

Тіньова економіка, підриваючи основи здорового конкурентного середовища та раціональні системно-структурні співвідношення, поступово підриває систему економічного устрою та соціальних відносин в державі та територіальних громадах, коли прояви тіньової діяльності стануть не лише допустимими, але й необхідними, вважаються нормою та заохочуються.

Відповідно, лише системний підхід до протидії нелегальній економічній діяльності на усіх рівнях та у всіх сферах суспільного життя створить передумови детінізації економіки. Відомі й інші економічні методи боротьби - більш дієві, ніж жорсткі адміністративні та контролюючі. Відтак, погрібне створення сприятливого для бізнесу економіко-правового середовища, а також суспільно-політичних та соціально-економічних умов для життєдіяльності населення.

Список використаних джерел

1. Августин Р.Р. Теоретико-методологічні засади та прикладні інструменти державної політики системної детінізації економічних відносин в Україні[текст]: монографія. - Тернопіль: Крок, ТНЕУ, 2017. – 309.

2. Варналій З. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : Монографія / З. С. Варналій, Д. Д. Буркальцева, О. С. Саєнко. – К.: Знання, 2011. – 299 с.

Оксана АПОСТОЛЮК

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У пошуках важелів підвищення ефективності розвитку підприємства, його конкурентоспроможності часто акцент робиться лише на економічні фактори. Проте, не слід забувати, що суб'єктом господарювання є людина. І від неї, від її культури, загалом від культури підприємства багато в чому залежить результат його роботи. Тому саме корпоративна культура виступає важливим чинником успішної діяльності підприємства, підвищення його конкурентоздатності.

Розуміння важливості корпоративної культури пов'язане з основними викликами сучасного світу: процесами глобалізації, інтеграції економік всіх країн та формування ринкової економіки в Україні. Становлення і утвердження корпоративної культури – зразок того, як розвиток цивілізації, науково-технічного прогресу приводить суспільство до необхідності потреб розвитку духовної культури, до усвідомлення того, що для досягнення високих результатів у трудовій діяльності одних економічних методів недостатньо, вони обов'язково повинні доповнюватися розвитком культури.

Корпоративну культуру можна розглядати як потужний стратегічний інструмент, який дає можливість всебічно мобілізувати сили трудового колективу на виконання відповідних завдань та підвищити конкурентоспроможність.

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які складаються в організації і які приймаються її більшістю. Соціолог С. Роббінс відзначає, що корпоративна культура – це спеціальний клей, що дозволяє утримувати цілісність організації за рахунок створення власних стандартів мислення і поведінки [5, с.256]. Кожна успішна організація має свою корпоративну культуру, яка дозволяє їй вирізнятися серед інших, створює атмосферу індивідуальності серед її членів. Корпоративна культура виступає індикатором розвитку та роботи підприємств, організацій, адже вона, перш за все, позначається на соціально-психологічному кліматі, який задає емоційний фон для роботи всього колективу. Її можна тлумачити як інструмент у сфері управління, який дозволяє керувати персоналом, підвищувати конкурентоспроможність, ефективно здійснювати позитивні зміни.

Корпоративна культура – важливий фактор підвищення конкурентоспроможної адаптивності, ефективності виробництва і управління. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства. Глобалізаційні виклики й інтеграційні процеси значно розширюють конкурентне поле суб'єктів конкурентних відносин і, відповідно, змінюються завдання та підходи до формування політики конкурентоспроможності, вибору сучасного механізму її реалізації. «В той час, як за кордоном в теорії та на практиці корпоративного управління вже є розуміння, що в культурі криється велика конкурентна сила, в Україні усвідомлення ролі, яку відіграє корпоративна культура, як стратегічна конкурентна перевага організації приходить поступово і тільки в останні роки» [4,с.270].

Дослідження найбільш успішних компаній показали, що один із небагатьох факторів, які відрізняють успішну компанію від менш успішних – це саме корпоративна культура з чітко виявленими цінностями. Світовий досвід переконує, що впровадження корпоративної культури дає змогу досягти високих рівнів організації корпорації. Чим сильніша корпоративна культура, тим сильніша компанія, тим вона конкурентоздатніша, а потужна корпорація – основа економічної стабільності.

Оцінюючи розвиток корпоративної культури України за результатами соціологічних досліджень, можна говорити про таке: 55% сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі корпоративна культура має бути на підприємстві; 40% наших підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій; 35% визнають потребу в ній, але для

цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів; 25% взагалі вважають її непотрібною [6].

У забезпеченні унікальної конкурентної переваги особливу роль відіграє корпоративна культура, яка відноситься до рідких та найбільш складних нематеріальних стратегічних ресурсів, які майже неможливо скопіювати. Корпоративна культура відображає унікальність, неповторність і в кінцевому результаті конкурентні переваги кожного підприємства. Вона – один з найбільш значних стратегічних ресурсів, що забезпечує підприємству стійку конкурентну перевагу і в цілому впливає на ефективність його роботи (рис. 1.).

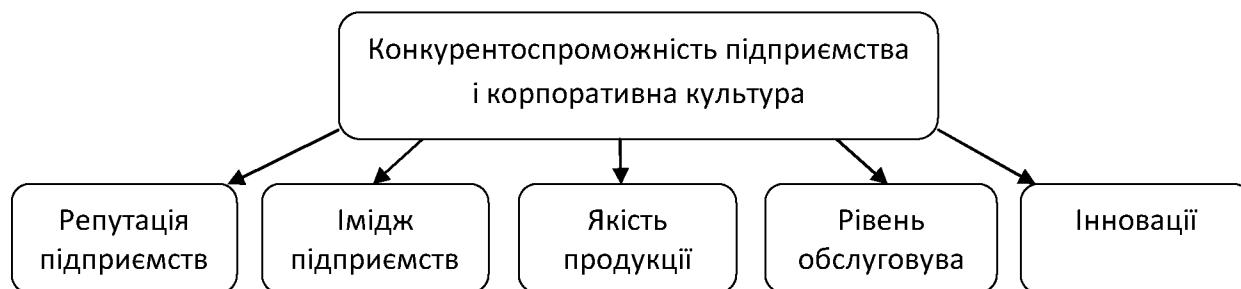


Рис. 1. Вплив корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємства

Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі своїми засобами. В результаті цих дій підприємство може здобути собі конкурентні переваги, які виступають основою конкурентоспроможності. Конкурентна перевага є запорукою міцної конкурентної позиції підприємства і визначає характер його конкурентної стратегії. Конкурентні переваги забезпечують унікальність ринкової позиції підприємства з точки зору споживачів (клієнтів) та ділових партнерів. Конкурентні переваги, як стверджує І. Дейнега, можна визначити «як високу компетентність підприємства в якій-небудь області, 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» [2,с.67]. Основною причиною успіху одних підприємств і невдачі інших є те, що процвітаючі підприємства володіють конкурентними перевагами, сформованими в значній мірі завдяки корпоративній культурі.

Сьогодні корпоративна культура в Україні не завжди розглядається, як сфера, що заслуговує пильної уваги. Є підприємства, які взагалі ігнорують корпоративну культуру, на інших система управління трудовим колективом відбувається на основі існуючої тут корпоративної культури, а також на деяких підприємствах проводяться заходи зі зміни корпоративної культури, щоб вона сприяла реалізації обраної стратегії. На жаль, ще дуже мало українських підприємств мають спеціальні служби, які займаються

формуванням і впровадженням корпоративної культури. Керівникам ще необхідний час для усвідомлення її значимості, яку можна означити як нематеріальну основу конкурентоспроможності, основу успіху будь-якої організації. На даний час іде процес її формування в умовах ринкової економіки та становлення корпоративного законодавства. Для того, щоб закріпитися на ринку, підвищувати конкурентоспроможність, потрібно формувати позитивну корпоративну культуру і, насамперед, позитивний імідж своїх організацій. Це особливо важливо сьогодні, коли економіка України взяла курс на євроінтеграцію.

Список використаних джерел

1. Аніщенко В.О. Роль корпоративної культури в прийнятті управлінських рішень / В.О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – с.64-71.
2. Дейнега І.О. Конкурентні переваги, як складова ринкового успіху. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики / І.О. Дейнега // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: «Арт-Друк» . – 2013. – 300с.
3. Корпоративна культура : навч. посібник / Г.М. Захарчин [та ін.] ; під заг. ред. Г. М. Захарчин. Львів : Новий Світ-2000, 2011. – 341 с.
4. Кравченко О., Никифорова В. Корпоративна культура, як стратегічна конкурентна перевага на підприємстві / О. Кравченко, В. Никифорова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №3. – Т1.
5. Роббинс С.П., Коултер М. Менеджмент, 8-е изд.: Пер. с англ. О.В. Медведь. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 1056 с.
6. Кіщак Т.Г. Вітчизняні реалії становлення корпоративної культури на підприємствах. – [Електронний ресурс] : режим доступу: www.economynauka.com.ua.

Юрій БОГАЧ

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

Катерина ВЕЛІЧКО

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

АУТСОРСИНГ ЯК НОВІТНЯ КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ

Нова парадигма управління розглядає організацію як відкриту систему, головною проблемою якої стає гнучкість і адаптивність до змін зовнішнього середовища. Для того, щоб витримати конкуренцію на ринку і мати конкурентні переваги над іншими компаніями, необхідно застосовувати такі сучасні концепції менеджменту: загальний менеджмент якості(TQM), реінжиніринг бізнес-процесів (BPR), побудова раціональних «тонких»