

перед суб'єктами господарювання, погіршення підсумкових результатів діяльності.

Основними фінансовими джерелами ведення бізнесу суб'єктами діяльності підприємств є власні кошти або залучений капітал – кошти банків, кредитних спілок, організацій або приватних осіб. Однак часто цих коштів може не вистачати, а діяльність підприємства та його продукція має стратегічно важливе значення для забезпечення якісного суспільного життя. Саме у цьому випадку використовується фінансова підтримка підприємницької діяльності зокрема через застосування фінансових методів, фінансових важелів, правового, нормативного та інформаційного забезпечення.

Основною метою фінансової підтримки підприємництва є забезпечення сприятливих умов для підвищення продуктивної діяльності суб'єктів підприємництва, як невіддільної частини структури економіки, та участі суб'єктів підприємництва у вирішенні завдань соціально-економічного розвитку.

Система інструментів фінансової підтримки підприємництва реалізується якісно лише в тому випадку, якщо є державні програми, що чітко визначають його переваги. Інструменти фінансової підтримки підприємництва спрямовуються на вирішення таких завдань:

- фінансування поточної виробничо-господарської діяльності;
- пошук можливостей збільшення доходів, прибутку, підвищення рентабельності та платоспроможності;
- реалізація фінансових зобов'язань перед іншими суб'єктами підприємництва, бюджетом, банками;
- мобілізація фінансових ресурсів в обсязі, необхідному для фінансування виробничого розвитку, збільшення власного капіталу;
- контроль за результативним, цільовим розподілом та використанням фінансових ресурсів.

Перспективним, однак мало застосовуваним у вітчизняній практиці господарювання інструментом фінансової підтримки підприємства є

венчурне інвестування через вливання акціонерного капіталу фаховими фірмами в приватні підприємства, що показують значний потенціал росту на первинному етапі розвитку, при одночасному керівництві цими підприємствами.

У разі браку власних оборотних коштів підприємства спрямовують валовий прибуток головним чином на повсякденні потреби, а не на заміну й модернізацію фондів. Одним зі способів забезпечення фінансових потреб підприємств є емісія корпоративних облігацій, які можуть використовуватися для прискорення процесів перерозподілу фінансових ресурсів; залучення на ринковій основі довго- й короткострокових позикових ресурсів; трансформації заощаджень організацій і громадян у інвестиції; розвитку та підвищення конкурентоспроможності внутрішнього фінансового ринку.

Перевагами корпоративних облігацій як механізму забезпечення фінансових потреб підприємств є широке коло потенційних інвесторів; публічність залучення й використання коштів; застосування біржових технологій; вища ліквідність вкладень у корпоративні облігації порівняно з кредитом та іншими формами залучення коштів.

Філь Вікторія  
ст. гр. ЕЕУПм-11,  
Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник к.е.н., доцент кафедри  
управління персоналом і регіональної  
економіки Дяків О.П.)

## ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ

Сучасні тенденції розвитку бізнесу змінюють роль менеджера в сторону лідера, основна увага в управлінні приділяється не дисципліні і контролю поведінки, а навчанню та розвитку працівника, підвищенню задоволеності від виконуваної роботи. Йти в ногу з даними процесами допоможе гуманістичний підхід до управління персоналом, який заснований на корпоративній культурі компанії.

Корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, властивих даній компанії, таких, що відображають її індивідуальність і сприйняття себе і інших в соціальному і речовинному середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [1].

Корпоративна культура – це набір основних положень діяльності компанії з врахуванням місії та стратегії розвитку, які знаходять своє відображення в цінностях та нормах, притаманним більшості працівників.

Так культура компанії дає можливість відрізнити одну компанію від іншої, формує атмосферу ідентифікованості працівників, а також виступає важливим елементом, який формує поведінку останніх і направляє її у спільне русло.

Варто зазначити, що корпоративна культура включає такі складові:

Трудова етика і мотивування. Даний елемент корпоративної культури враховує ставлення працівника до своїх обов'язків та повноважень, відповідальність за якість роботи. Не менш важливим є поділ та заміщення роботи, звички працівника, можливість працювати командою та перспектива просунутись по службі. Не останнє місце займає правильна оцінка виконаної роботи і винагорода.

Цінності і норми, які представляють сукупність орієнтирів працівника, певний тип його поведінки. Даний елемент характеризує все те, що люди цінують у власному житті (свій соціальний статус, нагороди, сам процес роботи тощо).

Місце працівника в ієрархії відносин. У різних компаніях працівники по-різному можуть самостверджуватися. Тому корпоративна культура однієї компанії може проявлятися через приховування своїх внутрішніх настроїв, тоді як іншої - через заохочування їх зовнішнього прояву. Отже, творчий підхід і свобода працівника може реалізуватися внаслідок співробітництва або індивідуалізму.

Час і його використання. Даний елемент характеризує відповідальність та дотримання складеного розпорядку діяльності, а також заохочення за точність і вчасність виконання обов'язків працівника.

Спілкування працівників компанії. Стиль, манера і форма систем комунікацій в колективі відрізняє одну компанію від іншої. Використання аббревіатур, жестикуляції, міміки ідентифікує колектив від інших.

Взаємовідносини між працівниками. У компанії зазвичай працюють різні за віком, досвідом, статтю, інтелектом, статусом працівники. Тож корпоративну культуру у даному випадку формує ступінь формалізації відносин, можливість отримати підтримку з боку співробітника, а також спосіб подолання конфліктних ситуацій.

Вдосконалення працівника, його навчання та перенавчання. Важливе значення у результатах діяльності компанії має усвідомлене виконання своїх обов'язків працівником. Бажання покращити знання та підвищити ступінь кваліфікації, керуватися досвідом та логікою у своїх діях робить колектив більш конкурентоспроможним у сучасних умовах. Тож основоположне значення має навчання та перенавчання працівників, процеси інформування.

Зовнішній вигляд і представлення себе. Мікрокультура виступає невід'ємною складовою кожної компанії, яка виражається в уніформі чи спецодезії, діловому стилі, охайності тощо.

Ставлення загалом до життя. Компанія виступає тим середовищем, яке формує працівника, його ставлення до життя. Віра у власні сили, у взаємодопомогу, а також ставлення до колег, клієнтів і конкурентів визначають фундаментальні характеристики її корпоративної культури.

Корпоративна культура може служити дієвим інструментом стратегії управління персоналом, що забезпечить зростання продуктивності та високої якості роботи. Формування і підтримка такої культури сприятиме підвищенню ефективності використання персоналу та посиленню конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки[3]

Отже, корпоративна культура виступає однією з найважливіших складових успішної діяльності компанії. При правильному управлінні приносить їй істотну користь, збільшуючи продуктивність праці. Вона формує сприятливий соціально-психологічний клімат, а також об'єднує працівників, роблячи їх командою.

*Література:*

1. Дяків О.П. *Основні складові формування корпоративної культури в організації* / О. Дяків // *зб.наук.праць. – Соціально-трудова відносина: теорія і практика. – К.:КНЕУ, 2010. – т.3 с. 94-100*
2. *Корпоративна культура як невід'ємна частина кадрової політики* // *Довідник кадровика. – 2010. – №11. – С. 72–74.*
3. *Дяків О.П. Особливості формування корпоративної культури та її вплив на розвиток трудового потенціалу підприємства* / О. Дяків, В. Островерхов, М. Іванюк // *Вісник Східноукраїнського національного університету імені В.Даля* // *Науковий журнал №14 (168), 2011– 97–100*

Хрустальова Юлія  
ст. гр. УПЕП – 42,  
Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри  
управління персоналом і регіональної  
економіки Дяків О.П.)

## КОУЧИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СТИЛЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Однією із сучасних технологій управління персоналом, яка спрямована на професійний розвиток працівників, підвищення їх компетентності, досягнення цілей організації є коучинг, який сприяє розвитку креативного та мотиваційного потенціалу працівників, формує їх внутрішню мотивацію до успішної реалізації поставлених завдань.

За твердженням В. Брича та М. Нагари «...коучинг — це система організаційних, соціально-психологічних та економічних методів, які сприяють розкриттю та максимізації потенціалу особистості і колективу в професійній

сфері, створюють умови для перманентного розвитку та професійного зростання персоналу, призводять до інновацій, якісно вищого рівня відповідальності працівників» [1].

Останнім часом коучинг все частіше використовується в організаціях як унікальний системний підхід до формування корпоративної культури, технології розвитку працівників, побудови і реалізації стратегій підприємства.

Крім цього, компанії, які застосовують коучинг як метод управління персоналом, здатні набагато простіше і ефективніше втримати своїх працівників від звільнення і тим самим запобігти плинності кадрів.

У корпоративній практиці провідні компанії світу широко використовують коучинг для топ-менеджменту, менеджерів середньої ланки так і ключових співробітників, розвивають «управління в стилі коучинг», проводять масштабні програми розвитку лідерства, в яких коучинг є центральною ланкою стратегії організації.

Для того, щоб коучинг був ефективним, відносини між коучем і підлеглим повинні базуватися на партнерстві, довірі, безпеці і мінімальному примусу. Заробітна плата, кар'єрний ріст і звільнення повинні відійти на задній план тому, що вони тільки заважають будувати такі відносини.

Досить часто постає питання про те, чи може менеджер бути коучем. Звичайно, що так, але для цього він повинен проявити такі якості, як емпатія, порядність, а також в більшості випадків застосовувати нестандартні підходи до роботи з персоналом. Йому також доведеться побудувати власні моделі поведінки, тому, що він може зіткнутися з працівниками, яких насторожує будь-яке відхилення від традиційного менеджменту.

Коуч – це менеджер який знає, як керувати своїми емоціями і як поводитись з емоціями своїх колег та підлеглих. У процесі коучингу, залучаючи працівників до обговорення спільних проблем, завдань, обміну досвідом, дозволяє не тільки підвищити мотивацію персоналу, але й розглянути проблему з позиції різних людей і різного життєвого досвіду [3].