

*Петрусенко Діна Миколаївна,  
магістрантка,  
Міжрегіональна академія управління персоналом*

## **ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Масова приватизація в Україні перетворила тисячі великих і середніх підприємств в акціонерні товариства, дала можливість мільйонам громадян стати власниками акцій. Створення акціонерних товариств обумовило появу принципово нового в українській теорії та практиці поняття – корпоративна культура та корпоративне управління. Це поклало початок виникненню в нашій державі корпоративної форми бізнесу, та, створенню нової системи управління, з якою вітчизняні управлінські кадри ще не були знайомі [1, с.24-30].

Ефективність корпоративної культури, як складової корпоративного управління стає вирішальним фактором успішної роботи компаній в системі стратегічного управління підприємства при формуванні ринкових відносин. Для багатьох компаній, фінансових інститутів, бірж і урядів різних країн, в тому числі і для України, ця вимога ринку є, на даному етапі, однією з головних.

Формування ефективної корпоративної культури, як елемента корпоративної системи стратегічного управління підприємства, визначає взаємодію ради директорів, виконавчого органу та акціонерів, впливає на його економіку в цілому та постійно стимулює розвиток і впровадження інноваційних методів управління та зростання капіталу. Вважається, що корпоративна культура це дух компанії, набір її цінностей. Формування корпоративної культури є важливим фактором в розвитку будь-якої компанії.

Корпоративна культура у практиці бізнесу це визначені цінності та норми, які розділяються усіма співробітниками компанії. Ці цінності знаходять своє втілення у символах, легендах, девізах та церемоніях. Задачею менеджменту, зацікавленому у прогресивному розвитку та процвітанні компанії, є формування усіх складових корпоративної культури [2, с.56].

Одним із найважливіших чинників ефективного розвитку корпоративних відносин є відносини всередині підприємства, або корпоративна культура. На жаль, сьогодні ці відносини ще далекі від належного рівня через постійні конфлікти між менеджментом підприємства та його акціонерами, між стратегічним інвестором та іншими акціонерами. Доки ці відносини не вийдуть на цивілізований рівень, важко говорити про розвиток корпоративної культури та її вплив на стратегію управління підприємством [3, с. 234].

Дослідження в сфері корпоративного управління вітчизняними науковцями почали здійснюватися нещодавно. Науковці у своїх роботах значну увагу приділяють питанням специфіки реформування державних підприємств, формуванню елементів корпоративного управління, а, питанням формування корпоративної культури на підприємствах країни практично не досліджувались. Тому, не зважаючи на теоретичні доробки вчених, на даний час, існує

необхідність дослідження питань, формування корпоративної культури в системі стратегічного управління підприємства.

Як свідчить практика ПАТ «Укрпошти», керівники просто перенесли старі прийоми та методи управління державним підприємствам на акціонерне товариство, що вплинуло на негативну його діяльність. Це призводить до того що підприємство не має змоги залучати значні фінансові ресурси із внутрішнього ринку, не має можливості одержати інвестиції із зовнішніх ринків, що, в остаточному підсумку, погіршує економічну ситуацію не тільки на підприємстві, а в цілому в країні.

Корпоративна культура управління виділилась на певному історичному етапі соціально-економічного розвитку, коли відбулося відокремлення функцій управління від власності і почали виникати організаційні форми господарювання, що отримали назву акціонерних товариств або корпорацій.

Предметом вивчення корпоративної культури, як складової корпоративного управління є безпосередньо виробництво, його бренд, фінанси, ринки, та кадрова політика. З погляду стратегії, корпоративна культура системи корпоративного управління націлена на формування якісного бренду компанії, забезпечення її сталого розвитку стратегії через формування найбільш ефективної організаційної культури стратегічного управління підприємством.

Корпоративна культура управління розглядає бренд компанії, сприяє представленню його на ринку як необхідну умову розвитку загальної, для всіх працівників, корпоративної культури компанії. Корпоративна культура компанії, відокремлена від бренду і вимог ринку, чинить не просто негативний вплив на бізнес-процеси в середині компанії, а формує негативний імідж її та її продукту в суспільстві. Саме тому корпоративна культура впливає на здійснення господарських операцій працівниками та менеджерами, виходячи з найбільшої ефективності її діяльності не тільки з погляду менеджменту організацій, а і її власників. Проте не завжди інтереси власників та корпорації збігаються. Тому корпоративна культура спрямована на досягнення оптимального узгодження інтересів суб'єктів корпоративних відносин – власників, менеджерів, працівників. Ці інтереси, як правило, різні, їх узгодження здійснюється через реалізацію повноважень і відповідальності.

Виходячи з цього, в нашому дослідженні корпоративна культура розглядається як елемент стратегічного управління підприємства зв'язку.

В процесі дослідження запропоновані:

\* Задачі для менеджера по формуванню та впровадженню корпоративної культури»: виявлені основні цінності компанії «які є на даний час» та визначені основні цінності компанії у майбутньому «які треба»;

\* «Критерії оцінки корпоративної культури»: система прийняття рішень; за що штрафують (наказують) та за що заохочують в компанії; традиції компанії та як вони виникли; яка поведінка людей в компанії вважається нормативною; рівень ділової етики; яким чином елементи корпоративної культури впливають на бізнес;

\* Інструменти зміни корпоративної культури»: система мотивації; навчання; використання неформальної структури та вплив на неї; зміна

традицій; хаотичні та структуровані втручання; питання пов'язані з лідерством, у тому числі з неформальним лідерством; кадрові зміни.

Практичне значення даного дослідження полягає у:

\* аналізі корпоративної культури підприємства, як системи корпоративного управління підприємства;

\* розробці практичних пропозицій щодо удосконалення напрямів корпоративної культури управління підприємства в системі стратегічного управління та визначені соціально-економічної ефективності запропонованих рекомендацій.

### **Список використаних джерел**

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: учеб. пособ. Пер.с англ.- Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000.272 с.
2. Воробієнко П. П., Лозова Т. І., Олійник Г. Ю. Перехідна економіка: теорія та практика: монограф. Одеса: ОНАЗ ім. О.С.Попова, 2018.-272 с.
3. Олійник Г. Ю. Організаційно-економічний механізм корпоративного управління підприємствами транспорту та зв'язку: монограф. Київ: Логос, 2012. 423 с.

*Приймак Олександр Олександрович,  
аспірант,*

*Національна академія статистики, обліку та аудиту*

### **ВПЛИВ КОРОНАВІРУСНОЇ ХВОРОБИ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

Пандемія коронавірусної хвороби 2019-2020 – поточна пандемія коронавірусної хвороби 2019 (COVID-19), спричинена SARS-CoV-2. Спалах захворювання розпочався у грудні 2019 у м. Ухань, Хубей, КНР, та визнаний ВООЗ пандемією 11 березня 2020 р. Станом на 15 вересня 2020 р.: понад 29 мільйонів випадків, у майже всіх країнах та територіях. Унаслідок захворювання понад 900 тис. осіб померли. Близько 19,8 млн людей одужало. [1]

Жодна країна не була готова до епідемії та пандемії. Це стосується як економіки розвинутих країн, так і економіки країн, що розвиваються. Згідно зі світовим рейтингом охорони праці Global Health Security, Україна посідає 94 місце зі 195 країн світу [2]. Пандемія коронавірусної хвороби COVID-19 спричинила економічну кризу у світовій економіці. За даними Міжнародного валютного фонду, це може бути найбільшою кризою з часів Великої депресії 1929-1930 років.

Найбільш уразливими в цій ситуації є країни, що розвиваються, у тому числі й Україна. Починаючи з 2014 року в Україні склалася сукупність фундаментальних факторів, систематичний вплив яких призвів до того, що країна, як і багато інших країн світу, виявилася абсолютно не готова протидіяти викликам, пов'язаним з поширенням пандемії коронавірусної хвороби. В даний