

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Соціально-психологічний факультет
Кафедра менеджменту і адміністрування

Допущено до захисту
зав. кафедри менеджменту
_____ к.е.н., доц. Карпюк О.А.

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ЕЛЕМЕНТУ
СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

(на матеріалах ПП «FARO»)

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст за професійним
спрямуванням 7.03060101 «Менеджмент організацій і
адміністрування (за видами економічної діяльності)»

Виконала

студентка 51 групи
напряму підготовки 7.03060101
«Менеджмент організацій і
адміністрування (за видами
економічної діяльності)»
Сотнікова Юлія Іванівна

Науковий керівник

кандидат економічних наук, доцент

Саух Ірина Василівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Зміст та поняття корпоративної культури.....	5
1.2. Корпоративна культура як елемент стратегічного управління.....	17
1.3. Система стратегічного управління підприємством.....	23
1.4. Зарубіжний досвід формування корпоративної культури як елементу системи стратегічного управління підприємством.....	29
РОЗДІЛ 2 ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ЯК СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ «FARO»	
2.1. Характеристика підприємства «FARO» як суб'єкта господарювання....	38
2.2. Фактори впливу на формування корпоративної культури.....	43
2.3. Вплив корпоративної культури на ефективність стратегічного управління організації.....	52
2.4. Аналіз корпоративної культури на підприємстві «FARO» як елементу стратегічного управління.....	56
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ «FARO»	
3.1. Обґрунтування необхідності щодо покращення рівня корпоративної культури на підприємстві «FARO».....	61
3.2. Шляхи підвищення рівня корпоративної культури на підприємстві «FARO».....	64
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	77
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Сьогоднішній світ - світ динаміки і швидкості. Щоб в ньому вижити, необхідно постійно мінятися разом з ним і постійно здобувати нові [знання](#) та вміння. Більше [того](#), мало ними володіти. Ними треба вміти грамотно скористатися з тим, щоб вони принесли найбільшу вигоду їх власнику. Наше [суспільство](#) здійснює винятково важку, багато в чому суперечливу, але історично неминучу і необхідну перебудову. Головною метою і одночасно головним змістом цього [процесу](#) стала [реструктуризація підприємств](#), що включає широкий комплекс форм, методів та інструментів щодо забезпечення сталого розвитку.

Сьогоднішня [економіка](#) призводить до того, що [фірми](#) і організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і [бізнесу](#). Насичення абсолютно всіх ринків товарами в такій мірі, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, приводить до повного переосмислення принципів і завдань функціонування різних структур у рамках підприємства. З кожним роком в економіці відбуваються зміни, на сьогоднішній день не обійтися простою реорганізацією праці. Сьогодні, щоб [відповідати](#) часу, його нормам і вимогам, підприємці повинні почати перебудову з самих себе.

Постійно піддаючись впливу з боку зовнішнього середовища, пристосовуючись до змін, сучасна [організація](#) повинна [мати](#) здатність формувати і накопичувати потенціал, який може забезпечити не тільки своєчасну і адекватну реакцію на дії зовнішнього середовища, а дасть можливість активно змінювати навколишню дійсність, ефективно управляти функціонуванням і розвитком численних елементів і підсистем організації.

Цей потенціал діяльності організації багато в чому забезпечується завдяки корпоративній культурі: того, заради чого [люди](#) стали членами організації; того, як будуються відносини між ними, які принципи і методи виконання робіт використовуються в діяльності організації. Це обумовлює не лише розбіжність між [організаціями](#), а й визначає успіх її функціонування та

виживання в конкурентній боротьбі. Стратегія і корпоративна культура взаємопов'язані і взаємозумовлені. При цьому управління не тільки відповідає культурі організації, сильно залежить від неї, а й впливає на формування та адаптацію культури до нової стратегії. Тому менеджери повинні вміти керувати культурою своєї організації.

Корпоративна культура - це нова галузь знань, що входить в серію управлінських наук. Вона виділилася з також порівняно нової області знань – корпоративного управління.

Основна мета корпоративної культури, як явища, - допомогти людям більш продуктивно виконувати свої обов'язки в організаціях і отримувати від цього більше задоволення.

Предметом дослідження у дипломній роботі є - формування корпоративної культури як елементу системи стратегічного управління підприємства «FARO» в ринкових умовах господарювання.

Метою даної дипломної роботи є обґрунтування теоретичних положень, а також розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення процесу формування корпоративної культури на підприємстві «FARO».

Для досягнення поставленої мети в роботі визначені для вирішення наступні завдання:

- дослідити особливості управління на підприємстві «FARO»;
- проаналізувати механізм здійснення корпоративної культури;
- провести аналіз ефективності формування корпоративної культури;
- розглянути концепції формування корпоративної культури на підприємстві «FARO» та запропонувати шляхи її підвищення.

В роботі використано такі методи дослідження як: метод порівняння, структурно-логічний та показників фінансової стійкості.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Кожна компанія, від малої до великої, має свою культуру. У бізнесі з нездоровою культурою працівники виступають в якості індивідуалістів,

виконують свої обов'язки, щоб задовольняти свої власні потреби, наприклад, у зарплаті чи перевагах, які надає компанія. Здорова корпоративна культура цінує кожного працівника в компанії незалежно від його посадових обов'язків, як результат працівники працюють як команда, щоб досягти цілей та потреб компанії та своїх власних. Здорова корпоративна культура підвищує ефективність бізнесу в ряді показників: утримання персоналу, репутація компанії, продуктивність праці та якість товару чи послуг.

То де починається корпоративна культура і як її розвивати? Наймайте правильних людей. Спочатку наймайте людей за пристрасть до роботи та їхні погляди на неї, далі звертайте увагу на досвід, і лише потім на дипломи та відзнаки. Зараз скласти вражаюче резюме не проблема, оскільки є достатньо статей та книжок, які описують, як це правильно та гарно зробити, але керівники повинні знайти людей, які цікавляться тим що вони, які розділяють цінності їхньої компанії. Керівник хоче, щоб працівники залишалися з ним надовго та вірили у те, що вони роблять. Задавайте правильні запитання кандидатам: «Що вам подобається в обраній кар'єрі? Що вас надихає? Що вам не подобається робити?». Важливо отримати уявлення про те, у що потенційний працівник вірить. І, як кажуть досвідчені керівники, важливо спочатку знайти хорошу людину, а лише потім придумати їй обов'язки.

Комунікативність з працівниками. Коли у вас вже працевлаштовані кращі люди, ви повинні з ними регулярно мати наради і обговорювати, що йде добре, а на що потрібно звернути увагу. Дуже важливо щиро похвалити працівників за їх заслуги, але також важливо звернути увагу на не доопрацювання та дати подальші рекомендації на їх виправлення. Ефективна корпоративна культура це та, яка розпізнає, коли щось не працює і регулює, щоб виправити проблему. Більше того, люди повинні відчувати себе в безпеці і довіряти вам та розуміти, що вони можуть вільно висловлювати свою думку, не побоюючись наслідків. Як відомо, проблеми не існують, доки про неї не говорять. Зі своїми працівниками керівники повинні щотижня проводити індивідуальні наради тривалістю близько 30 хвилин. Так, це займає весь робочий день, але без цього ніяк. На таких нарадах

обговорюється операційні завдання (10% часу), проекти (70%), ідеї та проблеми, з яким зіткнувся працівник (10%), і, звичайно, на кінець залишаються «3 сестри» (10%). 1 сестра – директиви або чіткі інструкції, що працівник має зробити, 2 – інформація, якою працівник має володіти для виконання своїх службових обов'язків, і на завершення 3 сестра – компліменти, 2-3 похвали за якісно виконану роботу та досягнуті результати.

Мистецтво спілкування ставить акцент на розмову, але слухати не менш важливо. Тому керівники повинні більшість часу слухати своїх працівників під час таких нарад, а не навпаки.

«Політь бур'ян». Навіть найкраща корпоративна культура може бути скомпрометована. Ким? Людьми, які завжди всім незадоволені, які завжди бачать лише погане у компанії та її працівниках. Вони не обов'язково публічно виступають зі своїми скаргами та невдоволеннями. Вони не встануть на нараді і не скажуть все, що, на їхню думку, не так з компанією, відділом чи іншими речами у компанії. Замість цього, вони переміщаються по організації в індивідуальному порядку, сіючи сумніви та розповсюджуючи плітки. Іноді це просто такий характер людини: вони скиглили на своїй останній роботі і будуть скиглити на наступній. Іноді ці люди просто не підходять вашій корпоративній культурі. Конструктивна критика потрібна, але постійні скарги та скиглення токсичні. Визначте цих людей і замініть їх. Навіть якщо людина має великий і потрібний вам досвід роботи, її скиглення буде мати поганий вплив у компанії. Пам'ятайте, не має незамінних людей.

Працюйте важко, веселіться гучно. У глобальній економіці ми можемо виміряти прив'язку трудової етики до рівня продуктивності. Не багато галузей промисловості в ці дні процвітають, працюючи лише сорок годин на тиждень. Корпоративні культури, де всі розуміють, що інколи потрібно працювати понаднормово, процвітатимуть, якщо ця «жертва» визнається і, відповідно, винагороджуються. В ІТ галузі вже нікого не здивуєш понаднормовими годинами, але це все компенсується у тому чи іншому вигляді. Працівники розуміють, щоб компанія розвивалася, потрібно, щоб клієнти були задоволені, тому інколи доводиться жертвувати вихідними або

довше затриматися на роботі. В організаціях де правильно сформована корпоративна культура, такі жертви в повній мірі компенсуються. Наприклад, компанія розуміє, що окрім роботи мають бути святкування, які об'єднують працівників - корпоративні свята, такі як Новий Рік та День компанії, ну й звичайно свято Миколая для діток працівників.

Будьте амбітними. «Не будуйте маленькі плани: у них не має магії, від якої захоплює дух», – сказав колись Данієл Барнхем. Амбіції іноді розглядаються як негативні риси, але без них ми б зупинилися у розвитку. Керівнику потрібна культура, яка підтримує великі кроки і має сильні переконання.

Будьте різними. При наборі студентів для MBA програм більшість закладів не просто набирає усіх бажаючих та платоспроможних. Щоб був обмін досвідом та зав'язувалися цікаві дискусії, важливо, щоб студенти мали різний досвід, працювали в різних галузях, проживали в різних географічних областях, мали різні політичні чи навіть релігійні вірування. Великі культури будуються на тлі розмаїття, досвіду та інтересів. Ці відмінності генерують енергію, яка має вирішальне значення для будь-якої компанії. У свою команду треба брати людей, які є кращі за всіх у певних сферах та мають різну освіту та досвід. Усього знати не можна, і бути експертом у всьому теж. Брати в команду людей, які доповнять та зроблять все у кінцевому результаті. Сильна команда, ключ до успіху!

Створіть простір. У передових дослідницьких центрах та компаніях, надають стільки простору для взаємодії, скільки для цього потрібно. Створюються місця, де люди з різних напрямків збираються разом, наприклад кімнати для нарад, кухні, спортзали, місця в коридорах з дошками та пуфами чи навіть курилки. Власне, така взаємодія допомагає створити нові та революційні ідеї. Маркетолог та інженер проводять бесіду за кавою на кухні. Фінансист та програміст зустрічаються один одного в спортзалі. Корпоративна культура формується у фізичному просторі.

Загляньте у майбутнє. Дивитися треба далеко в перед. Психологи кажуть, що люди схильні переоцінювати те, що можуть зробити за рік, але

часто недооцінюють те, що можуть зробити за п'ять років. Культура повинна дивитися вперед, а не тільки в місяці та квартали, але в роки вперед і навіть десятиліття. В великих компаніях прогнози повинні бути на 5 років вперед. Планувати треба прибутки так само, як і витрати та інвестиції. Безперечно правильно мати план ініціатив, і знати, як коли і що запровадити протягом наступних 5 років. Звичайно, що такі плани не складаються раз і залишаються в незмінній формі, це живий організм, який постійно переглядається та оновлюється.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України: за станом на 15 березня 2016 / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 1996. – 141 с. – (Бібліотека офіційних видань).

2. Кодекс законів про працю України: за станом на 28 січня 2016 / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 1971. – 103 с. – (Бібліотека офіційних видань).

3. Податковий кодекс України: за станом на 24 грудня 2015 / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2011. – 112 с. – (Бібліотека офіційних видань).

4. Цивільний кодекс України: за станом на 25 грудня 2015 / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2003. – 356 с. – (Бібліотека офіційних видань).

5. Господарський кодекс України: за станом на 25 грудня 2015 / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2003. – 144 с. – (Бібліотека офіційних видань).

6. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: [навч. посібник] / Л.В. Балабанова, Холод В.В. – Київ: «Професіонал», 2006. – 448 с.

7. Борщевський В. В Перспективи розвитку продовольчого сектору України в контексті створення зони вільної торгівлі з ЄС: [Електронний ресурс] / В. В. Борщевський, І. М. Куліш. - Регіональна економіка. — 2013. — №4. — С. 7-15

8. Преображенська О. С. Управління знаннями підприємства: закордонний та вітчизняний досвід / О. С. Преображенська // Бізнес Інформ. – 2011. №5- С. 65-72.

9. Коваленко Г. М. Удосконалення обслуговування споживачів торговельного підприємства на основі врахування специфічних вимог покупців / Г. М. Коваленко // Бізнес Інформ. – 2012. №9- С. 174-177.

10. Бедринець М. Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання / М. Д. Бедринець // Бізнес Інформ. - 2013. №4- С. 183-190.

11. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия: [підручник] / И.А. Бланк. – К.: «Эльга, Ника-Центр», 2004. – 720 с.
12. Бутко М. П. Виробничий менеджмент: [підручник] / М. П. Бутко. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. - 424 с.
13. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: [навч. посібник] / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 400 с.
14. Волков В.В. Стратегічний виборно-проривний менеджмент: [навч. посібник] / В.В. Волков. — Київ: «МП Леся», 2008. — 140 с.
15. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура / М. Й. Дмитренко // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. — 2014. — №77. — С.3-7.
16. Ісаков М.Г. Види та організаційні форми підприємств в Україні / М.Г. Ісаков // Вісник Академії правових наук України. - 2004. - №4- С.224-230.
17. Гриценко Т.В. Етика ділового спілкування: [навч. посібник] / Т.В. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. - Київ: «Центр учбової літератури», 2007. - 344 с.
18. Грюниг Дж. Теория и практика связей с общественностью: [водный курс] / Дж. Грюниг, Т. Хант. – Москва: «ОЛМА-ПРЕСС», 2001. – 467 с.
19. Дахно І. І. Ділова кар'єра: [навч. посібник] / І. І. Дахно. - Київ: «Центр учбової літератури», 2011. - 528 с.
20. Дейнек Л. В. Торгівля України з країнами митного союзу: сучасні тенденції та ризики для вітчизняного промислового виробництва / Л. В. Дейнек І. А. Шовкун, П. М. Купчак. // Економіка України. - 2015. - № 8-С.13-15.
21. Дикань Н.В. Менеджмент: [навч. посібник] / Н.В. Дикань, І.І. Борисенко. — К: «Знання», — 2008. — 389 с.
22. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала: [учеб. пособие] / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. - К: МАУП, 2002. – 248 с.

23. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: [підручник] / І. А. Ігнат'єва. — К.: «Знання України», 2005. — 250 с.
24. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління: [підручник] / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова. — К.: «Центр учбової літератури», 2013. - 600 с.
25. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: [навч. посібник] / Г.І. Кіндрацька. — К.: «Знання», 2006.— 366 с.
26. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика: [підручник] / В.В. Ковалев. — М.: «Проспект», 2009. — 124 с.
27. Козьменко С.М. Стратегічний менеджмент банку: [навч. посібник] / С.М. Козьменко, Ф.І. Шпиг, І.В. Волошко. — Суми: «Університетська книга», 2003. — 734 с.
28. Краснощок О. В. Тенденції розвитку корпоративної культури України в сучасних умовах. [Електронний ресурс] / О. В. Краснощок. - Агробізнес сьогодні - №15 2016. - Режим доступу:
<http://www.agro-business.com.ua/kermo-kerivnyka>
29. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В Куденко. — К: КНЕУ, 2002. — 245 с.
30. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: [навч. посібник] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Львів: «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2003. — 352 с.
31. Кулініч І.О. Психологія управління: [навч. посібник] / І.О. Кулініч. — К.: «Знання», 2011. - 415 с.
32. Ложкін Г. В. Економічна психологія: [навч. посібник] / Г. В. Ложкін, В. В. Спасенніков, В. Л. Комаровська. — К.: «Професіонал», 2004. — 304 с.
33. Макаренко М. В. Антикризовий менеджмент: [навч. посібник] / М. В. Макаренко, О. О. Любіч, В. М. Загорулько, Л.І. Скібіцька. - Київ: «Центр учбової літератури», 2014. - 584 с.
34. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика: [підручник] / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. - К.: «Центр учбової літератури», 2012. - 360 с.

35. Мармаза О. І. Стратегічний менеджмент: траєкторія успіху: [навч. посібник] / О. І. Мармаза. — Харків: «Основа», 2006. — 155 с.
36. Мартиненко В. П. Системний підхід як один із методів ефективного управління ресурсним потенціалом підприємства. [Електронний ресурс] / В. П. Мартиненко. - Ефективна економіка - №1. 2016. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4717>
37. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент: [підручник] / М. М. Мартиненко. — Київ: «Каравела», 2006. — 320 с.
38. Міщенко А.П. Стратегічне управління: [навч. посібник] / А.П. Міщенко. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 336 с.
39. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: [навч. посібник] / О. Б. Моргулець. - Київ: «Центр учбової літератури», 2012. - 384 с.
40. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: [навч. посібник] / В. Д. Немцов. — К.:«УВПК», 2003. — 560 с.
41. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: [навч. посібник] / Ю. Ф. Пачковський. — Київ: «Каравела», 2006. — 408 с.
42. Петруня Ю. Є. Прийняття управлінських рішень: [навч. посібник] / за ред. Ю. Є. Петруні, В. Б. Говоруха, Б. В. Літовченко. - Київ: «Центр учбової літератури», 2011. - 216 с.
43. Рульєв В. А. Менеджмент: [навч. посібник] / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. - Київ: Центр учбової літератури, 2011. - 312 с.
44. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера: [навч. посібник] / Л. І. Скібіцька. - Київ: «Центр учбової літератури», 2009. - 192 с.
45. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера: [навч. посібник] / Л.І. Скібіцька. – К.: «Центр учбової літератури», 2010. -360 с.
46. Сладкевич В. П. Стратегічний менеджмент організацій: [підручник] / В. П. Сладкевич. — Київ: «Персонал», 2008. — 495 с.
47. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: [підручник] / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.

48. Струнін В. В. Підвищення ефективності транспортно-складської діяльності підприємства: [підручник] В. В. Струнін, М. М. Гиря. – К.: «Ефективна економіка», 2016. – 380 с.
49. Струнін В. В. Структурні особливості розвитку інноваційної активності українських підприємств / В. В. Струнін // Менеджмент. – 2014. – № 3– С. 76-84.
50. Струнін В. В. Інноваційна діяльність як складова сучасного економічного розвитку: [підручник] / В. В. Струнін. – К. : «НУХТ», 2013. – 244 с.
51. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: [підручник] / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд. – М.: «Вильямс», 2002. – 928 с.
52. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: [учеб. пособие] / Н.Н. Тренев. – М.: «Приор», 2004. – 288 с.
53. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: [підручник] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: «Дело», 2007. – 448 с.
54. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства: [навч. посібник] / В.І. Хомяков. — Київ: «Кондор», 2009. - 434 с.
55. Хоронжий А. Г. Основи соціального управління: [навч. посібник] / А. Г. Хоронжий. — Л.: «Магнолія Плюс», 2006. — 220 с.
56. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: [навч. посібник] / Г.Л. Чайка. - Київ: «Знання», 2005. - 442 с.
57. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство: [навч. посібник] / Э. Х. Шейн. - Питер: «Камерон Я», 2002. – 336 с.
58. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [підручник] / З.Є. Шершньова. – Київ: «КНЕУ», 2004. – 669 с.
59. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент: [навч. посібник] / П.І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півторак. - К.: «Центр учбової літератури», 2011. - 488 с.
60. Ястремська О.М., Гриньова А.В. Якість формування фінансової стратегії підприємства // Фінанси України. – 2006. – №6. – С. 121–128.

