

3. Проців О. Особливості фінансової стратегії щодо подолання кризового стану підприємств / О. Проців // Державний інформ. бюлетень про приватизацію. – 2007. – № 6. – С. 18-25.

4. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2006. – 268 с.

СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ І ЇЇ РОЛЬ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Іванько Л.І.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В останні десятиріччя спостерігаються зміни співвідношення між факторами конкурентоспроможності бізнесу, зокрема відбувається зростання частки факторів, які належать до нематеріальних активів підприємства. Важливе місце у цій групі факторів посідає корпоративна культура як елемент інтелектуального капіталу, оскільки цей фактор сприяє досягненню конкурентних переваг в управлінні та, на відміну від природних та фінансових ресурсів, є невичерпним. Цілеспрямоване й ефективне управління розвитком корпоративної культури та її елементів є одним із головних завдань сучасного менеджменту.

В Україні поняття «корпоративна культура» до останнього часу практично не використовувалося, що не означає, що в нашій країні немає організацій з розвинутою корпоративною культурою. Все більше керівників і менеджерів з персоналу сьогодні замислюються про необхідність цілеспрямованого формування корпоративної культури. Багато в чому така ситуація обумовлена переходом українського бізнесу на нову стадію розвитку, яка характеризується пошуком шляхів підвищення ефективності використання наявних ресурсів, у тому числі і персоналу. Потреба в управлінні процесом формування та розвитку корпоративної культури передбачає як діагностику її підсистем та елементів, так й ефективне планування та реалізацію відповідних управлінських заходів.

Середовище, яке опосередковано впливає на процес і результати діяльності підприємства і засновано на етичних, духовних, культурних, поведінкових цінностях і нормах, що складаються в процесі еволюції загальнолюдського, національного, корпоративного і особистісного розвитку має назву корпоративної культури.

Корпоративна культура (інша назва – організаційна культура) прийнята в кожній організації, вона значно впливає на різні сторони діяльності членів організації і, зокрема, на владні відносини і відносини контролю; ставлення до трудової діяльності; міжособистісні стосунки усередині груп; міжгрупові відносини та відносини із зовнішнім оточенням. Концепція багатонаціональної корпоративної культури почала складатися на початку 80-х років ХХ століття у США під впливом трьох наукових напрямів: стратегічного менеджменту, теорії

організацій та організаційної поведінки. Культура об'єднує в собі сукупність цінностей, норм, процедур управління, переконань, способів мислення і розуміння навколишнього світу, притаманних конкретній організації. Корпоративна культура – це нематеріальний бік діяльності організації, що стосується кожного, проте часто не береться до уваги. Тільки тоді, коли організації намагаються впровадити нову стратегію або провести реорганізацію, яка йде врозрід з основними культурними нормами і цінностями, вони зіштовхуються віч-на-віч із силою культури [1].

Філософія, бачення, цілі, методи ведення бізнесу, що підкріплюють стратегію компанії, бувають сумісними або несумісними з її культурою. У першому випадку культура стає цінним союзником при реалізації стратегії, у другому – перетворюється на перешкоду.

Тісний зв'язок культури та стратегії впливає на працівників, формуючи їх поведінку та мобілізуючи на виконання стратегічного плану. Вплив здійснюється двома шляхами:

а) культура, що сприяє успішній реалізації стратегії, формує неофіційні правила, інтуїтивні вимоги та атмосферу, що підвищує продуктивність праці у компанії;

б) культура, що відповідає стратегії, виховує та мотивує людей на ефективну реалізацію стратегії, сприяє сприйняттю працівниками бачення і цілей компанії [3].

Конфлікт між стратегією та культурою винятково небажаний, оскільки заважає членам організації сприймати поставлені цілі, веде до двохзначного трактування завдань та підштовхує до неправильних рішень. У такій ситуації працівникам та менеджеру доводиться дотримуватися культури та традицій компанії та супротивитися новим заходам з реалізації стратегії, або, орієнтуючись на нові стратегічні пріоритети та приймаючи участь у їх досягненні, відмовлятися від стійкої системи цінностей компанії, а заодно і від своїх переконань. Такий конфлікт послаблює або культуру, або стратегію, або і те й інше тощо.

Якщо культура компанії не відповідає новій стратегії, необхідно культуру якнайшвидше змінити – звичайно, якщо можна обмежитися коригуванням культури, а не її корінною переробкою.

Корпоративна культура сьогодні є інструментом управлінської дії, одним із прогресивних методів управління трудовим колективом, що дозволяє м'яко та ненав'язливо прививати певні цінності, традиції, переконання, нормативні зразки поведінки, що призводить до організаційної єдності та створення фірмового стилю підприємства. Вплив корпоративної культури на ефективність діяльності підприємства слід розглядати з точки зору її відповідності загальній стратегії підприємства.

Література:

1. Володькина М.В. Стратегический менеджмент. / Володькина М.В. – Знання–Прес, 2002. – 149 с.

2. Кривошапка Ю.Н. Формирование стратегии развития акционерного общества с учетом факторов внешней среды. / Ю.Н. Кривошапка, Л.Д. Кривошапка // Труды 4-й Международной научно-технической конференции (23-24 октября 2001 г.). – Харьков: тип. з-да «ФЭД». – 2001. – С. 468-471.

3. Поважный А.С. Трансформационные процессы корпоративного управления / А.С. Поважный. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2011. – 290 с.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И СОЦИАЛЬНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Кальницкая А.С.

*Научный руководитель: Иванюков А.С., д.э.н., профессор
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Под занятостью населения понимается деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей и, как правило, приносящая им доход в денежной или иной форме.

Исследование занятости населения является логической ступенью изучения населения как целостной совокупности в единстве демографических, экономических и социальных процессов и как естественного базиса воспроизводства трудовых ресурсов. Через занятость населения характеризуется в качестве основы и субъекта всего общественного процесса производства (первой производительной силы общества) и как потребительная сила общества, воспроизводящая себя на экономической основе. Занятость населения может исследоваться в единстве производительной и потребительной силы, социально-экономических и демографических процессов.

Если рассматривать занятость как соединение трудоспособной части населения с материальными условиями производства в реальном бытии, то как экономическая категория она имеет социально-экономическую форму и материально-техническое содержание.

Именно на основе занятости населения возникает специфический закон народонаселения, который отражает движение всего населения в единстве активной и пассивной составных частей, в единстве экономических и демографических процессов.

Таким образом, исходным пунктом в исследовании занятости является механизм соединения движения населения и факторов производства. На характер и соединение факторов производства влияют не только отношения собственности на средства производства, но и отношения собственности на рабочую силу. Собственность же на рабочую силу представляет собой экономическое, производственное отношение, объектом которого является способность индивида к труду [1].