

Перший принцип пов'язаний з правовим режимом здійснення розрахунків і платежів та визначений роллю платіжної системи як основного елементу будь-якого сучасного суспільства. Під правовим режимом розуміється комплекс нормативних актів, регулюючих грошові розрахунки.

Другий принцип обумовлений здійсненням розрахунків за банківськими рахунками. Наявність банківського рахунку у одержувача і платника є важливим елементом таких розрахунків.

Третій принцип визначений необхідністю підтримки ліквідності організації на рівні, що гарантує оперативне здійснення платежів. Для цього всі платники зобов'язані відобразити шляхи вишукування відсутніх ресурсів для своєчасного виконання боргових зобов'язань в обліковій політиці.

Четвертий принцип - принцип майнової відповідальності за відповідністю умов договору. Сенс цього принципу полягає в тому, що кожна зі сторін договору повинна нести відповідальність за порушення договірних зобов'язань.

При дотриманні всіх перерахованих вище принципів в обліковій політиці організації можна домогтися максимального ефекту від ведення грошових розрахунків і стабілізувати фінансовий стан організації. Таким чином, можна зробити висновок про те, що облікова політика є найважливішим інструментом оптимізації не тільки безготівкових розрахунків, але і всього облікового процесу організації, який впливає на достовірність ведення бухгалтерського та податкового обліку, а також фінансове становище підприємства в цілому.

Використана література:

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 22.12.2011 р. № 4224-17 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу :

<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.

Корпоративна культура як основа діяльності підприємства

Галактіонова А.А., магістрант спеціальності «Економіка підприємства»

Національного фармацевтичного університету

alena.galaktionova.96@gmail.com

Науковий керівник: Гладкова О.В., к.е.н., доцент кафедри управління та економіки підприємства Національного фармацевтичного університету

Загальна концептуальна база підприємства є сукупністю суспільних і підприємницьких правил, що локально склалися і зумовлюють значення та специфіку існування підприємства на ринку.

Концептуальна база складається з двох основних елементів:

1) корпоративна філософія;

2) корпоративна культура (складається з професійної культури та ділової етики).

Корпоративна культура – це живе середовище всього бізнесу. “Люди, об’єднані спільним баченням майбутнього і загальними цінностями, можуть творити дива”, що на англійській мові проголосив своїм основним гаслом Джек Уелч: "Soft values, hard results," - колишній легендарний лідер фірми GE, якому вдалося збільшити капіталізацію цієї провідної фірми світу в 40 разів.

Корпоративна філософія визначає суть бізнесу, яким займається конкретне підприємство, та формулює значення його життєдіяльності.

На практиці доводиться часто спостерігати, як підприємства нехтують корпоративною філософією та зводять її лише до отримання прибутку. Через їх вузькість світогляду, можемо зробити висновок, що ці компанії не можна зрозглядати як серйозні підприємства.

Розглянемо на прикладах двох світових лідерів в цифровій техніці, таких як Samsung Electronics та Apple Inc, відмінності в корпоративних культурах.

Корпоративна культура корейської компанії Samsung Electronics.

Особливості:

- баланс між залученими співробітниками зі сторони та власними вирощеними кадрами;
- декілька стадій відбору нових кадрів з подальшим навчанням;
- велика кількість тренінгів, що проводяться в межах компанії власними силами, без залучення фахівців інших компаній;
- можливість працювати за кордоном в одній з численних штаб-квартир компанії;
- щорічна оцінка персоналу.

Корпоративна культура американської компанії Apple Inc.

Особливості:

- максимум інженерного таланту;
- мінімум бюрократизму;
- повага до співробітників;
- управління компанією здійснюється інженерами, а не менеджерами;
- культура поваги між керівниками та співробітниками;
- співробітники мають право користуватися продукцією та покращувати її;
- компанія стимулює співробітників до кар’єрного росту;
- пріоритет дедлайнам (повернення продукції, що є невідповідною для підтримки репутації компанії);
- компанія не робить ставку на відмінність від конкурентів;
- наймання на роботу людей, що захоплені компанією та продукцією компанії Apple, бо рушійною силою є ентузіазм;
- баланс між роботою та власним життям.

Проаналізувавши ці параметри, можемо зробити висновок, що компанія Samsung Electronics націлена на постійний розвиток та навчання персоналу для покращення якості продукції. Але великим недоліком є те, що в компанії мала роль віддається корпоративному відпочинку, корпоративному духу, що також

впливає на співробітників, їх мотивацію та зацікавленість в роботі як своїй, так і всієї компанії в цілому.

Підхід компанії Apple Inc зовсім інший. Компанія шукає закоханих та талановитих співробітників, які бажають та можуть зробити внесок в покращення продукції та компанії в цілому. Першочергова роль віддається якості продукції, що дає змогу підтримувати лідерство на ринку цифрових технологій.

«Основні принципи корпоративної філософії і культури, відчуття духовної спільності, що властиве працівникам компанії, чинять набагато більший вплив на результати діяльності, ніж технологічні або економічні ресурси, організаційна структура, інновації чи нормування часу. Безумовно, усе це також необхідне для успіху. Проте основним чинником успішної діяльності компанії є відданість її працівників основним принципам корпоративної культури і філософії».

Практика доводить, що досягнути успіху підприємство зможе лише тоді, коли зможе організувати баланс між такими складовими як: концептуальна база, виробничо-комерційна політика та функціональна поведінка на ринку.

На корпоративну політику та культуру впливають багато факторів. Серед них є: окремі угруповання на підприємстві, члени організацій. Відповідно вони впливають й на концептуальну базу. За часту лінію поведінки на ринку, маркетингову політику визначають засновники підприємств, з іменами яких пов'язують перелік правил та принципів корпоративної філософії та культури підприємства.

Таким чином, узагальнюючи вищевикладене, можна сказати, що корпоративна культура є основою діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва і є результатом взаємодії внутрішніх структур підприємства, таких як: норм поведінки, перелік цінностей, що переважають у конкретній організаційній структурі.

Використана література:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. С.Г. Божук. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2005. - 464 с.
2. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. МЛ. Белявцева та В.Н. Воробйова. - К. : Центр навч. л-ри, 2006. - 407 с.
3. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / В.П. Пелішенко. - К. : Центр навч. л-ри, 2003. - 200 с.

Аналіз сучасних підходів до визначення економічної ефективності заходів з поліпшення умов праці

*Гетало О. В., к. фарм. н., доцент кафедри фармації
Київського міжнародного університету
olgagetalovp@gmail.com*

На фармацевтичних підприємствах реальні виробничі умови характеризуються, як правило, наявністю певних небезпек і шкідливостей. Відступ від нормального режиму роботи й порушення вимог безпеки може