

Робітники повинні відчувати, що його інтерес є спільним з керівництвом. Це забезпечить мотивацію працівників до тяжкої праці, що дасть їм змогу отримувати більшу заробітну плату та негрошові виплати.

5) Принцип хороших умов праці:

Працівникам слід надати кращі інструменти, хороші умови праці та належну заробітну плату, а їхня робота повинна бути неупередженою.

6) Принцип гнучкості:

Кадрова політика повинна бути такою, щоб вона могла бути змінена зі зміною обставин. Технологічні зміни відбуваються з дуже швидкою швидкістю в галузях, і тому необхідний постійний перегляд такої політики.

Отже, кадрова політика повинна бути справедливою до всіх працівників.

Таким чином, кадрова політика як сукупність ідей, цілей і принципів, які визначають напрямок і зміст роботи з персоналом, є фундаментом управління персоналом та обумовлена стратегією організації.

Список використаних джерел і літератури

1. Козак Н. Н. Кадрова політика організації. К., 2016.
2. Biliavskiy V. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees / V. Biliavskiy, J. Biliavska // Canadian Journal of Science and Education : journal. Toronto, 2014. № 2 (6). P. 684–695.
3. Білявський В. М. Джерела формування кадрового потенціалу торговельного підприємства // Сталий розвиток економіки. 1'2011. № 4. С. 249–254.

*Трегубенко К. О., студентка групи МО-320
Науковий керівник: к. е. н., доц. Білявський В. М.
Національний авіаційний університет, м. Київ*

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації та її підрозділах за час діяльності та які сприймаються більшістю працівників [1, с.11]. Корпоративна культура існує на будь-якому підприємстві – з моменту його появи і до самої ліквідації – незалежно від того, створюється спеціальна служба для роботи з нею чи ні. Ефективне ж управління корпоративною культурою позитивно впливає на процвітання підприємства. Підприємство з розвинутою корпоративною культурою має великий авторитет на ринку і приваблива, як для потенційних працівників, так і для партнерів по бізнесу й акціонерів.

В успішно працюючих організаціях існує власна культура, що приводить їх до досягнення позитивних результатів. Корпоративна культура дає змогу відрізнити одну організацію від іншої, створює атмосферу ідентифікованості для членів організації, генерує прихильність до цілей організації; зміцнює соціальну стабільність; є механізмом, що скеровує і формує відносини і поведінку працівників. Корпоративна культура – в основному невидима частина організації, що не применшує її впливу на поведінку працівників, але ускладнює управління нею та проведення якісного та кількісного аналізу. Заглиблюючись у сутність та багаторівневу структуру корпоративної культури, можна виділити окремі компоненти, які в сукупності дають досить повне уявлення про неї. В структурі корпоративної культури виділяють три рівні [2, с. 38–44]: перший (містить зовнішні організаційні характеристики), другий (цінності та вірування) і третій (приховані фактори, які керують поведінкою працівників).

Ядром корпоративної культури є цінності. Соціальні, моральні і культурні цінності створюють у єдності корпоративну культуру суспільства загалом й окремих організацій зокрема. На їх основі виробляються норми і форми поведінки людини. Саме вони формують модель поведінки і спілкування в організації, внутрішньо-організаційні норми і соціальні ролі. Під нормами розуміємо узагальнені правила, що керують поведінкою працівників і приводять їх до досягнення цілей організації. Ролі визначають внесок кожного у спільну діяльність, залежно від позиції (формальної або неформальної), яку займає в організації, а також взаємні очікування і взаємний контроль працівників [4, с. 30–31]. Саме цінності, які панують на підприємстві визначають ставлення до змін та підходи до управління змінами, тоді як норми визначають прояв ставлення та видовий прояв опру змінам. В умовах функціонування підприємства, як відкритої соціально-економічної системи, корпоративна культура в системі управління змінами виконує ряд функцій, а саме:

1) *інтегративну* – забезпечує імплементацію робітника чи окремої їх групи у процес змін. Дана функція культури пов'язані із існуванням феномену «занурення у зміни», які забезпечує робітнику так званий «ефект причетності» до змін, дає йому можливість відчутти себе частиною команди змін, або навпаки – частиною течії з протистояння змінам;

2) *адаптаційну* – забезпечує пристосування робітника через сукупність соціальних та організаційних (формальних і неформальних) зв'язків до умов змін;

3) *комунікативну* – доведення потоків інформації щодо сутності змін та оціночних суджень про них до робітників чи їх груп за допомогою прийнятних на підприємстві форм передачі інформації та комунікаційних каналів;

4) *регулятивну* – формування та регулювання необхідних форм поведінки, відбраковування тих поведінкових форм, що не відповідають змісту даної культури, її цінностям та нормам. У контексті змін дана функція проявляється у позитивному підкріпленні бажаної реакції на зміни;

5) *акумуляції спільної пам'яті* що досвіду впровадження змін та подолання опору;

6) *амбівалентність* – одночасна підтримка декількох видів цінностей.

Нами для аналізу було обрано підприємство "Бель Шостка Україна" – український лідер у складі групи Bel, світового експерта з виробництва порційного сиру.

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що взаємовідносини в колективі є задовільними. Товариські та ділові взаємовідносини залежать від оптимального співвідношення особистих і колективних інтересів. Спільна професійна діяльність формує єдність професійних інтересів, які неминуче мають певні відмінності.

Корпоративна культура ПАТ "Бель Шостка Україна", за оцінками керівництва, базується на таких принципах [4]:

- ми – це єдина команда професіоналів;
- у нас три головних плюси – відповідальність, творчість, націленість на результат;
- ми поважаємо особистість кожного співробітника. Сила нашого підприємства у наших відмінностях;
- кожен клієнт особистість;
- постійне підвищення знань всіх співробітників – наша аксіома;
- ми ставимо чіткі цілі й досягаємо їх;
- бути настроєними позитивно – головне. Безвихідних положень немає.

Слід зазначити, що нині формується нова культура управління, що базується на системі корпоративних цінностей, нормах професійної етики та суспільній моралі.

Саме ця система управління дозволить забезпечити персоналу достатню мотивацію для постійного прагнення до високої якості юридичної консультації. Саме завдяки увазі до корпоративної культури можна забезпечити високу якість роботи та завоювати авторитет у населення.

Кожне підприємство прагне захопити лідерство у конкурентній боротьбі своїми засобами. У результаті цих дій підприємство може здобути собі конкурентні переваги, які виступають основою конкурентоспроможності. Конкурентна перевага – запорука міцної

конкурентної позиції підприємства й визначає характер його конкурентної стратегії. Конкурентні переваги забезпечують унікальність ринкової позиції підприємства з погляду споживачів та ділових партнерів. Конкурентні переваги, як стверджує І. Дейнега, можна визначити, як «...високу компетентність підприємства в будь-якій сфері, яка дає найкращі можливості долати сили конкуренції, залучати споживачів і зберігати їх прихильність товарам підприємства. Конкурентні переваги забезпечують надання споживачам такого продукту, який представляє для них відому цінність і за який вони готові платити гроші» [5, с. 67]. Фундаментальною причиною успіху одних підприємств і невдачі інших є те, що процвітаючі підприємства володіють конкурентними перевагами, сформованими значною мірою завдяки корпоративній культурі.

Список використаних джерел і літератури

1. Головна І. В. Психологические основы кадрового менеджмента : учеб. пособие. Харьков : Изд-во НУА, 2003. 148с.
2. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О. Корпоративна культура як стратегічний інструмент в системі управління телекомунікаційними підприємствами // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. № 4. С. 38–44.
3. Тарасова О.В., Марінова С. С. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства // Економіка харчової промисловості. 2013. № 3. С. 28–32.
4. Офіційний сайт ПАТ "Бель Шостка Україна" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bel-ukraine.com/>.
5. Дейнега І. О. Конкурентні переваги, як складова ринкового успіху. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : Арт-Друк, 2013. 300с.

Трищун Ю. М., студентка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оптимальна структура капіталу являє собою співвідношення між зобов'язаннями та власним капіталом підприємства, яке збільшує величину власного капіталу підприємства і, як наслідок, – прибутки його акціонерів. Це співвідношення не є постійним, а змінюється з часом і під впливом певних факторів.

Оптимальну структуру капіталу кількісно визначити неможливо. Однак, керівництво підприємства може знати приблизне її значення, вираховане на підставі факторів впливу та власного практичного досвіду, яке максимально наближає планову структуру до оптимального значення.

Оптимальна структура капіталу є головною умовою стійкого розвитку будь-якого підприємства. Аналіз наукової літератури свідчить, що більшість авторів виділяють три методи оптимізації структури капіталу:

- оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Цей метод ґрунтується на багатоваріантних розрахунках рівня рентабельності власного капіталу при різній структурі капіталу, що виражається через ефект фінансового важеля;

- оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації його вартості. Метод ґрунтується на попередній оцінці власного і позиченого капіталів за різних умов формування, обслуговування та здійснення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, таким чином, пошуку найбільш реальної ринкової вартості підприємства;