Кінцевою ціллю бюджетування є складання, коректування, контроль та оцінка виконання бюджетів підприємства, які є найбільш розповсюдженими елементами фінансового планування та головними інструментами управління.

Література:
1. Бібловський С. Складові елементи процесу бюджетування / С. Бібловський // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. – № 8. – С. 20-22.
2. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования / В.Е. Хруцкий, В.В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 464 с.

МОДЕЛЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Митрофанов Р.А.
Науковий керівник: Федотова І.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Культурний простір, в якому ми живемо, відображає багатополярність світу, сформованого під дією численних і неоднорідних факторів, тому сьогодні складно і, напевно, не зовсім коректно говорити про точну оцінку та використання лише одного методу дослідження впливу різних факторів на формування корпоративної культури, отже, доцільним буде розгляд системи факторів – взаємопов'язаних, і в той же час автономних.

Доцільність вивчення впливу факторів на формування корпоративної культури обумовлена тим, що сукупність факторів дозволяє краще зрозуміти саму суть корпоративної культури, оскільки її структура підвладна дії факторів, та знаючи дію і напрямок впливу факторів, можна ефективно використовувати корпоративну культуру як внутрішнє джерело розвитку підприємства і зовнішньої адаптації до змін. Таким чином, фактори пронизують всю структуру корпоративної культури і впливають на процеси, пов'язані з її формуванням. Для підприємства в процесі формування і розвитку корпоративної культури важливо враховувати всю множину факторів, і, по-можливості, визначати ступінь впливу кожного з них на корпоративну культуру.

Різні автори [1-4] виділяли певні фактори, що впливають на формування корпоративної культури підприємства, та єдиною є думка, що фактори зовнішнього середовища впливають на побудову корпоративної культури як об’єктивні стимулятори до дії або як гальмівні сили для розвитку культури. Фактори внутрішнього середовища формують корпоративну культуру із середини підприємства, тому їм властива певною мірою суб’єктивність впливу.

У межах дослідження факторів впливу доцільно виходити із змістовної та процесуальної характеристики корпоративної культури [2]. Змістовна характеристика відображає структуру корпоративної культури, тобто, більш-менш, сталу величину.

Процесуальна характеристика корпоративної культури відображає динамічні процеси формування моделей поведінки і взаємовідносин на основі цінностей, архетипів, базових уявлень, тобто, певний механізм дії, який може змінюватися частіше, ніж структура.

З огляду на фактори, що розглядали різні автори, можна запропонувати модель формування корпоративної культури, яка представлена на рис. 1.

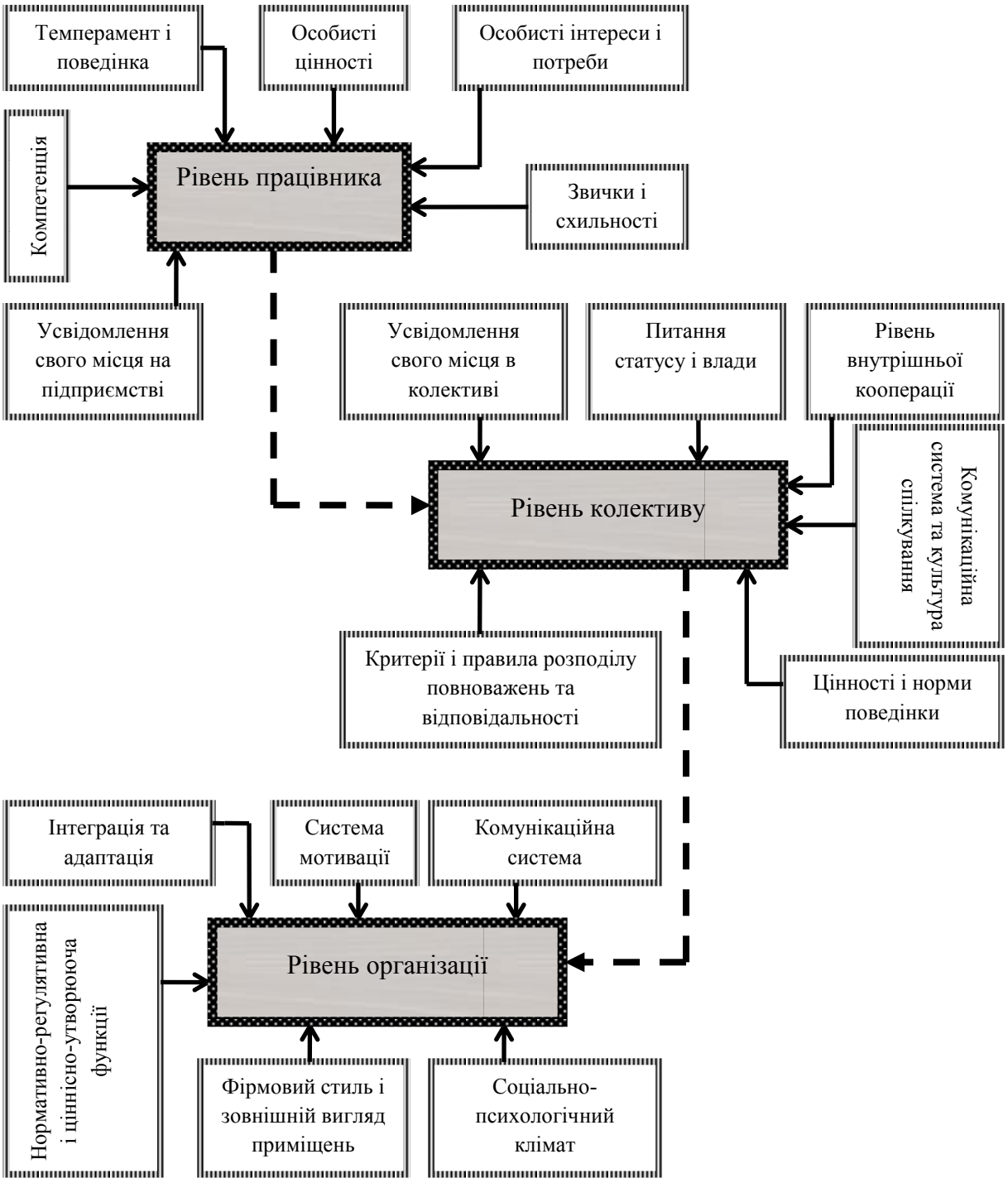

Рисунок 1 – **Модель функціонування корпоративної культури**

Таким чином, можна виділити три рівня структури формування корпоративної культури: рівня працівника, колективу та організації. Систематизовані фактори відрізнятимуться між собою залежно від того, на який рівень культури вони впливають.

Завдяки класифікації та наступній оцінці впливу факторів підприємство завчасно зможе побачити ті проблеми, з якими доведеться зіткнутися при формуванні корпоративної культури.

Література:

1. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры: Пер. с англ. / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: «Питер», 2001. – 320 с.
2. Корпоративна культура. Навчальний посібник / За ред. Г.М. Захарчин. – Режим доступу до журн.: http://nebotan.info/civilization.php
3. Лапина Т.А Корпоративная культура: Учебно-методическое пособие / Т.А. Лапина. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.
4. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика / В.А. Спивак – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.

ЗМІНИ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Огієвич І.І.
Науковий керівник: Догадайло Я.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Головним завданням кожного підприємства є отримання винагороди за свою діяльність, тобто прибутку, та зниження своїх затрат, за рахунок ефективного використання своїх активів.

Тому, якщо брати до уваги швидку зміну ринкового середовища, виграє та компанія, яка навчиться реагувати швидше на зміни в ньому, а тому рішення, щодо змін на підприємстві на даний час має займати одне із найголовніших місць в управлінні. Необхідно відмітити, що не існує єдиного розуміння поняття «зміна», а тому це обумовлює необхідність поглиблювати вивчення даного поняття.

Дослідження пятнадцяти фахових літературних джерел показало достатньо різноманітне трактування поняття «зміна».

На підставі аналізу визначень сутності поняття «зміна», були виявлені ключові поняття визначення (табл. 1).

На підставі даних таблиці можна зробити висновок, що більшість авторів трактують дане поняття, як перехід системи з одного стану до іншого. На думку автора, ключове слово «процес» найбільш повно відображає поняття зміна. Цей процес включає перехід системи з одного стану в інший, в результаті впливу різних факторів. Результатом цього процесу буде покращення чи навпаки погіршення в будь-якій з підсистем. Також, необхідно відмітити, що зміна може бути як запланованою так і не заплановано.