

1. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // Економіка та держава. – 2009. – № 9. – С. 59.

2. Артьомова Д. І. Чинники, що впливають на імідж підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/artomova-d-i-chinniki-scho-vplivayut-na-imidzh-pidpriemstva/>.

3. Пономаренко В. С. Управління іміджем підприємства: монографія/ В. С. Пономаренко, О.О. Ястремська. Харків: Вид-во ХНЕУ, 2012. – 240 с.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Берестнев О.О.

Науковий керівник – Швед А.Б.

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].

Відмінними рисами ефективної корпоративної культури є високий освітній рівень працівників, їх мотивація на успіх, справедливий винагороду за працю і створення умов для постійного вдосконалення працівників і їх професійного зростання; добре розроблена система соціального захисту працівників, відкритість новим ідеям, висока адаптивність, орієнтація на довгострокові цілі і великий творчий потенціал.

Існують такі загальні принципи формування корпоративної культури:

1. Принцип соціально-економічного та інтелектуального розвитку передбачає орієнтир на забезпеченні економічного достатку, соціального та інтелектуального розвитку всіх працівників.

2. Принцип всеохопленості та системності передбачає формування та розвиток корпоративної культури з позиції охоплення нею всіх працівників, явищ, елементів та процесів, що забезпечують діяльність підприємства.

3. Принцип вимірності та корисності. Корпоративна культура повинна виконувати функцію корисності як для людей, так і для підприємства.

4. Принцип відкритості та постійного вдосконалення передбачає орієнтацію корпоративної культури на вдосконалення та стабільний розвиток.

5. Принцип координації полягає забезпеченні порядку у роботі підприємства та координуванні поведінки людей на підприємстві.

6. Принцип обов'язковості. Керівництво підприємства має право здійснювати контролювання над дотриманням норм і правил корпоративної культури.

7. Принцип винагороди. Корпоративна культура повинна забезпечити однакову та справедливу винагороду працівникам, що дотримуються її норм.

8. Принцип відповідності чинному законодавству. Підприємство самостійно визначає норми та правила корпоративної культури, систему винагород та їх дотримання, механізм здійснення контролю над їх дотриманням, моделі розвитку корпоративної культури, проте, відповідно до вимог законодавства [2].

Для створення ефективної корпоративної культури, яка характеризується високою лояльністю працівників по відношенню до підприємства, відкритістю новим ідеям, високою адаптивністю, гнучкою структурою, прагненням працівників до вдосконалення професійного рівня, ефективною комунікацією необхідно:

- згуртувати робочий колектив (створити чіткий ритуал і розробити систему критеріїв для прийому на роботу нових співробітників, створення спільних традицій, церемоній та їх дотримання);

- впровадити ефективну систему внутрішньої комунікації, яка є провідником корпоративної культури підприємства;

- створити оптимальну систему вдосконалення професійного рівня працівників підприємства (введення практики наставництва, проведення семінарів за професійними інтересами, проведення конкурсів професійної майстерності);

- здійснити перехід від жорсткої ієрархічної системи управління до горизонтальної (введення практики делегування повноважень, «скриньки ідей», семінарів «поділися своєю ідеєю»);

- створити ефективну систему стимулювання праці (гнучка схема преміювання, широкий спектр виплат соціального характеру);

- збільшити гнучкість структури підприємства (створення наскрізних багатофункціональних проектних команд «під завдання»).

Таким чином, при вмілому використанні корпоративної культури можна привести підприємство до успіху, процвітання і стабільності, а при невмілому можливі прямо протилежні результати. Отже корпоративну культуру необхідно вивчати, стежити за її формуванням, удосконалювати і регулювати її зміни. Вона повинна стати органічною частиною всього підприємства, бути гнучкою до сучасних вимог, продиктованими економічним і технологічним розвитком, повинна сприяти досягненню поставлених цілей, а, отже, підвищенню ефективності діяльності підприємства.

1. Головнева І. В. психологічні основи кадрового менеджменту: Навч. посібник. – Харків: Вид-во НУА. – 2003. – 148 с.

2. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види / О. І. Бала, О. В. Мукан, Р. Д. Бала. Наукові праці НУ «Львівська політехніка». 2010. № 682. С. 11 – 15.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМ БАНКОМ

Гарбуз О.А.

Науковий керівник – Гнатенко М.К., канд. екон. наук, доцент

В умовах ведення банківського бізнесу в Україні і в світі зазнають значних змін. Успішне функціонування комерційного банку, як і будь-якої комерційної організації, багато в чому залежить від правильності обраної стратегії розвитку та ефективності управління процесом її реалізації.

Особливу значущість дані фактори набувають в довгостроковій перспективі, коли, в силу високої мінливості умов функціонування комерційних організацій, стратегія виступає в якості головного орієнтиру. Це дозволяє розглядати наявність системи якісного стратегічного управління як запоруку успішної діяльності комерційного банку, а в деяких випадках - як необхідний фактор виживання.

Стратегічне управління відіграє значну роль в системі функціонування банків, що зумовлює зростання кількості досліджень в цій області останнім часом, що проводяться фахівцями в області банківської справи, банківського менеджменту та деяких інших суміжних областей.

Важливість системи стратегічного управління в організації визнається фахівцями, провідними міжнародними консалтинговими компаніями, а також обґрунтовується в документах міжнародних організацій і наднаціональних наглядових органів і регуляторів.

Рішення про розробку стратегії банку неминує викликає питання до його виконавців - хто володіє необхідними навичками, знаннями і повноваженнями, щоб розробити і впровадити об'єктивну і життєздатну стратегію розвитку банку.

Існують наступні виконавці розробки стратегії банку, в тому числі:

вище керівництво - правління банку, члени ради директорів, яке проводить стратегічні сесії, на яких спільно розробляє основні стратегічні цілі, завдання та проекти, спрямовані на реалізацію бачення акціонерів банку в стратегічному періоді;

підрозділ стратегічного планування, що є координатором і основним розробником стратегії розвитку банку;