100\%$$

$$P_{\text{б}} = \frac{21,2}{255,95} \cdot 100 = 8,28 \%$$

Завдання 6

На кінець звітної періоду чисельність безробітних в районі за тривалістю безробіття розподілялась таким чином:

1. 2 місяці без роботи – 2110 осіб,
2. 3 місяці без роботи – 1760 осіб,
3. 6 місяців без роботи – 2420 осіб,
4. 8 місяців без роботи – 1470 осіб.

Розрахуйте середню тривалість безробіття в районі.

Розрахунок середньої тривалісті безробіття в районі:

$$B_{\text{сер}} = \frac{\sum \text{кількість місяців } n \cdot \text{кількість безробітних осіб } n}{\text{Кількість безробітних осіб}}$$

Σ кількість безробітних осіб

$$B_{\text{сер}} = \frac{(2 \cdot 2110 + 3 \cdot 1760 + 6 \cdot 2420 + 8 \cdot 1470)}{(2110 + 1760 + 2420 + 1470)} = 4,61 \text{ міс.}$$

Завдання 7

Протягом року номінальна заробітна плата підвищилась на 10 %. Ставка прибуткового податку на заробітну плату знизилась на 3 %, а зростання цін на споживчі товари становило 8,7 %. Визначити індекс зростання номінальної заробітної плати, зміну реальної заробітної плати за рахунок зниження прибуткового податку та за рахунок зростання цін на товари.

Розрахунок:

1. Визначаємо індекс зростання номінальної заробітної плати:

$$\frac{100 + \% \text{ підвищення ЗП}}{100} = \frac{100 + 10}{100} = 1,1 \%$$

2. Визначаємо зростання реальної заробітної плати за рахунок зниження прибуткового податку:

$$\frac{\text{Індекс зростання номінальної ЗП}}{(100 - \text{Ставка прибуткового податку})} = \frac{1,1}{(100 - 3)} = 0,00113$$

3. Визначаємо зниження реальної заробітної плати за рахунок зростання цін на товари:

$$\frac{\text{Зростання реальної ЗП}}{\% \text{ зростання цін на споживчі товари}} = \frac{10}{8,7} = 1,15$$

ВИСНОВКИ

Організація формує власну корпоративну культуру, ґрунтуючись на історії, структурі, комунікаційних процесах, традиціях та міфах, які складаються унікально для кожного підприємства. Українські менеджери дедалі більше усвідомлюють, що ефективне управління корпоративною культурою здатне забезпечити компанії значну конкурентну перевагу. Основним питанням сучасного розуміння цього поняття залишається визначення фундаментальної мети існування організації, а також формування довгострокових перспектив розвитку на рік чи п'ять років вперед.

У ході дослідження встановлено, що корпоративна культура є важливим елементом взаємодії управлінського складу та персоналу компанії. Вона ґрунтується на міжособистісних комунікаціях та проявляється у взаємодії співробітників з партнерами та клієнтами. Її значення особливо важливе у процесі формування лояльності працівників.

Корпоративна культура складається з окремих елементів, які, подібно до фундаменту, забезпечують стійкість організації. Відсутність взаємозв'язку між складовими руйнує системність і перетворює корпоративну культуру на набір розрізнених дій без спільної мети. Важливо, щоб кожне підприємство адаптувало її структуру до власних особливостей. Наприклад, суворий дрес-код у творчих компаніях може негативно позначитися на продуктивності та спричинити внутрішні конфлікти, тоді як для консалтингових фірм він є важливим атрибутом професійного середовища.

Таким чином, корпоративна культура повинна бути індивідуально сформованою, враховуючи характер діяльності компанії та її стратегічні цілі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кицак Т. Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах. *Ефективна економіка*. 2014. №1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2810> (дата звернення 17.05.2025 р.).
2. Глива С., Передало Х. Корпоративна культура: значимість, функції та цінності. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-137> (дата звернення 20.05.2025 р.).
3. Стамбульська Х., Передало Х. Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9912> (дата звернення: 10.05.2025 р.).
4. Колянко О. В. Структура корпоративної культури організації. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. № 62. С. 81–85.
5. Храпкіна В. В., Храпкін О. М. Роль лідера у формуванні корпоративної культури підприємства. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія «Економіка і управління»*. 2024. Вип. 55. С. 68–75.
6. Череп А. В., Веремєєнко О. О., Маказан Є. В. Корпоративна культура та її вплив на розвиток підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 3. С. 22–25.
7. Копитко М. І., Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Корпоративна культура як стратегічний напрям управління підприємством в умовах сучасних викликів. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. №2 (62). С. 92-99.
8. Степанова Л. В., Тужилкіна О. В. Корпоративна культура в контексті регулювання соціально-трудова відносин. *Соціально-трудова відносини: проблеми науки та практики : монографія*. Полтава, 2020. С. 518–534.

9. Бобко Л., Василюк І., Бойко О. Корпоративна соціальна відповідальність як складова корпоративної культури організації. *Молодий вчений*. 2020. № 4 (80). С. 296–300.

10. Шпильова В. О., Романенко М. М. Корпоративна культура як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2023. № 12. С. 35–41.