

В статье отмечено, что одной из форм внешнеэкономической деятельности предприятий является внешняя торговля. Рассмотрены классические, неоклассические и альтернативные концепции теорий международной торговли. Определены основные критерии эффективности внешней торговли.

Ключевые слова: эффективность внешней торговли, концепции международной торговли, экспортно-импортные операции.

In the article it is mentioned that one of the forms of foreign economic activity of enterprises is foreign trade. Classical, neoclassical and alternative conceptions of theories of international trade are considered. The basic criteria of efficiency of foreign trade are defined.

Key words: efficiency of foreign trade, conceptions of international trade, export-import operations.

УДК 658.8

А. В. КРИСЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»;

В. Д. ІВАНИЦЬКИЙ, канд. екон. наук. НТУ «ХПІ».

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВНА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

В статті обґрунтовано роль корпоративної культури у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Розкрито сутність впливу корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємства. Виявлено основні типи взаємодії корпоративних культур на підприємстві та їх вплив на імідж та конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: корпоративна культура, корпоративні цінності, конкурентоспроможність, персонал, конкурентні переваги, імідж.

Вступ. Корпоративна культура – складне і гнучке поняття. Вона відрізняється складністю і взаємозалежністю елементів, відносною цінністю прогнозів. Неухильно зростає її роль в загальній стратегії розвитку і конкурентоспроможності організацій. Однак, дуже мало організацій, які мають спеціальні служби, що займаються формуванням та впровадженням корпоративних цінностей. Інші організації мають широке поле формування корпоративних цінностей, тому керівництву ще необхідно усвідомити значимість корпоративної культури, яку все частіше називають нематеріальною основою конкурентоспроможності. Створення конкурентоспроможної організації, що має індивідуальність і загальні цінності, можливе лише в результаті послідовного формування цілісної системи поглядів, складовою якої є особиста внутрішня культура персоналу. Таким чином, формування корпоративної культури повинно починатися з кожного співробітника.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Корпоративну культуру як одну з конкурентних переваг досліджують у західній економічній літературі,

починаючи з 1980-х років. Піонерами в цьому напрямі були Т. Пітерс, Р. Уотермен. Істотний внесок у дослідження цих проблем зробили І. Ансофф, М. Армстронг, Г. Даулінг, К. Камерон, Є. Капітонов, Ф. Котлер, Р. Кричевский, А. Маслоу, Б. Мільнер, та ін. Проте в наукових працях чітко не визначено роль корпоративної культури як основної конкурентної переваги підприємства.

Мета дослідження та постановка проблеми. Мета статті полягає в необхідності узагальнення підходів до сутнісних характеристик конкурентних переваг і визначення ролі корпоративної культури як стратегічної конкурентної переваги підприємства. Наукова проблема даного дослідження полягає у відсутності розуміння значення корпоративної культури на підприємстві, що в свою чергу впливає на конкурентоспроможність компанії.

Виклад основного матеріалу. Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі своїми засобами. Залежно від результативності цих дій підприємство може отримати собі конкурентну перевагу, яка виступає основою забезпечення КСП підприємства, а також складовою частиною стратегічного потенціалу [1]. Саме конкурентна перевага є запорукою міцної конкурентної позиції підприємства і визначає характер його конкурентної стратегії.

Б. Карлоф відзначав, що поряд з продуктивністю використання ресурсів (ефективність виробництва) виділяється наявність їх окремих видів, а саме те, на що спрямовані всі стратегії в сфері бізнесу; конкурентні переваги формуються численними факторами: ефективним виробництвом, володінням патентами, грамотним менеджментом, відношенням до споживачів [2, с. 59].

Сутність конкурентної переваги з точки зору ресурсного підходу Портер розумів як, сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів. Наведене визначення характеризує конкурентну перевагу як позитивну відмінність у продуктивності використання ресурсів [3, с. 200].

М. Кніш акцентує увагу на порівнянні підприємств з точки зору протидії силам конкуренції і зазначає, що фірма має конкурентну перевагу, коли вона краще за своїх суперників долає сили конкуренції та виконує роботу по залученню покупців [4, с. 114].

Ф. Котлер і Дж. А. Касліоне відзначають, що рішуче впровадження профілактичних заходів стратегічних поведінкових моделей в умовах хаотичності дозволяє захистити підприємство від все більш непередбачуваного середовища. Крім того, впровадження таких стратегічних поведінкових моделей почне тривалий і стабільний процес створення нової корпоративної культури, в якій всі підрозділи краще пристосовані до середовища і мають інструменти для довгострокового успіху [5, с.141-142].

Можна стверджувати, що корпоративна культура – це вміння як керівництва, так і персоналу працювати на всіх рівнях і у всіх функціональних сферах. Це означає, що ефективність і конкурентоспроможність підприємства залежать головним чином від його культури, а, отже, про те, наскільки високий або низький рівень культури, можна судити за рівнем економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Низька конкурентоспроможність і незначний економічний ефект дозволяють говорити, що принаймні один з структурних елементів корпоративної культури підприємства слабкий, а якість виконання визначених йому функцій – низька. Отже, саме рівень культури підприємства і зумовлює рівень конкурентоспроможності.

Крім того, корпоративна культура базується на основоположних цінностях, які поділяються членами компанії. Ці цінності в різних корпораціях можуть бути різними і в тому числі в залежності від того, чиї інтереси лежать в основі діяльності компанії: самої компанії в цілому або окремих її членів. Високий рівень корпоративної культури є важливим стратегічним чинником, мобілізуючим всі структурні ланки корпорації та її окремих працівників на досягнення поставлених цілей у рамках задекларованої місії компанії.

Вирішальним чинником у становленні корпоративної культури є філософія компанії або іншими словами, принципи, яким слідує керівництво компанії. Формування таких принципів має на меті створити в очах своїх співробітників і в зовнішньому середовищі певний імідж корпорації. На імідж корпорації також впливає тип спільної діяльності – характер взаємодії працівників в рамках колективної праці, спосіб організації такої праці. Існує кілька типів взаємодії корпоративних культур (табл.).

Таблиця. Характеристика окремих типів взаємодії корпоративних культур

Тип взаємодії	Основні характеристики
1	2
Індивідуальний («Я» – «Вони» = зіткнення)	Мінімальна взаємодія між учасниками праці. Кожен виконавець має свій обсяг робіт відповідно до професійної позиції. Особисте спілкування здійснюється в основному в непрямій формі: через комп'ютерні мережі, телефон, телетайп і т.п. Спільним є лише предмет праці, в обробку якого кожен вносить свою лепту. Висока ініціативність, орієнтація на індивідуальне досягнення.
Послідовний («Я» – «Він» = конкуренція)	Послідовне включення в роботу виконавців одного за іншим у відповідності із специфікою технологічного процесу і кваліфікацією кожного. Міжособистісне спілкування виражено більшою мірою, ніж при індивідуальному типі спільної діяльності. Висока технологічна дисципліна. Чітке дотримання нормативів, але все ж проявляється конкуренція, так як кожен з працівників намагається виділитися, довести, що він краще інших.
Взаємодіючий («Я» – «Ти» = співпраця)	Участь кожного працівника в вирішенні загальної задачі. Характер праці окремих працівників визначається керівником. Ефективність загальної трудової діяльності в рівній мірі залежить від внеску кожного члена колективу. Висока орієнтація на авторитет лідера, колективні цілі, групову моральність.
Творчий («Я» – «Ми» = партнерство)	Особливий тип діяльності – співпраця; кожен учасник в рівній мірі творець чогось нового, унікального. Особлива активність учасників, орієнтація на професійний розвиток. Даний тип взаємодії є найбільш прийнятним для розвитку і формування позитивної корпоративної культури в організації.

Таким чином, кожен з типів взаємодії корпоративних культур впливає на розвиток корпоративної культури та на конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Висновок. На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що до цих пір в багатьох організаціях питаннями корпоративної культури на професійному рівні ніхто не займається. Проблеми формування корпоративної культури, особливо у молодих компаніях, часто зводяться до впровадження іміджевих та розважальних програм, тоді як потенціал корпоративної культури може бути розкритий тільки за умови її стратегічного напрямку. Таким чином, у забезпеченні унікального конкурентоспроможного підприємства особливу роль відіграє корпоративна культура, яка відноситься до рідкісних і найбільш складних нематеріальних стратегічних ресурсів, які майже неможливо скопіювати.

Список літератури: 1. Мильнер Б.З., Управление знаниями в корпорациях / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З.Мильнера. – М.: Дело, 2006. – 599 с. 2. Карлоф Б., Деловая стратегия: концепция, содержание, символы; пер. с англ. / Б. Карлоф. – М.: Экономика, 1991. – 239 с. 3. Портер М., Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкуренток / М. Портер; пер. с англ.. – М.: Альбина Бизнес Бук, 2006.– 454 с. 4. Книш М. И., Конкурентные стратегии: Учеб. пособ. / М. И. Книш. – СПб., 2000. – 284 с. 5. Шевченко Л. С., Конкурентное управление / Шевченко Л. С. Учеб. пособ. – Харьков : Эспада, 2004. – 520 с. 6. Белецкая И. И., Современный механизм формирования конкурентных преимуществ в свете эволюции их теории / И. И Белецкая. // Прометей. – 2005. – № 1. – С. 167-172.

Надійшла до редакції 17.04.2013

УДК 658.8

Корпоративна культура як основна конкурентна перевага підприємства / Крисенко А. В., Іваницький В. Д.// Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 24(997). – С. 68–72. – Бібліогр.: 6 назв.

В статті обоснована роль корпоративної культури в підвищенні конкурентоспособності підприємства. Раскрыта сущность влияния корпоративной культуры на конкурентоспособность предприятия. Выявлены основные типы взаимодействия корпоративных культур на предприятии и их влияние на имидж и конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративные ценности, конкурентоспособность, персонал, конкурентные преимущества, имидж.

The role of corporate culture in competitiveness of the enterprise is based in the article. The essence of the influence of corporate culture on the company's competitiveness. The basic types of interaction of corporate culture in the company and its impact on the image and competitiveness.

Keywords: corporate culture, corporate values, competitiveness, staff, competitive advantages, image.

УДК 336.7

Ю. І. ЛЕРНЕР, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ»;
О. О. ПАНЧІШНА, студентка, НТУ «ХПІ»

ФАКТОРИ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ ЛІКВІДНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

В даній роботі досліджується ліквідність банку як важливий фактор функціонування усього банківського сектору України в умовах досить високого рівня залежності гривні від долару та режиму близькому до плаваючого валютного курсу. Додатково визначаються базові принципи регулювання банківської ліквідності органами державного нагляду, а саме НБУ.

Ключові слова: ліквідність, валютний режим, чисті іноземні активи, чисті зобов'язання уряду, готівка в обігу.

Актуальність: банківський сектор відіграє важливу роль в економіці країни. Базовим підприємством у майбутній роботі буде виступати банківська структура, тому доцільно розглянути засади функціонування банківської системи в Україні. Ключовим питанням у діяльності банківського сектору є