

Денисова О. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Постійні зміни у зовнішньому середовищі, посилення конкуренції, ускладнення виробничої та господарської діяльності підприємств, збільшення кількості та швидкості інформації та нових знань підвищують важливість джерел внутрішнього економічного зростання. Важливим ресурсом, який може створити гнучку, адаптовану та ефективну виробничу систему, є корпоративна культура.

Для розуміння місії корпоративної культури, тобто положення корпоративної культури в системі корпоративного стратегічного управління, тобто формування та організації всього виробничого, фінансово-економічного процесів, а також координації та коригування різних елементів, необхідно визначити суть корпоративного управління. Суть будь-якої системи управління підприємством (виробничою, посередницькою, торговою, фінансовою та кредитною) полягає у визначенні середньо- та довгострокової політики підприємства, координації корпоративної діяльності, стратегічної кадрової політики та вирішенні основних бізнес-проблем [1, с.107-108].

У процесі розвитку цивілізованих ринків, посилення глобалізації та боротьби світових лідерів технологій роль і значення людських факторів у системі управління корпоративною структурою були завищені.

Більшість науковців вважають, що сучасне управління бізнесом "дає людям зрозуміти, що лінійна (адміністративна) модель управління бізнесом вичерпана, а ефективність може бути досягнута лише шляхом відмови від лінійної моделі управління та прийняття більш складної та гнучкої моделі". Вона передбачає відчутну та поєднання нематеріальних факторів, які використовують безліч різних методів впливу на працівників. Остання включає такі явища, як корпоративна культура, і є потужним інструментом управління підприємствами та виробничим персоналом [2, с.376].

Корпоративна культура може формуватися такими чинниками:

- багаторічна практика;
- діяльність керівництва або власника;
- експерти консалтингових агентств, що формують корпоративну культуру;
- природний відбір найкращих практик, правил та стандартів, запропонованих фахівцями та командами менеджерів.

Формування корпоративної культури – це тривалий і складний процес, до основних етапів якого належать:

- визначити місію компанії;
- визначити основні завдання;
- розробити кодекс поведінки працівників компанії на основі основних цінностей;

Всі ці кроки та їх результати повинні бути описані в Статуті підприємства. Цей документ особливо необхідний у разі найму та найму нових працівників. Це дозволяє зрозуміти, як потенційні працівники поділяють цінності організації. Якщо не розуміти принципів роботи корпоративної культури, неможливо сформувати корпоративну культуру.

Під корпоративною культурою, як стратегічний елемент, рекомендується розуміти правила та норми поведінки відповідно до матеріальних і духовних цінностей, культурних, етичних та соціальних потреб працівників для досягнення стратегічних цілей компанії. Тому корпоративна культура повинна бути успадкована від стратегії, оскільки цю культуру можна назвати найкращою культурою, яка може краще підтримувати місію, цілі та стратегію всього підприємства.

Отже, для стратегічного управління підприємством необхідно звертати увагу на корпоративну культуру, а саме завжди виконувати усі обов'язки на високому рівні, адаптуватися до змін, мати колективну роботу, вчитися завжди чомусь новому, винагороджувати залежно від результатів, нести відповідальність за свої дії, брати участь у формуванні та реалізації стратегічних планів, адже успішність підприємства починається зсередини.

Список використаних джерел:

1. Бала О.І. Фактори впливу на корпоративну культуру: сутність та класифікація / О.Є. Кузьмін, О.І. Бала, Р.Д. Бала Фактори впливу на корпоративну культуру: сутність та класифікація // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – Випуск 222: в 5 т. – т. V. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2017. – С. 107–108.
2. Воронкова А.Е. Корпорації: Управління та культура: [монографія] / А.Е. Воронкова, М.М. Баб'як, Е.Н. Коренев. – Дрогобич: Вимір, 2016. – 376 с.
3. Кудря Я.В. Корпоративна політика / Я.В. Кудря // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2010. – № 567. – С. 73–80.
4. Гринько Т.В. Корпоративна культура як чинник розвитку підприємства / Т.В. Гринько // Збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання» (м. Кременчук, 2016 р.). – Кременчук, 2016. – С. 110-112.

Єрмолова К. Є.

Дніпровський національний університет ім. Олеса Гончара (Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР СТАБІЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Успішне функціонування підприємств значною мірою залежить від рівня стійкості їх фінансового стану. Тільки в цьому випадку підприємство може генерувати фактори позитивних кількісних і якісних змін для нормального функціонування в сьогоденні і зростання виробничого потенціалу в майбутньому [1]. Тому на сучасному етапі ринкових реформ забезпечення фінансової стабільності підприємств є одним з пріоритетних завдань. Стійкість фінансового стану забезпечується всією виробничо-господарською діяльністю.

Розглянувши різні підходи до визначення сутності поняття «фінансова стійкість», можна зробити висновок, що це узагальнююча якісна характеристика фінансового стану підприємства,