

новационной деятельности. В работе рассмотрены виды рисков, с которыми сталкиваются предприятия Украины, изучена природа инновационного риска, разработано авторское определение данной экономической категории, обоснован комплексный подход к управлению риском инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационный риск, концепция корпоративной социальной ответственности, факторы риска.

The scientific article is devoted to one of the most actual current problems of innovative activity of Ukrainian economic entities – the problem of innovative risk management. The article considers the types of risks that are dealing with enterprises of Ukraine, studied the nature of innovation risk, the author developed a definition of this economic category, reasonably comprehensive approach to risk management innovation.

Keywords: innovation, innovation risk, the concept of corporate social responsibility, risk factors.

УДК 658:008:005

Г. А. КОРЧАГИНА, аспірант, ХНЕУ, Харків

КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА: КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ

В роботі розглянуто визначення таких понять як «культура підприємства», «організаційна культура», «корпоративна культура», «економічна культура». Проведено аналіз наданих визначень. Розглянуто склад та взаємозв'язок цих понять та надано вдосконалені визначення

Ключові слова: культура, організаційна культура, корпоративна культура, економічна культура, культура підприємства.

Вступ. З огляду на сучасний розвиток суспільства та підприємництва в Україні стало очевидно, що застарілі методи керування підприємством, персоналом вже не діють та не є актуальними. Основою усіх зв'язків на підприємствах та за їх межами є гуманізація, поставлення постаті працівника на перший план та розгляд його не як ресурсу підприємства, а як надбання. Звичайно, коли мова йде про кваліфіковані кадри, з високою компетенцією та культурою. Рівень культури підприємства, різновид культури відіграє дуже важливу роль в діяльності будь-якого підприємства – він впливає на якість внутрішніх зв'язків всередині та зовні, соціальний клімат на підприємстві, а, отже, і на результативні показники роботи підприємства (прибуток, плинність кадрів тощо). Культуру можна назвати «вектором діяльності підприємства», тому що саме культура підприємства може впливати на напрямок та характер діяльності підприємства.

Аналіз літератури. Питанням культури на підприємстві присвячено вже досить багато трудів. Ще вчені радянського союзу присвятили багато своїх трудів культурі виробництва, культурі праці, культурі працівників [1;2;3]. Сучасні науковці такі, як Шкода В. В., Кальянов А. В. [4], Медведева О. А. [5], Василькова Т. В. [6], Хамініч С. Ю. [7], Гончаров В. М., Родіонова О. Ю. [8], Туріянська М. М., Пеннер В. Г. [9], Виходець О. М. [10] та ін.. теж активно досліджують питання культури на підприємстві та її вплив на ефективність роботи підприємства.

Мета дослідження, постановка проблеми. Метою дослідження є аналіз визначень понять «культура підприємства», «організаційна культура», «корпоративна культура» та «економічна культура» для синтезування підходів щодо визначення цих понять, розмежування їх застосування. Наочне схематичне представлення допоможе визначити ієрархію цих категорій в системі ринкової економіки країни. Це дасть змогу уникнути плутанини із вживанням цих понять, тому що багато авторів прирівнюють всі ці поняття та не розмежують їхнє використання і значення.

Матеріали дослідження. Вперше поняття «культура підприємства» з'явилося в 1980р. в статті журналу Business Week, де мова йшла про складність зміни цінностей, які проголошують успіх чи невдачі на підприємстві [11]. В радянському союзі існувало поняття культура праці, та культура виробництва, яка характеризувала рівень історичного розвитку суб'єкта праці у всьому різноманітті та цілісності його морально-ділових та морально-психологічних якостей. Культура праці – сукупність якостей працівника, які є адекватними до вимог виробництва та, які забезпечать його ефективне функціонування [3, с. 3].

В таблиці 1 надані визначення понять «економічна культура», «організаційна культура», «корпоративна культура» та «культура підприємства», які розкривають різні підходи до розглядання цих категорій.

Узагальнюючи визначення, наведені в таблиці, можна виділити наступні підходи:

1. ціннісно-орієнтований – розглядає з позицій цінностей, як основи культури, це принциповий основоположний підхід. Послідовниками цього підходу є Г. Хаєт, О. Медведева, Л. Горшкова, О. Большаков. Д. Бодді, Р. Пейтон. З. Румянцева, М. Тевене, М. Дороніна, Д. Елдрідж, А. Кромбі.

2. невловиме-алегоричний, абстрактний – розглядає культуру як невловиме, уявлене явище. До прихильників цього підходу можна віднести О. Стеклову, О. Віханського, А. Дороніна, Е. Уткіна, К. Шольца, Е. Капітонова. О. Виходця. С. Хамініч, В. Маслова.

3. системний – розглядає культуру як систему елементів. Прихильниками даного підходу є В. Травін, А. Колос. Д. Репка, К. Голд, Д. Задихайло, Л. Мірчіч.

4. інтегральний, який об'єднує кілька підходів в собі. У більшості випадків припускає розглядання культури, в основі якої лежать цінності, але з точки зору системного підходу. Прихильниками такого підходу є А. Петтігрю, Т. Галкіна, Б. Усманов, В. Співак, А. Томпсон. С. Ковалевський. А. Воронкова, Е. Шейн.

У той же час, надаючи визначення культурі підприємства, автори описують характеристики організаційної і навпаки. Так, наприклад Е. Шейн у своїй роботі, присвяченій організаційній культурі та лідерству, надає визначення організаційної культури, але називає її культурою групи [28]. Деякі вчені вважають, що корпоративна й організаційна культура – це синоніми або взаємозамінні терміни [10; 13; 14; 18; 29]. Наприклад, О. Максименко вважає, що диференціація цих двох понять визначається масштабами підприємства, а І. Грошев, – що «організаційна культура» відноситься до локальної галузевої організації, а «корпоративна культура» – до багатопрофільної міжнародної корпорації [29, с. 73-77].

На наш погляд, організаційна та корпоративна культура – це різні поняття, які виконують різні функції та слугують різним цілям на підприємстві та входять до складу культури організації. Корпоративна культура виконує більш представницьку функцію, вона передає символіку підприємства, формує зовнішній імідж підприємства, корпоративні ритуали та традиції, корпоративні норми поведінки, міфи та легенди, орієнтовані на зовнішнє коло спілкування (клієнти, партнери тощо). Отже, корпоративна культура має інформаційно-представницький характер, представляючи дану організацію в світі. Щодо організаційної культури, це більш ширше поняття. Схематично зв'язок таких понять, як культура підприємства, організаційна та корпоративна культура надано на рисунку (рис.).

Організаційна культура складається з наступних елементів: культура виробництва; культура умов праці, організації праці, засобів праці і трудового процесу; культура персоналу; культура комунікацій (міжособових відносин); культура соціального забезпечення; культура управління; культура інновацій та культура відносин із контрагентами [Узагальнено 24;25].

Таблиця 1 – Визначення категорій культури та підприємств

Рівень	Автор [джерело]	Визначення
Екзистенціальна культура (ЕК)	Великий словничний словник (А.Б. Борисов) [12, с.829] Хамніч С.Ю. [7, с.20]	ЕК – система цінностей та споживання господарської діяльності, пов'язане ставлення до будь-якої форми власності та ієрархічного упорядку як до великого соціального досягнення, успіху, несприятливі настрої «зрівнялівки», створення та розвиток соціального середовища для підприємництва тощо
Організаційна культура (ОК)	Г.Х.Ает, О.Медведева [13, с.280] В.Травин [13, с.275]	ОК – історично визначений рівень розвитку засобів виробництва й економічних відносин людини, виражений у формалізованих економічних пов'язанні й ефективній економічній діяльності. ОК – переконання, норми поведінки, настанови й цінності, які є написаними правилами, що визначають, як повинні працювати й поводитись люди в даній організації. ОК – система неписаних правил, що визначають поведінку людей, їхню схильність до тих або інших дій у процесі роботи, які формуються спонтанно, під впливом наявного в організації практики управління, психологічного клімату, того прикладу, що подається представниками керівництва
	А.Петтирйо [7] Дороніна М.С. [14, с.68] О.Є.Стеклова [15, с.11]	ОК – це єдина для всіх прима, через яку всі події, об'єкти і дії сприймаються однаково, що відрізняє плану організацію від іншої: її індивідуальність, особливості, її обличчя, тобто гувіл фірми ОК – це сукупність основних переконань, що формуються спонтанно чи розробляються в міру того, як організація розв'язує проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції. ОК – це соціальне явище, яке виникає на будь-якому піл приємств та являє собою систему цінностей, переконань, а також норм, правил, традицій, які нагромаджують діяльність організації
	Галкіна Т.П. [22, с. 71]	ОК – система над бізнесових засобів здійснення кооперованої людської діяльності, яка включає цінності в якості основних елементів, що відображаються основні цілі організації та орієнтують діяльність працівників в потрібному напрямку; норми поведінки, які утворюються з цінностей; культурні форми, в яких проявляється унікальність сумісного досвіду та мислення членів даної організації, інформаційна система, яка дозволяє забезпечити необхідними знаннями співробітників
	Горшкова Л.О. [16, с. 166] Віханський О.С. [17, с.123]	ОК – це сукупність цінностей, переконань, відносин, спільних для всіх співробітників даної організації, які узгоджують норми іншої поведінки ОК – ідеологія управління, яка поділяється більшою частинною персоналу, прилучення, сподівання, сподівання, що лежать в основі стосунків та взаємодій як всередині організації, так і з оточенням. ОК – «душа» організації, яка встановлює невидимі важелі, що управляють діями членів організації; вона проявляється у вигляді цінностей, які поділяються членами організації, прийнятих вірувань, норм поведінки тощо
	Вольшак О.С. [18]	ОК – це складна композиція цінностей, вачень, очікувань, традицій та норм поведінки, які приймаються більшою частиною членів організації.
	Д.Бодді, Р.Пейтон [18, с.262] Дороніна А.В. [13, с.276]	ОК – особливі цінності та переконання стосовно способів поведінки співробітників і виконання спільної діяльності, що мають істотний вплив на формування структури, систем комунікацій ОК – істотна інтегральна характеристика організації, що є продуктом внутрішніх соціальних сил, яка консолідує дії членів організації та створює умови для прогнозування їхньої поведінки

Продовження табл. 1

	<p>Е. А. Уткін [18, с. 262]</p> <p>Усманов Б.Ф. [19]</p> <p>Калітонов Е.С. [20, с. 84]</p> <p>Т.О. Сопсмандіна [19]</p> <p>З.П. Румянцева [19]</p> <p>А.Л. Колос, Д.А. Репка [19]</p> <p>К. Шольц [22, с. 69]</p> <p>Калітонов Е.С. [20, с. 15]</p> <p>Співак В.О. [24, с. 13]</p>	<p>ОК – це інтегральна характеристика організації (її цінностей, основ поведінки, способів оцінювання результатів її діяльності), подана системно</p> <p>ОК – традиції і манери поведінки, з яких втілюються основні цінності організації, її кадрового складу</p> <p>ОК – система базових цінностей та уявлень, суцільно прогрезивних формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, які покликаються членами організації, направляють поведінку персоналу й задають орієнтири структури організації, системи управління, процесу праці, що сприяє в умовах приватної власності, ринкових відносин як важливо організації в єдине ціле</p> <p>ОК – єдине матеріальне, соціальне, духовне – «поле» компанії, що формується під впливом усього розмаїття процесів і явищ навколишнього світу і дозволяє організації просуватися до успіху</p> <p>ОК – це спільні цінності, соціальні норми, установки поведінки, які регламентують дії особистості</p> <p>ОК – це умовна система, що складається з набору правил і стандартів, що визначають взамемною і узгодженість членів колективу, управлінські ланки, структурних підрозділів і ключових факторів розвитку підприємства</p> <p>КК – наявна, навізна та каформаліза свідомість організації, яка керує поведінкою людей та, в свою чергу, самоформується під впливом інших поведінок</p> <p>КК – основний компонент у досягненні організаційних цілей, підвищення ефективності організації та управління інноваціями. Головна мета КК – забезпечення зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції організації за рахунок удосконалення управління персоналом</p> <p>КК – якість реалізації рішень у позитивного корпоративізму (некорпоративізму) на основі системи цінностей соціального партнерства, які поділяються суспільством та співтовариством сучасних (креативних) корпорацій, котрі визначають їх поведінку, характер діяльності, максимізацію корпоративного дулу та менеджменту з урахуванням соціально-етичної відповідності.</p> <p>КК – це система матеріальних і духовних цінностей, прописів, що взаємодіють між собою, але притаманна даній організації, які відбивають її індивідуальність та сприяють себе та інших в соціальному та речовому середовищі, яка проявляється у поведінці, взаємодії, сприйнятті себе та навколишнього середовища; унікальні характеристики особливостей організації, які сприйняті членами, та які відрізняють її с поміж інших організацій в даній галузі</p>
Корпоративна культура (КК)	<p>Елдріж Д. Коомб А. [4, с. 10]</p> <p>Д. Занкайло, О. Кибенко [13, с. 280]</p> <p>Визначень О.М. [10, с. 28]</p>	<p>КК – унікальна сукупність норм, цінностей і переконань, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених цілей</p> <p>КК – сукупність правил, звичаїв і стійкої практики у сфері корпоративного управління, що не одержала нормативного закріплення в законодавстві й ґрунтується на загальнокультурному</p> <p>КК – це уявлення персоналу про те, що можна і чого не можна робити в організації. Це індикатор стану організації, регулятор взаємодіювання між фірмою, співробітниками, клієнтами, партнерами</p>

Закінчення табл. 1

	<p>К.К. – головний фактор забезпечення реалізації стратегії підприємства, є продуктом внутрішніх соціальних сил і виявляється в системі цінностей і принципах ведення справ, які визначаються керівництвом компанії, в явних нормах і соціальній політиці, у традиційних організацій, в міжособистісних відносинах, практиці контролю за роботою персоналу тощо</p> <p>КП – це дієва згідно стійка система цінностей, символів, взаємодій, норм, технічної культури, управлінської культури, освіти, соціальної політики, що орієнтована на підприємстві з автентичними цінностями, які характеризують саме це підприємство та сприймаються більшістю співробітників</p> <p>КП1 – система думових і матеріальних цінностей, що відображають відносини всередині підприємства та з зовнішнім середовищем та проявляються в особливостях бізнес-процесу</p> <p>КП2 – умовні як керівництва, так і персоналу трудитися професіоналом на всіх рівнях і усіх функціональних сферах</p> <p>КП3 характеризується сукупністю цінностей і звичок поведінки, що визначають функціонування підприємства</p>	<p>А. Томпсон [13, с.176]</p>
	<p>Ковалевський С.В., Мельниченко О.А., Хася Г.Л. [23, с.13]</p> <p>Боронкова А.Е. [25, 39/; 409]</p> <p>Хамелінг С.Ю. [7, с.24]</p> <p>Таванне М. [26, с.9, с.47, с.49]</p>	
Культура підприємства (КП)	<p>Д. Смирнич, проф. управління в Школі управління Айзенберга [11, с.23]</p> <p>Виконанець О.М. [10, с.5]</p> <p>Дорогіна М.С. [18, с.87]</p> <p>Дорогіна М.С. [18, с.262]</p> <p>Д. Елдрік, А. Кромба [19]</p> <p>Маслов В.В. [27]</p> <p>Е. Шейн [28, с.31]</p>	
	<p>КП – це те, що характеризує підприємство та відрізняє його від інших за рядом зовнішніх впливових ознак, але головне за тим, як підприємство реагує на різні ситуації життя – обставини на ринку, зростає персонал, як визначає рівень згоди ефективності, результат взаємодії між підприємством та зовнішнім середовищем</p> <p>КП – це сутність підприємства, яка пригадана тільки даному підприємству та є способом опису цього підприємства або матрицею для розшифрування цього особливого людського сплетення»</p> <p>КП – сукупність поведень (явлень), які поділяються усіма членами групи, що створена на протязі усього існування у відповідь на проблеми, які поставили перед підприємством.</p> <p>КО – складна система різних якостей, куди входять моральні сили, фактори, менеджери, працівники, освіта, духовні потреби, естетика зовнішнього зигниту офісу, виробничих приміщень, сукупність соціальних цінностей і норм, які є регулятором економічної поведінки та виконують роль соціальної пам'яті; – суттєву інтегральна характеристика. Куптура є продуктом внутрішніх соціальних сил, який, по-перше, консолідує дво членів організації, по-друге, – створює умови для здійснювання іншої інтеграції.</p> <p>Під культурною організацією варто розуміти анакальну сукупність норм, цінностей, переконань, образів поведінки і т.п., які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організації для досягнення поставлених перед нею цілей</p> <p>КО – реально діюча система цінностей, єдині стандарти досягнення своїх мети, навколо яких об'єднуються всі члені організації від першого співробітника до керівника</p> <p>КО формує витік організації на основі специфічних якостей взаємодіючих елементів і керівників, пов'язані співробітників, продукції та послуг, що виробляються, технологій, взаємодії із зовнішнім середовищем, репутацією в широкому середовищі</p> <p>КП – образ мислення, який увійшов в зичку та став традицією, спосіб дії, який б'ється чи меншою мірою поділяють усі працівники підприємства і який повинен бути засвоєний і хоча б частково прийнятий новачками, щоб кожен член колективу ставли "своїм"</p> <p>Патерн колективних безосновних уявлень, які надбані групою при розв'язанні проблем аналогічних до змін зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, ефективність якого є достатньою для того, щоб вважати його цінним та передавати новим членам групи в якості правильної системи стрійнятя.</p>	



Рис. – Взаємозв'язок понять культура організації, організаційна та корпоративна культура та їх місце в ринковій економіці країни

Висновки. Представлений аналіз категоріального апарату культури на підприємстві показав існуючі підходи до визначень таких понять, як економічна культура, організаційна та корпоративна культура й культура підприємства, визначив прихильників того чи іншого підходу та показав, що більшість авторів не дають чіткої границі щодо їхнього вживання. Але, на нашу думку, корпоративна, організаційна та культура підприємства – це різні поняття, які існують на підприємстві одночасно, які виконують різні функції та завдання та входять в систему економічної культури, яка в свою чергу є складовою частиною ринкової економіки країни. Дуже важливо чітко визначати границі функціонування кожної з цих категорій, розмежовувати їх вживання й значення, що полегшить такі процеси на підприємствах, як цілеполягання, досягнення поставлених цілей та контроль. А це, в свою чергу, позитивно позначиться на основних результатах діяльності підприємств.

Список літератури. 1. Пихало В.Т. Культура управления современным производством. – М.: Знание, 1988. – 64с. 2. Тарасенко И.С. Культура управленческого труда. – Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1980. – 88с. 3. Щербак Ф.Н. Профессионально-нравственная культура труда. – Л.: Знание, 1985. – 32с. 4. Шконда В.В. Корпоративна культура в управління людським потенціалом: монографія / В.В. Шконда, А.В. Кальянов. – Донецьк: Ноулідж, 2009. – 168с. 5. Медведева О.А. Модели культуры организации и оценка ее состояния: монография / под общ. Ред. Г.Л. Хаета. – Краматорск: ДГМА, 2006. – 216с. 6. Василькова Т.В. Организационная культура в системе хозяйствования предприятия. – Донецьк: 1997. – 134с. 7. Хамініч С.Ю. Економічна культура в системі управління: монографія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – 140с. 8. Гончаров В.М. Формування організаційної культури підприємств: монографія / В.М. Гончаров, О.Ю. Родіонова. – Луганськ: Ноулідж, 2011. – 214с. 9. Туріянська М.М., Пеннер В.Г. Мтруктура репутації підприємства: монографія. – Луганськ: Янтар, 2009. – 140с. 10. Виходець О.М. Засади культури організації: монографія. – Одеса: ОЛТЕХ, 2008. – 139с. 11. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200с. 12. А.Б. Борисов Большой экономический словарь. – М.: Книжній мир, 2009. – 860с. 13. Доронін А.В. Поведінка персоналу виробничої організації. Оцінка, управління, розвиток: Монографія. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 280 с. 14. Дороніна М.С. Управління організаційною поведінкою: монографія / М.С. Дороніна, В.В. Тютліко-

ва – Х.: ХНЕУ, 2011. – 200с. **15.** *Стеклова О.Е.* Организационная культура: учеб. Пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2007,- **16.** *Горшкова Л.А.* Анализ организации управления. Аналитический инструментарий. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208с. **17.** *Виханський О.С.* Стратегическое управление: учебник. – М.: Экономистъ, 2005. – 296с. **18.** *Дороніна М.С.* Управління економічними і соціальними процесами підприємства: монографія. – Х.: ХНЕУ, 2002. – 432с. **19.** *Черных Е.А.*, Организационная культура – междисциплинарность понятия и концептуальная сложность определения [Электронный ресурс <http://corpulture.ru>] **20.** *Капитонов Э.А.* Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-пресс, 2005. – 352с. **21.** *Мирошниченко Ю. В.* Формирование корпоративной культуры на отечественных торговых предприятиях // Бизнес информ №6, 2010. – с.118-122 **22.** *Галкина Т.П.* Социология управления: от группы к команде. Уч. Пособие – М.: Финансы и статистика, 2001. – 224с. **23.** *Ковалевский С.В., Медведева О.А., Хаев Г.Л.* Развитие культуры организации: гуманизация, качество деятельности, успех. – Краматорск: ДГМА, 2007. – 196с. **24.** *Спивак В.А.* Идеальный руководитель, идеальный предприниматель. – СПб.: Нева, 2003. – 320с. **25.** *Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія / За заг. ред. проф. А.Е. Воронкової.* – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 448с. **26.** *Тевене М.* Культура предприятия / Пер. с франц. под ред. В.А. Спивака. – 3-е изд. – СПб.: Нева, 2003. – 128с. **27.** *Маслов В.В.* Бизнес как проблема культуры [Электронный ресурс www.nbuv.gov.ua] **28.** *Шейн Э.Х.* Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336с. **29.** *Ячменева В.М., Царенко Н.В.* Корпоративная культура: сущность, теории, практика//Экономика управления №6, 2007. – с.73-77

Надійшла до редколегії 29. 10. 2012

УДК 658:008:005

Культура підприємства: категоріально-понятійний апарат / Корчагіна Г. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 58(964). – С. 76–83. – Бібліогр.: 29 назв.

В статье рассмотрены определения таких понятий как «культура предприятия», «организационная культура», «корпоративная культура», «экономическая культура». Проведен анализ предоставленных определений. Рассмотрена сущность и взаимосвязь этих понятий, синтезирован ряд подходов к определению данных определений.

Ключевые слова: культура, организационная культура, корпоративная культура, экономическая культура, культура предприятия.

In the article the definition of concepts such as "enterprise culture", "organizational culture", "corporate culture", "economic culture". The analysis provided by the definitions. The essence and the relationship between these concepts, synthesized a number of approaches to data definitions.

Keywords: culture, organizational culture, corporate culture, economic culture, the culture of the enterprise.

УДК 330. 341. 2

Т. В. КОНДРАТЬЄВА, канд. екон. наук, ЛНУ ім. Тараса Шевченка, Луганськ

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ФІРМИ

В роботі досліджено концепцію розвитку фірми на основі синтезу еволюційного й структурного підходів. Проаналізовано еволюцію структури фірми, визначено напрями еволюції, що забезпечують розвиток фірми у сучасних умовах.

Ключові слова: економічний розвиток, еволюційний підхід, організаційна структура, динамізм зовнішнього середовища, інститути.

Вступ. Основною метою і критерієм ефективності економічної поведінки в сучасних умовах є розвиток фірми. На макрорівні індивідуальна динаміка економічних суб'єктів вчиняє прямий вплив на майбутнє національної економіки – міра ефективності діяльності підприємств визначає можливості розвитку держави в цілому.

© Т. В. Кондратьєва, 2012