

ZBIÓR
ARTYKUŁÓW NAUKOWYCH

ECONOMY. ZARZĄDZANIE.
WSPÓŁCZESNE TENDENCJE W NAUCE I EDUKACJI

Kraków *(PL)*

30.10.2016 - 31.10.2016

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+082

B.B.C. 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Zbiór artykułów naukowych.

Z 40 Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej " Economy. Zarządzanie. Współczesne tendencje w nauce i edukacji " (30.10.2016 - 31.10.2016) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016. - 48 str.

ISBN: 978-83-65608-20-8

Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów. Pisownia oryginalna jest zachowana. Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Obowiązkiem jest odniesienie do zbioru.

nakład: 50 egz.

"Diamond trading tour" © Warszawa 2016

ISBN: 978-83-65608-20-8

WSPÓŁORGANIZATORZY:

Virtual Training Centre "Pedagog of the 21st Century"
Global Management Journal

KOMITET ORGANIZACYJNY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;

A. Murza, (Zastępca Przewodniczącego), MBA, Ukraina;

A. Горохов, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, Россия;

A. Kasprzyk, Dr, PWSZ im. prof. S.Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska;

A. Malovychko, dr, EU Business University, Berlin – London – Paris - Poznań, EU;

L. Nechaeva, PhD, Instytut PNPU im. K.D. Ushinskogo, Ukraina;

М. Ордынская, профессор, Южный федеральный университет, Россия;

S. Seregina, independent trainer and consultant, Netherlands;

A. Tsimaueu, PhD, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus;

J. Turlukowski, dr, Uniwersytet Warszawski, Polska.

KOMITET NAUKOWY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;

С. Беленцов, д.п.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия;

Z. Ćekerevac, Dr., full professor, "Union - Nikola Tesla" University Belgrade, Serbia;

Р. Латыпов, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;

И. Лемешевский, д.э.н., профессор, Белорусский государственный университет, Беларусь;

J. Rotko, dr. hab, profesor, Instytut Nauk Prawnych PAN, Polska;

T. Szulc, dr. hab, profesor, Uniwersytet Łódzki, Polska;

Е. Чекунова, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

1. Козлова Т.	6
ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ БРЕНДУ	
2. Kharchenko V., Kostenko S.	11
MARKET DEVELOPMENT OF BUSINESS INTELLIGENCE IN UKRAINE AND THE WORLD	
3. Маркова Є.Ю.....	16
СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	
4. Миколайчук І.П.	19
ЕТИМОЛОГІЯ ТА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН ЯК НАУКОВОЇ КАТЕГОРІЇ	
5. Карабанов О.В.	23
ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОГО ВИРШЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ КОНФЛІКТІВ	
6. Кифяк В. І., Тупиця Л. В.	25
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ	
7. Мельянова Л.В., Мала О.Л.	29
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ	
8. Tomilina E. P., Glotova I. I., Smagin A. A.....	32
COMPETITION WORKFORCE IN CAPITALIST SOCIETY	
9. Кашуба О. О.	34
ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ РЕТРОСПЕКТИВИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ ЯК ОСНОВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ	
10. Margvelashvili I.	39
REGULATION IN BANKING SPHERE, AS AN EXAMPLE OF PERFECTION OF CONTROLLING THE PROCESS OF RISK AMONG GEORGIAN COMPANIES	

11. Волянська-Савчук Л. В. 45
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОТИ-
ВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ



ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ БРЕНДУ

У статті робиться спроба зрозуміти як саме формується індивідуальність бренду, які етапи потрібно знати і в чому орієнтуватися для його глибшої індивідуалізації. Виділені головні компоненти структури формування характеристик бренду, а також представлені визначення індивідуальності та бренду.

Створення індивідуальності бренду є одним з основних компонентів маркетингу і дуже важливим процесом як для дизайнерських фірм, так і для фахівців з маркетингу та топ-менеджерів компаній. Індивідуальність означає візуальне та вербальне вираження бренду. Стратегія побудови індивідуальності бренду ґрунтується на баченні бізнесу компанії, її історії, культури і відображає глибинне розуміння потреб клієнтів. Індивідуальність підвищує обізнаність споживачів про бренд і допомагає розвивати бізнес. Вона виявляється на візитних картках і веб-сайтах, в рекламних кампаніях і корпоративних буклетах.

Термін “бренд” є похідним словом від давньогрецького, що означає “ставити клеймо”. Первинне поняття було створено для позначення джерела, виробника чи власника продукту або речі, а також використовувалось для таврування худоби. Пізніше слово бренд стало означати походження продукту і застосовувалося з метою відокремлення одного виробника від інших, що виготовляли подібні продукти. Звідси випливає, що бренди стали ядром реклами вже з моменту виникнення розвинутих ринкових відносин.

Таким чином, поняття “бренд” можна розуміти як індивідуально сформульоване ставлення людей до торгової марки, товару, послуги, компанії або особистості.

Класик теорії і практики реклами Девід Огілві визначає бренд як невідчутну сукупність властивостей товару: його імені, упаковки і ціни, його історії, репутації та способу рекламування. Бренд також є поєднанням враження, яке він створює у споживачів, і результатом їх досвіду у використанні даного бренду [1, 215].

Достатньо повно сутність бренду виявляється у матеріалізованому символі відносин між продавцем і покупцем, що базуються на певній торговельній марці, фірмовому найменуванні, стилі, слогані, оформлених у вигляді певного візуального продукту за законами прегнантності, чітко сприйнятої покупцями сукупності функціональних та емоційних елементів, єдиних з самим товаром та способами його представлення [2, 14]. Також бренд являє собою досить широке поняття і його структура включає такі елементи: 1) сутність являє собою основну характеристику бренду та його легенду; 2) атрибути бренду означають набір асоціацій: звукових, візуальних, емоційних, позитивних чи негативних. Мова йде про довготривалі асоціації, які становлять індивідуальність бренду і надаються бренду споживачами чи потенційними клієнтами; 3) образ бренду означає миттєву характеристику, тобто асоціації, які з'являються в даний момент в голові споживача. Якщо імідж бренду формується і

змінюється за допомогою рекламної компанії, то індивідуальність брэнда залишається незмінною тривалий час. Бреннд розглядається як продукт масовий, незалежно від того, подобається він споживачам чи ні, бреннд передбачає високий рівень свідомості та запам'ятовування асоціацій; 4) товар чи послуга з їх характеристиками; 5) інформація про споживача; 6) ставлення споживача до товару. В цілому процес створення і управління брендом всередині фірми називається брендингом [3].

На нашу думку, основне поняття бренду має символічне втілення інформації, що включає: назву, товарний знак, логотип, певні візуальні елементи шрифти, кольорову гаму, символи. За умови успішного просування бренду компанії, товару, послуги в аудиторії виникає певний набір асоціацій та очікувань, що пов'язані з ним, а конкурентоспроможність компанії порівняно з іншими учасниками ринку посилюється, забезпечуючи можливість розвитку та подальшого існування на ринку. Брендом може бути фактично що завгодно: товар, послуга, бізнес, організація, особистість.

Разом з тим, бреннд не може існувати без його індивідуальності. Під індивідуальністю розуміємо, насамперед, особливість і неповторність образу. Це основний елемент пізнаваності людиною індивідуальних характеристик товару, послуги тощо. Індивідуальність бренду, на нашу думку, потужний і досить поширений інструмент сучасного маркетингу.

Процес формування індивідуальності бренду являє собою пошук творчого рішення та його впровадження в життя. Він передбачає жорсткий процес, для здійснення якого необхідне поєднання дослідницької роботи, стратегічного мислення, особливих навичок проектування та управління проектом. Цей процес складається з чітких етапів, які мають логічний початок і завершення, що дає змогу планувати час прийняття рішень.

На наш погляд першим етапом є дослідження та аналіз бренду. Воно проявляється в формуванні бачення, визначення стратегії, цілей, цінностей; дослідженні потреб і поглядів зацікавлених осіб; проведенні внутрішнього, конкурентного, технологічного та правового аудиту; опитуванні ключових менеджерів; оцінці існуючих брендів і їх архітектури.

Для розробки індивідуальності бренду, розуміння організації, її місії бачення цільових ринків, корпоративної культури, конкурентних переваг, сильних і слабких сторін маркетингових стратегій і майбутніх проблем має бути пріоритетним. Зрозуміти бізнес клієнту допомагають різні джерела інформації, починаючи від стратегічних документів і бізнес-планів і закінчуючи інтерв'ю з ключовими зацікавленими особами. Ключ для творчого процесу формування нової індивідуальності бренду передбачає здатність розібратись в баченні стратегії організації, що відноситься як до сьогодення, так і до майбутнього [4; с. 93].

Маркетингові дослідження, як збір і оцінка інформації про переваги продукції, послуг і брендів, дають змогу розуміти відношення, сприйняття та поведінку як потенційних, так і вже існуючих споживачів різних сегментів ринку. Вони також допомагають знайти і уточнити характеристики тих сегментів ринку, які можуть бути найбільш перспективними для компанії в майбутньому.

Також важливим є конкурентний аудит як динамічний процес збору інформації. Мова йде про збір різноманітної інформації про бренди конкурентів: ключові повідомлення, відомості про атрибути їх індивідуальності на ринку, торгові марки і

ключові фрази, реклама на веб-сайтах. В сучасному світі досить легко можна отримати інформацію про конкурентів в Інтернеті, але не слід на цьому зупинятися. Найчастіше корисно поставити себе на місце клієнтів своїх конкурентів.

Метою внутрішнього аудиту вважається методичне вивчення і аналіз усіх маркетингових комунікацій і систем індивідуальності: ті, що існують зараз, а також ті, що використовувалися в минулому. Процес, який іноді називають маркетинговим аудитом або аудитом сприйняття, націлений на уважне вивчення бренду і всіх його змінених з часом елементів і проявів. Для того, щоб створити концепцію майбутнього бренду, потрібно познайомитися з історією компанії.

Другим етапом даного дослідження слід виділити процедуру вибору стратегії формування бренду. Даний етап передбачає: узагальнення зібраних даних, уточнення стратегії бренда, розробку принципів позиціонування, розробку атрибутів бренду, підготовку короткого опису бренду, розробку стратегії вибору назви.

На цьому етапі вся інформація, яка зібрана на першій фазі, синтезується, щоб виробити центральну ідею і стратегію позиціонування. Учасники проекту домовляються про цільові ринки, конкурентні переваги, основні цінності, переваги і атрибути бренду, а також визначають мету проекту. Нерідко вони коригують і розвивають уявлення про проект, його завдання та труднощі. Вибір назви – це складний, творчий, багаторазово повторюваний процес, який вимагає знань лінгвістики, маркетингу, законодавства про торгові марки і маркетингових досліджень. Всі назви потрібно перевірити за критеріями ефективності, а також переконатися, що вони відповідають позиціонуванню і стратегічним цілям компанії.

Наступним етапом у формуванні індивідуальності бренду є розробка його концепції, а саме: візуалізація образу майбутнього; визначення підходів до формування індивідуальності бренду; уточнення архітектури бренду; перевірка застосування; подання візуальної стратегії.

Мова йде про інтерактивний процес інтеграції сенсу і форми. Дуже важко створити просту форму, яка була б сміливою, виразною, що швидко запам'ятовується і вкрай доречною. Так як суспільство живе в перенасиченому візуальному середовищі, потрібно тверда впевненість, що запропоноване рішення унікальне і буде відрізняти компанію-замовника від конкурентів. Крім того, індивідуальність бренда мусить добре виявлятися на різних носіях та в різних додатках.

Вибір кольору для нової індивідуальності бренду вимагає розуміння теорії кольору, чіткого уявлення про те, як бренд повинен сприйматися і виділятися, і здатності передати послідовний і свідомий образ на найрізноманітніших носіях.

Так, колір використовується для того, щоб викликати емоції, висловити індивідуальність і стимулювати корисні для бренду асоціації. В одних випадках колір можна використовувати для того, щоб консолідувати індивідуальність бренду, в інших – щоб прояснити архітектуру бренду і диференціювати різні види продукції та напрямки бізнесу. Дизайнери обирають специфічні і унікальні стратегії кольору для вираження індивідуальності бренду. Традиційно основний колір бренду прив'язують до графічної емблеми, а другий за значенням – до логотипу, опису бізнесу або до ключової фрази. В доповнення до основного кольору бренду створюється більш широкий набір кольорових палітр для різних потреб і способів комунікації. Домогтися оптимального відтворення кольорів бренду – одне з основних завдань і досить складна

проблема, особливо враховуючи, що постійно з'являються нові типи носіїв бренду і сучасні комунікативні інструменти.

Графічне оформлення друкованого тексту є центральним елементом ефективної програми формування індивідуальності бренду. Типографіка повинна допомагати стратегії позиціонування і підтримувати інформаційну ієрархію. Як елемент програми розвитку індивідуальності бренду типографіка повинна бути послідовною і стійкою. Для того, щоб вибрати потрібний шрифт, треба мати базові уявлення про діапазон можливих варіантів і про те, що необхідно для ефективної типографіки. Вимоги до функціональності шрифту, наприклад, для бланків документів, упаковок ліків, журнальної реклами та веб-сайту істотно відрізняються. Малюнок шрифту повинен бути гнучким, легким для використання, мати широкі можливості вираження змісту. Основні для нього якості: зрозумілість і легкість читання [5; с.25].

Важливим етапом також є пошук засобів вираження бренду, який включає в себе: уточнення напрямків проектування; ініціювання процесу реєстрації торговельної марки; конкретизацію робіт та їх пріоритетність; розробку програми розвитку індивідуальності бренду; практичне застосування архітектури бренду.

Насамкінець, останнім етапом у дослідженні індивідуальності бренду є процес управління брендом, який означає: формування навколо нового бренду атмосфери, що створює ефект синергії; розробку стратегії та плану «запуску» нового бренду; виведення бренду на ринок; розробку стандартів та інструкцій; підтримка бренду.

Висновки. В процесі проведеного дослідження вдалося з'ясувати, що поняття бренд дуже широке і має безліч визначень, але одну глибинну сутність. Бренд, на нашу думку, це індивідуально сформульоване уявлення людей про торгову марку, товар, послугу, компанію або особистість; сукупність властивостей продукту: його імені, упаковки і ціни, його історії, репутації та способу рекламування; матеріалізований символ відносин між продавцем і покупцем, що базуються на певній торговельній марці, фірмовому найменуванні, стилі, слогані, оформлених у вигляді певного візуального продукту; символічне втілення інформації, що включає: назву, товарний знак, логотип, певні візуальні елементи (шрифти, кольорову гаму, символи).

Індивідуальність включає в себе усі видимі прояви бренду і стає внутрішнім елементом корпоративної культури – постійним нагадуванням про її ключові цінності і традиції.

Індивідуальність бренду характеризується певними атрибутами (бачення, зміст, автентичність, диференціація, стійкість, узгодженість, гнучкість, прихильність, цінність), які не залежать ні від розміру компанії, ні від характеру її бізнесу. Облік цих атрибутів обов'язковий для ефективного творчого процесу, і компаніям важливо розуміти, як вони реалізуються.

Процес формування індивідуальності бренду передбачає пошук творчого рішення та його впровадження в практику діяльності компанії. Він являє собою жорсткий процес, для здійснення якого необхідне поєднання дослідницької роботи, стратегічного мислення, особливих навичок проектування та управління брендом. Даний процес складається з чітких етапів, які мають логічний початок і завершення, що дозволяє планувати час прийняття рішень. Процедура ефективного формування індивідуальності бренду суттєво впливає на соціально-економічні показники діяльності компанії в сучасних умовах.

Список використаних джерел:

1. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — М.: Данников и Ко, 2004. — 526с.
2. Андреева В. М. Психологические основы образования и функционирования бренда: дис. канд. психол. наук: 19.00.05 / В. М. Андреева. — М., 2003. — 214с.
3. Криволицкая Т. Что такое бренд и чем он отличается от торговой марки? // Маркетолог. — 2002. — № 2.
4. Маркетинг. Навч. Посібник для студ. вищ. навч. Закладів / Іванілов О. С Чорна М. В Кушнір Т.Б. та ін 2-е вид. доп. і переробл Донецьк: Східний видавничий дім, 2009. —312с.
5. Рожков И. Я Кисмерешкин В.Г. Особенности современного брендинга (зарубежный опыт): Учеб. пособие М.: Высшая школа рекламы, 2003. — 90с.

V. Kharchenko

PhD of Economics,
Associate Professor of Information Systems

S. Kostenko

student of 2 course,
educational degree «Master»,
specialty «Economic Cybernetics»
National University
of Life and Environmental Sciences of Ukraine

MARKET DEVELOPMENT OF BUSINESS INTELLIGENCE IN UKRAINE AND THE WORLD

In the article described main advantages for the use of BI, analyzed market software business analysts in the world and Ukraine. Explained major trends of BI and forecasts for the future.

Keywords: system of business intelligence, market of business intelligence, data analysis.

Formulation of the problem. The unstable economic situation encourages directors and managers of IT departments look for and apply different ways of improving the efficiency of the company. One of these methods is the introduction and use of business analysts (Business Intelligence).

The article is an analysis of the development of the market of BI-software systems in Ukraine and the world.

Rationale for the use of business intelligence, and the main advantages of these solutions consider such Ukrainian scientists as L. Gonchar, N. Evdokimova, Y. Kirpichnikov, V. Osmyatchenko, T. Reshetnyak, A. Savitskaya, V. Shevchenko, Z. Yaremko and others. Among the foreign researchers studying this perspective: H. Luhn, A. Fernandes, L. Amaro, V. Martins, A. Mohamadina. Although studies of this area, the question of the use of BI processes effectively manage agricultural enterprises require further science research.

Presenting main material. The goal of information security for any agricultural enterprise is to aggregate collected on the basis of initial data get processed, aggregated information based on which the optimal decision making. One of the important tools for achieving this goal is the application of business systems analysis [2].

Using the tools of business intelligence – is the key to effective business. General tools described the concept of Business Intelligence (BI business analysis). Business Intelligence is aimed at making effective business decisions using appropriate analytical tools, software applications and technologies for gathering, storing, analyzing data and providing access to them (BI-systems). In addition, these BI-system is a key tool not only for large corporations, but also for any other business. They also play a key role in the strategic planning of the company.

The company Gartner Group identifies a set of BI software products following classes:

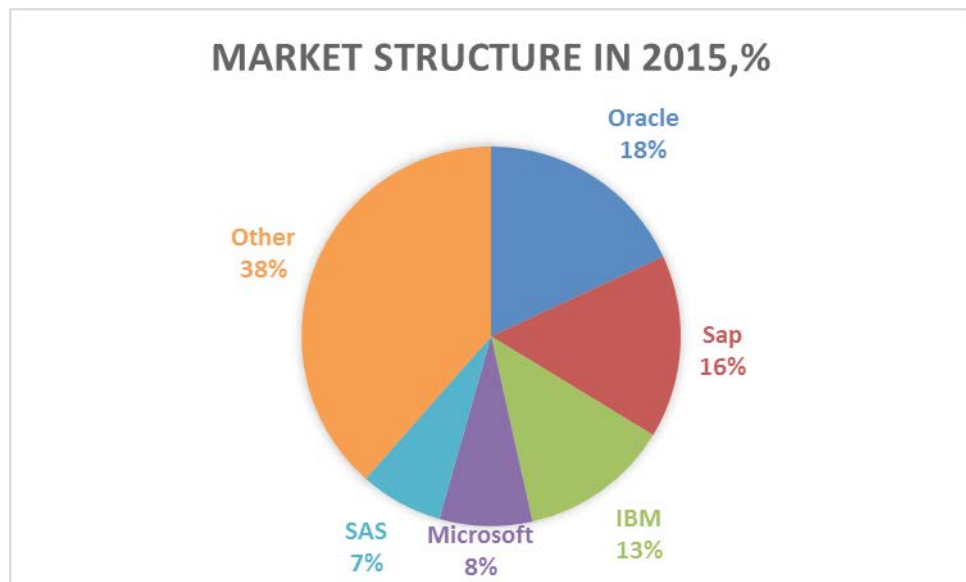


Fig.1 The structure of the BI market in 2015

Source: [3].

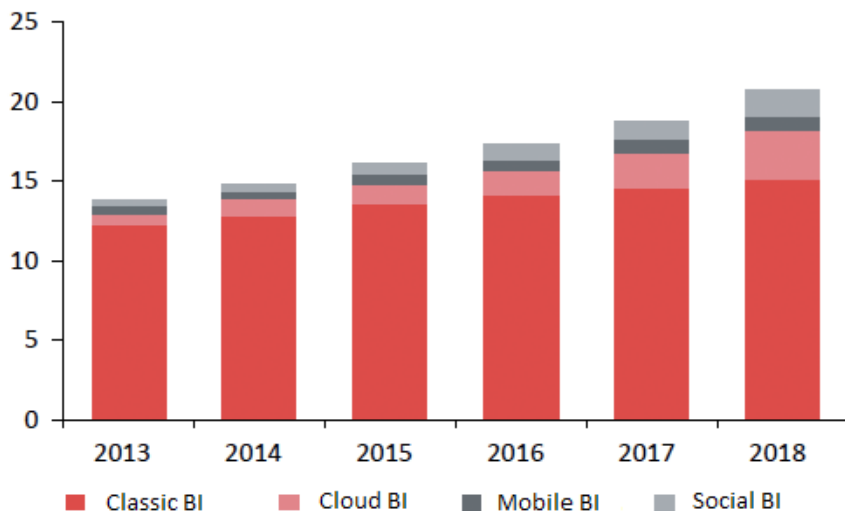


Fig.2 Income BI vendors by market research company Gartner, bln. dollars

Source: [3].

- tools for building data warehouses (data warehousing);
- system online analytical processing (OLAP);
- information and analysis systems (Enterprise Information Systems);
- means data mining (data mining);
- tools for query and report building (query and reporting tools) [4].



Fig. 3 Magic Quadrant for Business Intelligence and Analytics Platforms

Source: [8].

BI market analysis leads to the conclusion that at the end of 2015 it formed a group of companies, software which controlled a large part of it. As seen in Figure 1, a group of leaders includes such leading companies: Oracle, SAP, IBM, Microsoft and SAS.

According to the forecast of Gartner, in 2016 the total income of the world market vendors of business intelligence and analysis tools will grow by 5.2% to reach 16.9 billion. Dollars, and by 2018 will be about 21.5 bln. Dollars (Figure 2).

The market is now in the final stages of transition from systems analysts, IT department managed to self-service analytics, which is in the hands of business users. This means the arrival of a new generation of BI-platform and analysis tools, ready to meet the needs of today's organizations – ease of access, flexibility and a better understanding, said Gartner [9].

If we consider the Magic Quadrant for Business Intelligence and Analytics Platforms from Gartner, as of February 2016 among BI vendors producer of leaders formed a group, which includes Microsoft, Tableau and Qlik.

Experts of the analytical agency IDC estimated the market value of BI by more options, so their data is significantly different from Gartner. As noted in the IDC, the market of services in the segment of Business Intelligence to 2019 will grow on average by more than

14% annually. As a result, by 2019 the volume of global BI market will exceed 100 billion dollars, while the results of 2015 the volume was more than 50 billion dollars.

Interest in BI observed in many markets. The number of those who are already using a particular BI-solutions, according to a survey IDC, large enough – 48%. Another 19% of respondents plan to start working with business analytics in the next 12 months [11].

Found that the most sectors that have significant opportunities to generate revenue in the business intelligence and working with large data, IDC is such as discrete manufacturing (22.8 billion dollars), banking (22.1 billion dollars) and continuous (Process) production (16.4 billion dollars). These figures are forecast by analysts for 2019.

In the study, IDC says that big companies (employing over 500 people) will be the main factor in the growth market of business intelligence are generating more than 100 bln. dollars in revenue in 2019. The share of SMEs shall fall about a quarter of revenue in the market [10].

Analyzing the Ukrainian market of BI, we can say that it is mainly the representation of developers of software of foreign origin, such as Ukraine virtually no development underway. In addition, automated business intelligence have a high demand in the Ukrainian consumer, because it is believed that BI-solutions irrelevant to the current level of automation in the country.

According to Gartner, BI-systems market is now approximately 70% is captured by large vendors. This is currently the most common method of building systems business analysis – a combination of BI-tools, such as, for example, SAP BusinessObjects XI, IBM Cognos BI, Oracle BI EE, and one of the relational database – in particular, in Ukraine the most widely used Oracle Database, Microsoft SQL Server, MySQL, Sybase, IBM DB2, etc. [1].

According to the company UBC market volume as a percentage by the number of companies that use BI-systems is about 47% in 2014.

According to the report IDC (June 2015), evaluating the business applications market of Ukraine, the market leader is a company SAP, whose share in 2014 was 60.9%, which is 12% more than in 2013 (48.8%). At the same time Ukrainian market of business applications has grown in comparison with 2013, to 44.6% – almost 82 mln. USD. in the prices customers. In a number of key areas – such as energy, transport and logistics, banking and telecom – it also measured double-digit rates. [6]

Conclusions. Based on the above material we can say that the market for BI-systems, at this stage of its development tends to increase. According to the forecast of Gartner, in 2016 the total income of the world market vendors of business intelligence and analysis tools will grow by 5.2% to reach 16.9 billion. Dollars, and by 2018 will be about 21.5 bln. Dollars.

In Ukraine, the absolute market leader in business intelligence software company is SAP, the fate of the Ukrainian market according to a report IDC (June 2015) is 60.9%.

The main sectors in which the business analysis systems on Ukrainian market are: energy, logistics, transport and banking.

List of references

1. A Kokovskiy. Business Intelligence capabilities for planning, analysis and monitoring of financial and economic activity of enterprises [Electronic resource] – Access: <http://www.management.com.ua/ims/ims179.html>

2. V. Kharchenko, V. Onischuk On the issue of information security management agricultural business economics // Innovative SMEs Taipei Issue. 5 [43] 2013 c. 332-336
3. Business-Analytics and Big Data in Russia in 2015: [Electron resource] – Access: http://www.cnews.ru/reviews/bi_bigdata_2015/
4. Want to know what Forrester's lead data analysts are thinking about BI and the data domain? [Electron resource]/Boris Evelson // Forrester Blogs – 2010. – Access: <http://blogs.forrester.com/boris>.
5. V. Kharchenko, S. Kostenko Features of BI system in Ukraine and World // ZBIÓR RAPORTÓW NAUKOWYCH Nauka wczoraj, dziś, jutro Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour» 2/1 2015 p. 23-27
6. SAP showed record results in the IT market of Ukraine [Electronic resource] – Access: <http://itnews.com.ua/news/73241-sap-pokazala-rekordnye-rezultaty-na-it-rynke-ukraina>.
7. Mark Smith. The Red Hot Business Intelligence Vendors for 2012 Revealed in Value Index. [Electronic resource] / Mark Smith // Ventana Research Blog – 2012. – Режим доступу: <http://marksmith.ventanaresearch.com/2012/10/25/the-red-hot-business-intelligence-vendors-for-2012-revealed-in-value-index/>
8. Magic Quadrant for Business Intelligence and Analytics Platforms: [Electron resource] – Access: <https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-2XXET8P&ct=160204>
9. Gartner Says Worldwide Business Intelligence and Analytics Market to Reach \$16.9 Billion in 2016: [Electron resource] – Access: <http://www.gartner.com/newsroom/id/3198917>
10. DailyComm: Market Big Data and business analysts predicted an increase of 50%: [Electron resource] – Access: <http://www.dailycomm.ru/m/35603/>
11. DailyComm: In 2016, BI market will grow by 5%: [Electron resource] – Access: <http://www.bsc-consulting.ru/blog/market/030216/>

Маркова Є.Ю.

к.е.н, здобувач

Харківський національний
сільськогосподарський університет
ім.Семена Кузнеця

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Ключові слова: Стратегія сталого розвитку, програма розвитку, рибне господарство, рибо добувні підприємства.

Keywords: Strategy for sustainable development, program development, fisheries, fish products mining companies.

Проблему сталого розвитку рибного господарства України передбачається розв'язати шляхом: формування законодавчої бази, спрямованої на створення передумов для сталого розвитку складових рибогосподарського комплексу з дотриманням вимог щодо адаптації національного законодавства до законодавства Європейського Союзу; отримання центральним органом виконавчої влади у сфері рибного господарства повноважень, які забезпечуватимуть його інституціональну спроможність щодо виконання функцій та завдань, поставлених Урядом України; розв'язання основних інфраструктурних проблем внутрішнього ринку продукції рибного господарства; залучення інвестиційних ресурсів для виконання заходів, пов'язаних із забезпеченням сталого розвитку рибного господарства України; отримання державної підтримки модернізації флоту рибного господарства, функціонування підприємств галузі; фінансування з державного бюджету видатків, пов'язаних з утриманням органів державної рибоохорони; активізація взаємодії представників громадських галузевих організацій та посадових осіб органів державної влади; розроблення комплексної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації посадових осіб органів державної влади для забезпечення потреб управління та функціонування галузі рибного господарства. Програму передбачено на 2015-2020 роки. Виконання Програми здійснюватиметься в два етапи: на першому етапі (2015-2017 роки) передбачається розробити і прийняти нові та внести зміни до чинних нормативно-правових актів щодо механізмів забезпечення розвитку рибного господарства удосконалення інституційних спроможностей управління галуззю, а також здійснити фінансування видатків, передбачених розробленими нормативно-правовими актами; на другому етапі (2017 – 2020 роки) передбачається провести аналіз виконання Програми на першому етапі; за результатами аналізу скоригувати і здійснити додаткові заходи з виконання завдань Програми у частині соціально-економічної, науково-технічної та кадрової складових. Законодавчо визначити стратегію розвитку рибного господарства на довгостроковий період. Етапи і строки виконання Програми зумовлюються першочерговими та перспективними завданнями трансформації і повинні відповідати етапам проведення реформ, передбачених Урядом України у рамках Програми діяльності Уряду. Ефективність Програми підтримується ві-

тчизняними науковцями: Гришовою І.Ю., Скупським Р.М., Красноруцьким О.О., Наумовим О.Б., Митяй О.В., Панюк Т.П., Стоянової-Коваль С.С. [1-3]

Виконання Програми дасть змогу: запровадити державне управління галуззю рибного господарства, яке відповідатиме найкращим сучасним міжнародним стандартам державного управління; забезпечити конкурентоздатність вітчизняних товаровиробників галузі та попит на їх продукцію на зовнішніх ринках; забезпечити продовольчу безпеку населення у частині отримання у повному обсязі якісної продукції рибного господарства; розширити асортимент продукції океанічного промислу; значно підвищити якість заходів з охорони водних живих ресурсів України; значно підвищити рівень боротьби з незаконним, непідзвітним та нерегульованим рибальством; забезпечити виконання Україною зобов'язань міжнародних договорів; покращити динаміку інвестиційної діяльності; збільшити рівень надходжень до державного бюджету; підвищити якість адміністративних послуг у сфері рибного господарства; суттєво збільшити товарне виробництво цінних видів риб; покращити стан запасів водних живих ресурсів рибогосподарських водойм України; раціонально використовувати рибогосподарський потенціал водойм України; привести кількість та формат дозвільних документів і процедури з їх надання у відповідність до вимог міжнародного галузевого законодавства; значно знизити кількість техногенних та екологічних проблем, які виникають у процесі життєвих циклів підприємств рибної галузі; підвищити соціально-економічний рівень життя населення, забезпечити гідні умови праці на галузевих підприємствах.

Для цього державні стратегії в області оптимального використання ресурсів, на наш погляд, повинні містити наступне:

- регулярну економічну й екологічну оцінку поточного і перспективного стану природних ресурсів по кожному їх виду;
- перехід на рентні відносини в сфері природокористування і зміна податкової бази з метою збереження природних ресурсів;
- стимулювання умов переходу від економіки сировинного типу до інноваційної економіки на основі раціонального використання природних ресурсів зі створенням умов відтворення ресурсів;
- організацію наукових досліджень в області високих технологій і створення безвідхідних виробництв;
- забезпечення економічного використання поновлюваних і слабооновлюваних природних ресурсів і наявність необхідного державного резерву запасів, непоновлюваних ресурсів;
- створення системи екологічних обмежень на господарську діяльність, що не допускає зниження рівня природних біологічних ресурсів, від стану яких залежить життєздатність населення сьогодні і в майбутньому, і спрямованих на поліпшення екології;
- створення економіко-екологічної системи підготовки і прийняття управлінських рішень у сфері виробничо-підприємницької діяльності, що відповідає системі підготовки управлінських кадрів.

Останній принцип, на наш погляд, може бути реалізований державною системою управління, при дотриманні наступних умов:

- при підготовці і прийнятті управлінських рішень повинні бути виконані всі технічні, технологічні і процедурні оцінки, дотримані створені державою норми по обліку і збереженню екологічних факторів;
- управлінські рішення повинні мати прогресивний характер за рівнем використання техніки і технології в господарському процесі, що повинні знаходитися на рівні передових і кращих світових зразків;
- державна система управління повинна виступати ініціатором принципів організації господарської діяльності на підприємствах, що використовують природні ресурси і вимагати від них дотримання інтересів населення і закордонних інвесторів у сукупності з інтересами збереження навколишньої природного середовища;
- управління станом природних ресурсів повинне являти собою взаємопов'язаний комплекс заходів, спрямованих не тільки на збереження природних ресурсів у необхідному для майбутніх поколінь обсязі, але і на послідовність дій при підготовці, прийнятті і реалізації рішень по всіх рівнях існуючої в країні ієрархії управління.

Список літератури:

1. Gryshova I. Ukraine's positions in international ratings evaluation as a factor of its competitiveness/ I. Gryshova, I. Kryukova, O. Mityay // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 5-6. – С. 24–27.
2. Гришова І.Ю. Визначення рівня економічної стійкості підприємств на основі показників ефективності./ О.В. Глушко, І.Ю. Гришова, М.Ю. Щербата// Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 155(11-12). – С. 82-86.
3. Gryshova I. Competitive position stability of agricultural sector of Ukraine at internal and external markets/ І.Ю. Гришова, О.В.Митяй, В.В.Кужель// Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3(177) – С. 66-73.

Миколайчук І.П.

доцент, канд. екон. наук

Київський національний

торговельно-економічний університет

ЕТИМОЛОГІЯ ТА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН ЯК НАУКОВОЇ КАТЕГОРІЇ

Обґрунтовано сутність та значення змін на підприємстві. Розкрито сутність поняття «управління змінами» як категоріального поняття. Визначено причини змін в організації, методи та умови їх успішного проведення. Наведено характеристику механізму управління змінами з різних наукових позицій.

Ключові слова: зміни, управління змінами, види організаційних змін, процес управління змінами

The essence and significance of changes in the enterprise. The essence of the concept of «change management» as a categorical concepts. The reasons of changes in the organization, methods and conditions for their successful implementation. The characteristic mechanism of change management from different scientific positions.

Keywords: change, change management, types of organizational change, process change management

Сьогодні очевидно, що підприємства виживають на ринку та зберігають конкурентоздатність завдяки періодичному внесенню змін в поточну діяльність. Керівники підприємств на всіх рівнях повинні постійно відстежувати вплив оточуючого середовища та робити висновки про виникнення потреби у змінах внутрішнього потенціалу. Здатність організації управляти змінами як невід'ємною частиною її життєдіяльності є основним джерелом її конкурентних переваг та успіху у майбутньому. Для більшості організацій, які втратили свою ефективність та потерпіли невдачу, зміни виявилися складним, непередбачуваним та затратним процесом. Досвід багатьох світових компаній свідчить, що зміни відбуваються в них постійно, якщо вони хочуть зберегти свої позиції та імідж на ринку. Переймаючи його, вітчизняні керівники все частіше вирішують для себе практичну дилему щодо оцінювання потреби та сфери проведення змін у внутрішньому середовищі організації. Дослідження показують, що сьогодні виживають організації не найсильніші та найрозумніші, а ті, що вміють найкраще пристосовуватися до змін, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Сутність змін як категоріального явища та особливості управління ними розглядаються багатьма закордонними та вітчизняними науковцями. На необхідності управління змінами акцентують увагу такі гуру менеджменту як І.Адізес, І.Ансофф, Л.Грейнер, Дж.Дак, П.Друкер, Г.Мінцберг, Д.Майстер, Дж.Харінгтон та інші науковці, які пропонують різні підходи та методи, заходи з подолання опору працівників змінам, засоби мотивації та контролю, а також надають рекомендації щодо успішної реалізації організаційних змін. Проблематику організаційних змін розглядають в своїх наукових дослідженнях такі російські науковці як Ашмаріна С.І. Віханський О.С.,

Распопов В.М., Широкова Г.В., Соколов Д.В., Шермет М.А. Сьогодні суттєво зростає інтерес до даної проблематики у вітчизняній науковій практиці – в дослідженнях Воронкова Д.К., Гайдей О.О., Гарафонової О.І., Мельник О.Г., Петрової І.Л., Подольчака Н., Старика Р.Я. та багатьох інших.

Ґрунтовне тлумачення терміну «зміна» дає Д.Воронков [1, с. 34-37]. **Дослідження автором етимології поняття** «зміна» показало, що воно входить до сукупності понять, що характеризують рух і розвиток. В античній і середньовічній філософії об'єкти зміни трактувалися в основному за образом і подібністю речей, включених у повсякденну практику людини. У цьому аспекті зміни співвідносилися із стійкістю, збереженням, постійністю форми і складу речей. Якщо стійкість характеризувала тотожність речі самій собі, то зміни фіксували відмінності речі відносно себе, становлення її чимось іншим. Процес змін часто несе з собою певні ризики для будь-якої організації, але може бути досить плідний у випадку успіху. Важливим моментом у прийнятті керівниками рішення про впровадження змін є той факт, що їхня незадоволеність поточним станом функціонування організації повинне бути значно сильнішим за бажання уникнути ризику, пов'язаного зі змінами.

У сучасному науковому полі зміни визначаються по-різному. У цілому, зміна – це поняття, що входить до сукупності понять, які характеризують рух і розвиток. М. Беседін та В. Нагаєв [2, с. 275] стверджують, що зміни – це питання, що стосується всіх організацій. Вони ж доводять, що зміни всередині організації звичайно відбуваються як реакція на зміни в зовнішньому середовищі. Т. Бауліна обґрунтовує зміни як заміщення одного стану організації, робочої групи, людини, ситуації або інших явищ новим станом, який відрізняється від попереднього внаслідок впливу різних факторів середовища [3, с. 8].

На наш погляд, з цих досліджень випливає, що зміни слід розглядати як процес. Як процес руху від нинішнього стану («як є») через перехідний період до бажаного стану розглядав зміни Дж. Харрінгтон [4, с. 84]. У свою чергу, К. Фрайлінгер та І. Фішер розуміють зміни як суб'єктивний і структурний процес, тобто трактують зміни як індивідуальний суб'єктивний процес, при якому люди отримують нове розуміння оточуючого їх світу. У той самий час, зміни – це структурний процес, при якому рамкові умови визначаються людьми, що впливають на можливості їх сприйняття та вчинення інших дій [5, с. 28]. Враховуючи наявні визначення, Т. Гринько визначає зміни на підприємстві як цілеспрямовану трансформацію просторового, часового, просторово-часового стану підприємства, його складу, структури, внутрішніх взаємозв'язків між елементами та зовнішніх – з навколишнім середовищем [6, с. 97 – 98].

Узагальнюючи визначення даного поняття, під *організаційними змінами* слід розуміти будь-яку зміну в одному або декількох елементах підприємства на будь-якій стадії її життєвого циклу між двома моментами часу, що означає зміну в тому, як організація функціонує, хто її члени та лідери, яку вона приймає форму та як розподіляє ресурси.

Найбільш точне тлумачення цього терміну може бути лише за одночасного їх синтезу за змістовною характеристикою – як якісні перетворення, що відбулися в організації за певний проміжок часу та процесною ознакою – як перехід від однієї ситуації до іншої за певний проміжок часу [7, с. 51-52].

Зміни характеризуються великим різноманіттям конкретних форм, типів, напрямків, сфер діяльності організації та рівнів. Грунтовні дослідження їх класифікації виконані Ашмаріною С.І., Воронковим Д., Віханським О.С., Мельник О.Г. та іншими науковцями. Аналізуючи підходи до класифікації видів змін та їх прояв в практиці функціонування вітчизняних організацій, слід відзначити сучасну зростання значимості змін за ознакою цілеспрямованості здійснення – заплановані (що здійснюється при застосуванні концепції організаційного розвитку) та ситуаційні (реактивні), пов'язані із поточним, а часто і оперативним вирішенням організаційних проблем – з мінімальними витратами. Роль ситуаційних змін сьогодні все далі більше зростає – у зв'язку із впровадженням концепції реінжинірингу бізнес-процесів.

Дослідження різновидів змін за ознакою їх значимості для організації та ступенем новизни, це можуть бути нові докорінні перетворення в організаціях; нові несуттєві перетворення, відомі практиці, але суттєві для даної організації; перетворення, відомі практиці та незначні перетворення, що мало впливають на результати роботи компанії [7, с. 44]. Відповідно до цієї ознаки організація обирає такі види зміни як трансформація, реструктуризація, реорганізація, реінжиніринг, реформування, регенерація тощо.

Погоджуючись із П.Друкером, доцільно відзначити, що організації – лідери змін розглядають кожну зміну як нову сприятливу можливість, ведуть цілеспрямований пошук корисних для себе змін та роблять їх максимально ефективними для своєї діяльності, що обумовлює максимальне використання потенційних можливостей організації в процесі управління змінами [8].

Отже, успішне функціонування підприємства в умовах розвитку і трансформації ринкового середовища вимагає запровадження різноманітних змін. Задля цього потрібно сформувати ефективну систему управління ними на принципах внутрішнього взаємоузгодження, комплексності, взаємозв'язку із поточною діяльністю й оперативним управлінням, системності, наступності й послідовності.

Література

1. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: Монографія. – Х. ВД «ІНЖЕК», 2010. – 340 с.
2. Беседін М. О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник [Текст] / М. О. Беседін, В. М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.
3. Бауліна Т. В. Управління процесом організаційних змін підприємств в умовах перехідної економіки: автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка та управління підприємствами» / Т. В. Бауліна. – К., 2004. – 20 с.
4. Харрінгтон Дж. Совершенство управления изменениями [Текст] / Дж. Харрінгтон / Пер. с англ. ; ред. В. В. Брагин. – М. : Стандарты и качество, 2008. – 192 с.
5. Фрайлингер К. Управление изменениями в организации. Как успешно провести преобразования [Текст] / К. Фрайлингер, И. Фишер. – М.: Книгописная палата, 2002. – 260 с.
6. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку // Бізнес-Інформ, 2013. – №10. – С. 247 – 252.

7. Широкова Г.В. Управление организационными изменениями: уч. пособие/ Г.В. Широкова. – Спб.: Узд.дом С.-Петербур.гос.ун-та, 2010. – 203 с.
8. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Учебн. пособие: Пер. с англ. / П.Ф. Друкер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. – 272 с.

Карабанов О.В.заслужений економіст України,
начальник Північного офісу
Державної аудиторської служби
України

ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОГО ВИРІШЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ КОНФЛІКТІВ

Ключові слова: бізнес-конфлікт, фактори управління, конкуруючі сторони, підприємницьке середовище.

Key words: business conflict, management factors, competing parties, business environment

В економічному бізнес – середовищі будь-який конфлікт слід розуміти як протиріччя мінімум двох сторін з нанесенням хоча би одній з них суттєвих збитків, тобто фінансових втрат, які дестабілюють всю подальшу нормальну підприємницьку діяльність. Кожна конфліктна ситуація потребує якомога швидкого вирішення, контролю та управління за нею. Проте правильний підхід щодо управління бізнес-конфліктами, насамперед, потребує оточного оцінювання причин їх виникнення. Вивчення низки наукових джерел дозволяє узагальнити причини виникнення більшості бізнес-конфліктів у підприємницькій діяльності.

Так, на думку Алексеева І.В. та Хоми І.Б., більшість методів вирішення бізнес – конфліктів у підприємницькій діяльності є індивідуальними, бо мають різні причини виникнення. Проте, запропонувавши чотири фактори управління за бізнес-конфліктами, зокрема три з них за участі теорії нечітких множин, які дозволяють символічно ідентифікувати вчасне їх виникнення або при дотриманні деяких з них запобігти у майбутньому погіршення конфліктних ситуацій, процес управління за ними можна узагальнити за допомогою побудови циклічного шести етапного процесу управління з обов'язковим введенням етапу встановлення відхилень бізнес-угод від нормального перебігу підприємницької діяльності за математичною логістичною функцією, що зробить процес управління за бізнес-конфліктами безперервно контрольованим.[1]

Так як економічна безпека виробничо-господарської структури являє собою складну багатофакторну категорію, кількісний вимір якої дозволяє оцінити збереження стійкості підприємства до внутрішніх та зовнішніх загроз як у короткостроковому, так і довгостроковому періоді, то для більш точної діагностики її рівня необхідний поглиблений аналіз можливих кризових ситуацій та їх попередження на кожній стадії життєвого циклу підприємства аграрного виробництва, що дозволить чітко встановити поправку на діапазон його рівня економічного захисту та ефективності вирішення економічних конфліктів.

Кожна стадія життєвого циклу підприємства з певною специфікою робить поправку на відповідні ознаки фаз його розвитку і впливає на коливання результату діагностованого рівня економічної безпеки даної виробничо-господарської струк-

тури. Особливо важливо вміти враховувати цей факт для підприємств аграрного виробництва для прогнозу загальної захищеності їх стану конкурентоспроможності, кредитоспроможності та платоспроможності, так як для них період загального життєвого циклу кардинально відрізняється від підприємств інших галузей економіки. Це відображається, як правило, прискореним протіканням кожної фази економічного розвитку цих виробничих підприємств, так як в аграрному виробництві зміна асортименту готової продукції обов'язково має поновлюватись через використання інноваційних підходів у технологічному процесі кожні 3 – 5 років, щоб зберегти, у першу чергу, екологічну складову, конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, а це відповідно суттєво може відбитись на прискоренні настання стадії спаду підприємства, якщо воно не справляється з цими умовами.

Залежність формування та розвитку фінансового потенціалу, забезпечення стабільності фінансової архітектури підприємства від ефективності управління фінансовими потоками підтверджує їх подвійну економічну природу, яка відображає здатність фінансових потоків виступати результативною ознакою попередньої фінансово-господарської діяльності підприємства та впливати на рівень фінансової складової його економічної безпеки..[2]

Швидкість розповсюдження та дії кризових тенденцій в економічній системі України, обмеженість інструментів захисту від них з боку підприємницької ланки вказує на слабку стійкість підприємств до змін ринкового середовища, що робить їх уразливими до впливу зовнішніх шоків. Недостатня стійкість підприємств до зовнішніх впливів зумовлює слабку прогнозованість їх подальшого розвитку. Тому в умовах посилення дисбалансів економічних процесів країни виникає потреба у зміцненні економічної безпеки підприємства шляхом пошуку резервів підвищення рівня її фінансової складової.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямі є пошук впливу методів нейтралізації конфліктних ситуацій на забезпечення стану економічної захищеності підприємства на пролонговану перспективу та уточнення методики визначення його діагностованого рівня при точному виявленні зон економічних збитків.

Список літератури:

1. Алексеев И.В. Диагностика экономической защищённости предприятия с применением поликритериальной оптимизации финансово-экономических показателей / И.В. Алексеев, И.Б. Хома // Научно-аналитический журнал «Вестник Уральского Федерального университета (УрФУ) им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина». — Серия экономика и управление». — Екатеринбург. — 2013. — № 2. — С. 112—122
2. Гришова І.Ю. Визначення рівня економічної стійкості підприємств на основі показників ефективності./ О.В. Глушко, І.Ю. Гришова, М.Ю. Щербата// Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 155(11-12). – С. 82-86.

Кифяк В. І.

кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки підприємства
та управління персоналом
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

Тупиця Л. В.

студентка
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Ключові слова: мотивація праці, системний підхід, матеріальна мотивація, нематеріальна мотивація, система мотивації.

Keywords: motivation, systematic approach, material motivation immaterial motivation, system of motivation.

Сьогодні разом з процесами економічного спаду та дестабілізації в економіці України позначився істотний перелом у сфері мотивації та стимулювання праці. Державні, приватні, корпоративні підприємства на практиці відчули, що можливість витримати складний період економічного циклу в умовах ринкових відносин неможливий без інтеграції в глобальні зусилля з пошуку нових сучасних форм мотивації та стимулювання праці. Водночас у багатьох зарубіжних країнах мотиваційні аспекти управління персоналом компаній і фірм набули великого значення, і ці методи і досвід мотивації можуть бути з успіхом перенесені в українські реалії [1,375].

Недооцінка та низький рівень використання інструментів мотивації праці на підприємствах України зумовлює актуальність теми. А в умовах затяжної кризи ефективна система мотивація праці може бути альтернативною вартістю високого рівня оплати праці.

У загальному розумінні, мотивація – це сукупність рушійних сил, що стимулюють людину до виконання визначених дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо або несвідомо робити ті або інші вчинки.

Мотивація є запорукою успіху, тому що запровадження нових ефективних методів стимулювання призводить до підвищення конкурентоспроможності підприємства, продуктивності праці та відповідно збільшення прибутків. А також рівень мотивації працівників показує імідж підприємства та характеризує керівництво, оскільки працівники, які зацікавлені у реалізації свого творчого потенціалу та в результаті кінцевого продукту, свідчать про належне відношення керівників до трудового колективу. Жодна компанія не може бути успішною без працівників, які працюють на повну силу, які прагнуть зробити внесок в кінцеву продукцію. Відсутність належних стимулів до праці, незацікавленість у результатах роботи, нереалізовані

мрії та незадоволення своєю роботою свідчить про те, що нехтування мотиваційними факторами призводить до зниження продуктивності праці та прибутку організації [2, 37-45].

Неефективність методів стимулювання персоналу на підприємствах України значною мірою породжена успадкованою системою менеджменту з радянських часів. У час економічно-соціальної кризи основним мотивуючим механізмом є матеріальне стимулювання, але віддача від грошової одиниці матеріального стимулу в Україні не відповідає продуктивності праці розвинутих країн.

Низький рівень мотивації спричинений відсутністю застосування системного підходу до використання інструментарію мотивації персоналу. У цьому аспекті виділимо такі проблеми мотивації персоналу:

- керівництво використовує лише окремі елементи стимулювання;
- методи зорієнтовані на короткостроковий період;
- низький рівень використання досвіду мотивації праці передових компаній;
- низький рівень обізнаності керівників щодо форм та інструментів мотивації праці та їх дієвості;
- застосування методів мотивації праці не передують дослідження потреб працівників тощо.

Кожна розроблена система мотивації працівників має бути доведена до відома самого працівника, щоб знати, чи цей метод є ефективним чи навпаки. Взагалі, для розробки системи мотивації дуже корисно визначити переважний поведінковий тип працівників, і потім розробляти мотиваційну систему, яка б підходила цьому типу. Якщо ж система не підходить, то потрібно міняти або працівників, або систему. Лінійний керівник, знаючи до якого поведінкового типу відносяться підлегли, може правильно розставити акценти при роз'ясненні не тільки системи мотивації, але і будь-яких інших змін, що відбуваються в організації.

Мотивацію слід розрізнити матеріальну та нематеріальну. Матеріальна мотивація працівників є найбільш дієвою в країнах ринкової економіки, до яких належить й Україна, тому що ці країни характеризуються низьким рівнем доходів та соціальною диференціацією.

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників. Вищий рівень заробітної плати (порівняно середньо ринковим значенням) забезпечує зниження плинності кадрів, і як висновок, стабільний трудовий колектив. Не потрібно витратити гроші на найм працівників та їх навчання, спрямувавши вивільнені кошти на розвиток виробництва, що підвищить конкурентоспроможність.

Не менш вигідною та ефективною є нематеріальна мотивація праці, тому що вона направлена на підвищення продуктивності праці робітників, але на цю мотивацію не потрібно витратити гроші. Прикладом може бути можливість розвитку і навчання, нагороди, покарання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Як наслідок, підвищення лояльності працівника до фірми, та зацікавленість у роботі.

Цікавим способом мотивації є мотивація вільним часом. Переважно такий спосіб діє для тих працівників, які працюють в різну пору доби та позмінно. Їм, як стимул на виконання плану, надається вільний робочий час, а не грошова надбавка.

Такий спосіб мотивації широко використовується у європейських країнах, в Україні він ще не набув популяризації, оскільки добробут громадян не дозволяє зволікати грошима заради часу.

В Україні не використовуються такі методи мотивації як оплата навчання, не надаються пільги для користування житлом, транспортом, не відбувається винагорода вільним часом тощо. Лише частина підприємств використовують такий метод, як прийняття рішень за участю робітників [4, 29-33].

За даними опитування, в США було досліджено те, що люди при виборі роботи, в першу чергу, будуть звертати увагу на зміст праці, тобто цікавість роботи, на другому місці буде заробітна плата, потім повне розуміння виконаної роботи, безпека роботи, кар'єрний ріст. У різних країнах, залежно від рівня їхньої економіки, ці пріоритети різні [5].

Ми підтримуємо узагальнююче твердження про те, що мотивація праці потребує системного підходу до управління персоналом, спрямованого на створення спонукальних мотивів, метою яких є продуктивне виконання співробітником своїх обов'язків. З точки зору компанії, система мотивації передбачає постановку цілей, відповідних індивідуальним потребам і бажанням і таким чином сприяють поведінці, необхідному для досягнення цих цілей. З економічного погляду правильна система мотивації веде до скорочення різниці між кількістю оплачених годин і кількістю продуктивно відпрацьованих годин, і, відповідно, спрямована на скорочення витрат компанії. Систему мотивації формують постійні та змінні елементи оплати праці, пільги і чинники нематеріальної мотивації. Побудова системи мотивації персоналу – це вкладення у збільшення вартості компанії [1, 375].

Система мотивації повинна відповідати таким принципам

- відповідність. Має бути такий рівень мотивації, який би відповідав якості, кількості та вагомості затраченої праці;
- гнучкість. Здатність до швидкого реагування на змінну зовнішніх та внутрішніх умов функціонування;
- структурованість. Поділ заробітної плати на частини, кожна частина якої відповідає за досягнення поточних, кінцевих і віддалених результатів діяльності фірм;
- системність. Відображення вкладу людини в загальний кінцевий результат фірми [6, 312].

Отже, мотивація праці, як свідчить досвід передових компаній світу, є ключовим фактором досягнення успіху підприємством. Системний підхід до використання форм та інструментів мотивації праці дозволить досягнути поставлених цілей підприємством та формує перспективи його розвитку в довгостроковому періоді.

Література:

1. Письменна М.С. Системний підхід до мотивації управлінського персоналу // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.9. – С. 375-382.
2. Бутенко Т., Саблина Т. Современные методы диагностики трудовой мотивации // Справочник по управлению персоналом. – 2010. – № 4. – С. 37-45.
3. Шафранська Т. Ю Основні види мотивації працівників / Т.Ю. Шафранська, О.В. Коломієць. – 2016.– №6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>

4. Ковальська К. В., Рак Р.В. Нові підходи до мотивації персоналу в стратегічному управлінні корпораціями // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №1. – С. 29 – 33.
5. Корреспондент: Озвучте цифру. Головним критерієм вибору місця роботи для українців є рівень оплати [Електронний ресурс], 2012. – Режим доступу:<http://ua.korrespondent.net/>.
6. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

Мельянюкова Л.В.

к.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів
та природокористування України

Мала О.Л.

магістр

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ

Баланс є зовнішнім відображенням тієї господарської єдності, яка властива кожному підприємству. Його форму та зміст статей визначено НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Статті активу і пасиву балансу згруповано у відповідні розділи з таким розрахунком, щоб найбільш чітко виступав взаємозв'язок між активами підприємства і джерелами їх формування. Аналізуючи ці показники, користувачі одержують інформацію про величину власного капіталу підприємства, його фінансову стійкість, платоспроможність і приймають відповідні ділові рішення.

Основою для заповнення балансу, тобто формування певної його статті, є бухгалтерські записи про залишки (сальдо) на кінець звітного періоду на синтетичних рахунках і субрахунках 1-6 класів Плану рахунків. Усі ці записи повинні бути підтверджені відповідними первинними документами і відображати узагальнену інформацію про активи, капітал та зобов'язання підприємства на кінець звітного періоду.

У діючій формі балансу № 1 «Баланс» («Звіт про фінансовий стан») всі статті згруповано за їх економічним змістом у трьох розділах активу та чотирьох розділах пасиву, які мають відповідну назву. Інформація про активи підприємства і його зобов'язання розглядається в двох аспектах – бухгалтерському і управлінському.

Необхідною умовою адекватного відображення стану активів і пасивів підприємства є формування в системі балансу показників, пов'язаних з інтелектуальними ресурсами, які, на жаль, на сьогодні взагалі не представлені не тільки у вітчизняних П(С)БО, але і в зарубіжних обліково-аналітичних системах.

Недоліком діючої форми № 1 «Баланс» є визначення класифікаційних ознак «оборотні» та «необоротні» активи. На наш погляд, доцільно уточнити ознаку поділу активів відповідно швидкості обертання на довгострокові та короткострокові оборотні. Крім того, більш доречно визначати статтю «Довгострокова дебіторська заборгованість» як «Дебіторська заборгованість від неопераційної діяльності».

З метою об'єктивного представлення інформації в бухгалтерському балансі нами пропонується внести наступні зміни: виключити з підсумку балансу статті «Відстрочені податкові активи» та «Відстрочені податкові зобов'язання» та розглядати їх як регулюючі. Включення до підсумку балансу цих статей необґрунтовано його збільшує, а отже і вартість господарських засобів, якими розпоряджається підприємство та відповідну суму зобов'язань.

Чинний бухгалтерський баланс ще не повною мірою відповідає потребам

контролю за дотриманням прийнятого у фінансовому менеджменті «золотого правила ліквідності», згідно з яким активи підприємства мають фінансуватися пасивами такої самої строковості. Це пов'язано з недостатньо чітким розмежуванням у балансах українських підприємств поточних і не поточних активів та зобов'язань. Відсутність у балансі чіткого поділу активів і зобов'язань на поточні й довгострокові створює труднощі користувачам фінансової звітності під час оцінки фінансового стану підприємств.

У зв'язку з цим, для підвищення точності аналізу фінансових показників науковцями та практиками було запропоновано відобразити склад статті «Витрати майбутніх періодів» у розрізі оборотних активів, а «Доходи майбутніх періодів» – у розрізі поточних зобов'язань. Реалізація цієї пропозиції стала актуальною для річної фінансової звітності і не торкнулася квартальної.

В діючій формі балансу збережено порядок ліквідності статей, що традиційно склався в нашій країні. Проте деякі позиції наразі вимагають уточнення. Так, необхідно відмітити, що протягом десятиліть довгострокові зобов'язання і забезпечення наступних витрат і платежів включалися до складу джерел власних і прирівняних до них коштів та служили для визначення величини власних оборотних засобів підприємства. Тому, нами пропонується перегрупувати статті пасиву балансу відповідно їх економічної суті, зокрема включити статтю «Цільове фінансування» до розділу I пасиву «Власний капітал».

Слід зазначити, що застосування балансової політики, є свідомим впливом на форму і зміст опублікованих балансів, з метою навмисного заниження розміру прибутку (наприклад, через прискорену амортизацію), з тим щоб зменшити розмір податків або величини дивідендів акціонерам та тим самим розширити резервний капітал широко використовується. Однак, нерідко керівництво підприємства, навпаки, навмисно збільшує розмір прибутку у балансі, щоб не показувати поганий фінансовий стан компанії. Зазвичай це досягається шляхом ліквідації прихованих резервів, завищеної оцінки випуску готової продукції або складських запасів сировини, відмови від формування необхідного резервного капіталу для покриття сумнівних боргів дебіторів тощо. Предметом балансової політики, який вона повинна розшифровувати, завжди є екстерн-баланс, або зовнішній баланс, тобто баланс, який складається спеціально для публікації.

Слід вказати на те, що згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності, а саме згідно з МСБО 1 «Подання фінансових звітів» підприємствам надано більше свободи, адже у згаданому стандарті наводиться перелік обов'язкових статей, які мають бути відображені в балансі. Пункт 68 МСБО 16 встановлює 16 рядків, які повинен включати баланс. Право вводити додаткові статті віддається підприємству на його розсуд. Судження щодо того, чи подавати окремо додаткові статті, повинно базуватися на оцінці:

- а) характеру і ліквідності активів;
- б) функції активів у межах суб'єкта господарювання;
- в) сум, характеру та строків зобов'язань.

Крім того, застосування різних оцінок для різних класів активів передбачає, що їх характер або функція відрізняються і тому їх слід подавати у вигляді окремих рядків. Наприклад, різні класи основних засобів можна обліковувати за собівартістю

або переоціненими сумами відповідно до МСБО 16 «Основні засоби».

Таким чином, удосконалення бухгалтерського балансу та методик розрахунку на його основі окремих аналітичних показників сприятиме однозначному трактуванню інструментів аналізу у рекомендаціях органів влади та економічній літературі, що є необхідною умовою забезпечення адекватності оцінок фінансового стану суб'єктів господарювання. Внесення в діючий баланс запропонованих нами доповнень і змін дозволять без попереднього перегрупування і перерахунку окремих його позицій, використовувати дані при аналізі бухгалтерської фінансової звітності.

Tomilina Elena Petrovna

PhD of Economics, Associate Professor,
Chair of Finance, Credit and Insurance,
Stavropol State Agrarian University

Glotova Irina Ivanovna

PhD of Economics, Associate Professor,
Chair of Finance, Credit and Insurance,
Stavropol State Agrarian University

Smagin Alexandr Alekseevich

Assistant
Chair of Finance, Credit and Insurance,
Stavropol State Agrarian University

COMPETITION WORKFORCE IN CAPITALIST SOCIETY

Annotation:

One of the major problems in modern relations in the international labor market is the uneven distribution of the cost of the labor force. Particularly acute, this problem arises in the developing countries that have recently switched to a market economy. In today's economy, cast doubt on such key aspects have been raised, as the theory of labor value and the theory of surplus value. The wide popularity of the ideas of Marx in his time was due solely to their psychological appeal to certain segments of the population. Below we will examine the main causes of the formation of this contradiction and try to understand why neither communist nor capitalist interpretation does not provide an adequate response on the causes of social inequality in capitalist society.

Keywords: capitalism, workforce, economics, macroeconomics, division of labor, labor skills.

Speaking in a simple nor a communist nor capitalist interpretation does not provide an adequate response on the causes of social inequality in capitalist society.

Karl Marx saw the main reason in assigning the result of capitalist wage-workers. This position does not stand up to criticism, especially because the work – it is the same economic entity as a capitalist. He just sells his work at the market price.

Proponents of capitalism say in general that social inequality resulting from the different levels of prosperity, is a natural phenomenon, and due to the simple fact that different people have different skills and abilities. This is also the explanation unsatisfactory, because it is too superficial, it is only partly true. Below, I will explain why.

There is a simple explanation based on an understanding of simple economic mechanism – competition. Any economic entity competes with others in your niche. The competition in this niche is, the lower the price of labor. We can consider both types of labor – as labor entrepreneur and employee, how things are of the same order. There is no difference, in fact, any kind of work is, ultimately, just investing in production, and the labor of the capitalist (organizational, etc.), in this sense, the fundamental difference from the desktop does not work. It only distracts us from the fact[1].

Any skilled labor can be divided into parts, each of which will require less training. This specialization of labor. For example, a turner-wagon is able to produce 10,000 different parts. Each of these parts can be made separately on automatic machines, operators are not highly qualified. Due to this, it is possible to optimize the production by reducing labor costs as well as on the process (but only in the mass production output, of course) [2].

That's what was the beginning of capitalist production. From the labor of individual artisans and peasants there was a transition to the mass work of the proletarians.

Coming back to the present. This means that most jobs do not require high qualifications. This means that there is a niche production endlessly competition. If, for example, for a spot welder ventilation systems competes only a small group of highly specialized workers, the mass automated industrial production surpasses the level of competition [3].

In general, it all leads to the fact that competition among the workers, in general, is increasing, and as «trudnozamenimyh» is becoming less, and pay them a lot of not necessary (just as in the market at an increased sentence)

And that, among the capitalists? Capitalists little. Their niche is simply a very limited supply. And it depends usually not in their mind, and special abilities kakih-to «flair», etc., but simply because the threshold input in serious business using automation and mass use of labor, infinitely high, it requires huge investments.

If we hypothetically assumed the reverse process, despecialization process, the level of competition among the workers would have fallen, the number of applicants for a certain position would be substantially limited professional skills of the applicant. This situation we are now still seeing, for example in the field of software development, where the wage level is still quite high, however, and there is a trend towards specialization, increased competition and lower. And if we have added here, and private ownership of the means of production – that is, the transformation of the proletariat in the artisan, if not the case would be in the chocolate. That is, the movement towards decentralization [4].

Therefore, the bundle is almost entirely depends only on the increasing specialization of labor. Made tools requiring less skill, thereby increasing competition. This is the main reason. And, it seems, nothing to do with it is not possible, employees have no chance of leveling the social ladder, and this process is aggravated with every passing day. People have signed his own death warrant at the very moment when were led to calls for «liberty, equality and fraternity» in the epoch of bourgeois repartition of the world.

Literature

1. Megill, A. Karl Marx: the burden of reason: to teach. monograph. / A. Megill. – Moscow: Kanon +, 2014. – 335 P.
2. Nosova, S.S. Economic Theory. Distance learning: studies. Benefit / S.S. Nosova. – M.: KNORUS, 2013. – 254 P.
3. Rockmore, T. Marx After Marxism: The Philosophy of Karl Marx / T. Rockmore. – Moscow: Kanon +, 2014. – 399 P.
4. Modern problems of economic science: collective. monograph. / Under total. Ed. IY Karelin. – Ufa: Bugs, 2013. – 285 P.

ПОД- СЕКЦИЯ 3. Теория и история.

Кашуба Олексій Олександрович
аспірант кафедри економічних систем і
управління інноваційним розвитком
Одеського національного політехнічного
університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ РЕТРОСПЕКТИВИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ ЯК ОСНОВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ключові слова: економіка, інституціоналізм, інститути.

Keywords: economics, institutionalism, institutions.

Стратегічним напрямом сучасних вітчизняних економічних досліджень є широкий спектр проблем позитивної та нормативної теорії перехідної економіки в умовах її системної соціально-ринкової трансформації. Осмислення змісту, внутрішніх механізмів, суперечностей та наслідків ринкових перетворень вимагає належного науково-теоретичного обґрунтування та концептуального втілення. Розробка теорії перехідної економіки та шляхів її подальшого реформування має здійснюватися на якомога ширшій концептуально-методологічній основі, з урахуванням новітніх парадигмальних зрушень у світовій економічній науці та провідних тенденцій розвитку економічного аналізу. Саме такий підхід сприятиме залученню всієї різноманітності сучасного аналітичного інструментарію, здатного адекватно відобразити суть і природу трансформаційних процесів, а також створюваних на їх основі соціально-економічних відносин та інституційних змін.

У цьому контексті зростаючою актуальністю та новими аналітично-дослідницькими можливостями привертає до себе особливу увагу інституціоналізм – один з новітніх і разом з тим достатньо впливових та перспективних наукових напрямів світової економічної теорії. Зазнавши тривалої генези впродовж ХХ ст., він в останні десятиріччя дістав бурхливий розвиток в економічній думці США та країн Західної Європи, а завдяки своїй універсальності та конструктивності набуває дедалі більшого поширення від Латинської Америки до Східної Європи.

Інституціоналізм ґрунтується переважно на позаекономічному тлумаченні сутності господарських процесів у ринковому суспільстві. При цьому рушійними силами економічного розвитку вважаються соціальні явища як політичного, правового, етичного, морального, психологічного, технічного, так і економічного характеру — держава і профспілки, сім'я і традиції, звичаї і мораль, правові акти й етичні норми, технічний прогрес і наука, конкуренція і ринкова влада, еволюція економіки тощо. Ці та інші явища були об'єднані одним спільним терміном — інститути, або інституції, що й дало назву цьому напрямку економічної думки.

Інституціоналізм – це напрям економічної теорії, який виник наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. у США, і вважається, передусім, явищем американським, хоча одержав широке розповсюдження як в теорії, так і в практиці цивілізованих

країн світу. Прикладом можуть бути Франція, Швеція, Японія, державна політика яких спирається на рекомендації інституціоналізму.

Термін «інституціоналізм» (вперше застосував У.Гамільтон у 1916 році) походить від слова «інституція» (лат. *institutio* – образ дії, звичай, порядок, що прийнятий в суспільстві), а також близького до нього слова «інститут» (англ. *institute* – закріплення цих звичаїв і порядків в вигляді законів) [4].

За визначенням американського економіста У.Гамільтона «інститут» – це словесний символ для кращого опису групи суспільних звичаїв, «спосіб мислення», що став звичкою для групи людей або звичаєм для народу. У.Гамільтон стверджував, що «інститути» встановлюють межі та форми людської діяльності. Світ звичаїв і звичок, до яких ми пристосовуємо наше життя, являє собою сплетіння і безперервну тканину «інститутів» [7]. На думку послідовника цієї теорії американського економіста Т.Веблена, необхідно було здійснити вивчення різних економічних і суспільних інститутів у їх розвитку, від моменту їх виникнення і до сучасності [2]. Він багато займався історією людського суспільства, аналізував виникнення приватної власності, класів, держави, прагнув знайти витоки існуючих протиріч. Своїми науковими дослідженнями Т.Веблен стверджував, що економічна наука не повинна бути тільки наукою про ціни і ринки та визначав, що предметом політичної економіки є людська діяльність в усіх її проявах, а суспільні науки покликані займатися відносинами людей один до одного.

Рушійну силу розвитку Т.Веблен бачив в суперечностях між інститутами і зовнішнім середовищем. На його думку, невідповідність між вже сформованими інститутами і зміненими умовами, зовнішнім середовищем і робить необхідним зміна існуючих інститутів, зміну застарілих інститутів новими. При цьому зміна інститутів відбувається відповідно до закону природного відбору. З точки зору Т.Веблена, життя людини в суспільстві – це боротьба за існування, а, отже, це процес відбору і пристосування, еволюція суспільного устрою з'явилася процесом природного відбору соціальних інститутів. Триваючий розвиток інститутів людського суспільства і природи людини, прогрес, можна в загальних рисах звести до природного відбору найбільш пристосованого способу мислення та процесу вимушеного пристосування змінюється з розвитком суспільства і соціальних інститутів, в умовах яких протікає людське життя. Таким чином, у трактуванні Т.Веблена суспільно-економічний розвиток («еволюція соціального устрою») постає як реалізація процесу «природного відбору» різноманітних інститутів [2].

Практично всі дослідники інституціоналізму до інститутів відносять як категорії політичної й правової надбудови, так і філософські поняття й економічні явища: державу, сім'ю, мораль, право, приватну власність, систему грошового обігу, кредит і т.ін. В цілому категорія «інститут» в концепціях інституціоналістів виступає як допоміжний інструмент. Впровадження цього терміну лише віддзеркалило характерне прагнення представників напрямку вивчати наряду з економічними й неекономічними явищами.

Виходячи з цього сутність інституціоналізму як напрямку економічної теорії полягає в обґрунтуванні використання різного роду інститутів (держави, права, вартості, ціни) для державного контролю над соціально-економічними процесами.

Аналіз наукових досліджень з даної проблеми дозволив нам з'ясувати чинники виникнення інституціоналізму та визначити етапи його розвитку.

Перший етап історичної еволюції інституціоналізму відбувався на межі XIX-XX ст. і характеризується формуванням основних положень інституціоналізму. Родоначальниками цього етапу стали американські економісти У.Гамільтон, Торстейн Веблен, Джон Коммонс, У. Мітчелл та англійський економіст Джон Робсон [4].

Чинники, що впливали на еволюційний розвиток інституціоналізму були:

– динамізм економічного розвитку США в середині XIX ст., який дав підґрунтя для розповсюдження точки зору щодо ролі науки і техніки як самостійної сили соціально-економічного зростання. Це стало умовою розповсюдження ідеї державного управління наукою і зумовило головну особливість методології інституціоналізму – технологічний детермінізм;

– в останній третині XIX ст. економіку США стали потрясати періодичні економічні кризи, які змінювались довготривалими депресіями. Стало спостерігатись очевидне розходження пануючої в той час теорії економічного лібералізму й реальної історичної картини американського суспільства. В цих умовах актуальною виявилась вимога інституціоналістів критично переглянути основні положення традиційної буржуазної політичної економії, що обумовило другу рису методології інституціоналізму – соціальний критицизм.

Другий етап еволюції інституціоналізму охоплює 20-30 рр. XX ст. і характеризується широким розповсюдженням й значним впливом інституціоналізму. Інституціоналісти Дж. М. Кларк, А.Берлі, Г.Мінз визначали, що цьому сприяли суттєві зміни в економіці, а саме: перехід від капіталізму так званої вільної конкуренції до монополістичного капіталізму, посилення економічної ролі держави на основі капіталістичного усупільнення виробництва. В цих умовах виникла потреба пізнати й розкрити внутрішні закономірності капіталізму й запропонувати практичні рекомендації, що забезпечать його розвиток. Пошук різних варіантів державного контролю над економікою – особливість буржуазної політекономії XX ст., на відміну від буржуазної економічної науки XIX ст. Інституціоналісти виступили з цією ідеєю одними з перших і в теоретичному плані підготували певну платформу для подальшого розповсюдження кейнсіанства.

В 40-50-тих рр. у зв'язку з розвитком кейнсіанства, представники якого розробили конкретні варіанти державного регулювання економіки, вплив інституціональної теорії дещо зменшився. Але в цей період представниками інституціоналізму опубліковано декілька робіт й висунуто змістовні концепції [5].

Третій етап еволюції інституціоналізму з 50-70-х рр. XX ст. в межах неокласичної течії формується новий науковий напрям, представники якого (Р.Коуз, Даглас Норт – Нобелівські лауреати, Дж.Гелбрейт, Олівер Вільямсон) працюють на межі економічної теорії та інших суспільних наук — філософії, соціології, політології, кримінології тощо. Якщо інституціонально-соціологічний напрям, що виник на початку XX ст. вважається «старим» інституціоналізмом, то цей новий науковий напрям називають неоінституціоналізмом [2].

Новий інституціоналізм створив ряд оригінальних інструментів для аналізу економічних систем. Їх застосування дало можливість сформувати нову модель економічної системи та соціально-економічного розвитку. Згідно останньої «економіка

розглядається, як еволюційна відкрита система, що відчуває постійні впливи зовнішнього середовища (культури, політичної обстановки, природи в т.ч.) і реагує на них» [6, с.77]. Вона складається із певних підсистем, або систем другого порядку, зокрема регіональних. Це власне і є територіально-господарська система. Її існування, а точніше економічна доцільність, можуть бути обґрунтовані з позицій інституціоналізму, за допомогою неоінституційного інструментарію.

Дослідження науковців стверджують, що неоінституціоналізм як особлива економічна теорія отримала визнання у 80-90-х рр. XX ст.. Теоретичні основи традиційного американського інституціоналізму набули свого подальшого розвитку, і саме з середини XX ст. інституціоналізм перетворився в один із провідних напрямків державної економічної політики багатьох країн світу. Посилення інтересу до інституціональної теорії взагалі й до її неоінституціонального напрямку безпосередньо пов'язано зі спробами подолати обмеженість ряду положень, характерних для «мейнстрім економікс» (аксіоми повної раціональності, абсолютної інформованості, досконалої конкуренції, встановлення рівноваги лише за допомогою цінового механізму тощо), і розглянути сучасні суспільні й особливо економічні процеси комплексно та всебічно, особливо — з необхідністю дослідження нових явищ сучасної епохи науково-технічної та технологічно-інформаційної революції, коли використання традиційних методів не дає бажаних результатів [6].

Сучасний інституціоналізм виник не на порожньому місці. У неоінституціоналістів, як ми це вже бачили, були попередники — представники «старого», традиційного, інституціоналізму, які також намагались налагодити зв'язки між економічною теорією та правом, соціологією, психологією, політологією та ін. Але між поглядами «старих» інституціоналістів та неоінституціоналістів можна виділити ряд суттєвих відмінностей. Так, наприклад, якщо «старі» інституціоналісти залишилися аутсайдерами світової спільноти вчених-економістів, то неоінституціоналісти змогли стати фаворитами. У списку Нобелівських лауреатів з економіки вісім лауреатів так чи інакше належать саме до неоінституціонального напрямку [6].

Стовбур сучасного інституціоналізму утворюють два напрямки — неоінституційна економіка (neoinstitutional economics) та нова інституційна економіка (new institutional economics). Незважаючи на те, що назви здаються ідентичними, ці два напрями мають принципово різні підходи до аналізу інститутів. Обидва напрямки сформувалися або на основі неокласичної теорії, або ж під її помітним впливом. Так, перший напрям — неоінституціоналізм — залишає незмінним жорстке ядро неокласики. Залучення нового елемента до предмета аналізу інститутів відбувається за рахунок коригування положень із «захисної оболонки» неокласичної теорії. Саме тому неоінституціональну економіку, яка розвивалася, розширюючи та доповнюючи «економікс», часто наводять як приклад «економічного імперіалізму». Вторгнувшись у сферу інших наук про суспільство — права, соціології, психології, ідеології, політики, норми поведінки, сім'ї тощо — ця школа використовувала традиційні мікроекономічні методи аналізу, намагаючись дослідити різноманітні суспільні відносини з погляду раціонально мислячої «економічної людини». Тому стосунки між людьми тут розглядаються перш за все крізь призму взаємовигідного обміну та контрактів.

Другий напрям — нова інституційна економіка — навпаки, відображає спробу створити нову теорію інститутів, не пов'язану з колишніми постулатами неокласики.

У більшості напрямів неінституціоналізму основна увага звертається на правові аспекти економічного життя. Відповідно до контрактної (договірної) парадигми неінституціоналізму, будь-які відносини між людьми розглядаються як взаємовигідний обмін, що закріплюється певними зобов'язаннями сторін. Саме способи регламентації договірних відносин визнаються найважливішою економічною інституцією [5].

Але єдиної класифікації інституціональних теорій до цього часу так і не склалося, і тому намагання врахувати наявність різноманітних підходів та взаємозв'язків між ними викликає певну складність при висвітленні проблем інституціональної економічної теорії. Сьогодні неінституціоналізм становить цілу сукупність підходів, об'єднаних декількома спільними базовими ідеями.

Отже, сучасне й минуле теоретико-методологічних постулатів економічної науки свідчить про її інноваційну спрямованість. Динамізм тенденцій у розвитку економічної теорії з подальшою адаптацією теоретичних надбань до практичної дійсності вимагає від науковця новітніх розробок. Саме тому ми звертаємо увагу на дослідження інституціоналізму як провідного принципу розвитку сучасної вітчизняної економіки.

Література

1. Білінська Я.В. Інституції та економічний розвиток// Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 2. – С. 36 – 49.
2. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело, 1994. С. 655–658.
3. Бодров В. Державне регулювання трансформаційних процесів в економіці: інституціональний підхід // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 2002. – № 3. – С. 55-68.
4. Економічна енциклопедія: У 3 т. — К.: Академія; Т.: ТАНГ, 2001.
5. Злупко С.М. Основи історії економічної теорії: Навч.посібник. – Львів: видавничий центр ЛНУ ім.Івана Франка, 2001. – 616 с.
6. Кіндзерський Ю. Інституціональні аспекти відтворення у контексті структурних трансформацій // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 4-12
7. Новицький В. Інституціоналізм у діалектиці сучасного економічного розвитку // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 49-58.

**REGULATION IN BANKING SPHERE,
AS AN EXAMPLE OF PERFECTION OF CONTROLLING THE PROCESS
OF RISK AMONG GEORGIAN COMPANIES**

Key Words: Risks, Risk Management, Banking Supervision, Basel Committee, National Bank, Commercial Banks.

There are two opposing poles with respect to the risk control; on the one hand, it is the position of banks and insurance companies, and, on the other hand, other creators of Georgian economics. Banks together with insurance companies are the only economic subjects, where the risk management has a systemic image. The Permissible level of risk is counted in banks and insurance companies; researches about the risk are generated according to several directions for which there are created different structural institutions: the credit risk committee, the operation risk committee, the asset and obligation committee, the currency committee, and the committee of audit. An investigation of the investment and even basic risks is a very rare event on a nonbanking pole.

What is the cause of this variation?! The best way to control risk is everyday reports, which are composed by the tens of different data. The issue of everyday records is well arranged in the banks, which makes received information of banking sector more reliable and diverse, that cannot be said about the companies in the other spheres. The condition of risk management, in the banks or the other sphere, is depended on the education of person, and is responsible on the risk evaluation. We should mark, that the most educated staff in Georgia is mobilized on the banks.

An organization of banking and workforce politics are two important preconditions for a successful risk management, however, they represent certain results of acting factors on the banking sphere in which there are:

- The National Bank: the only strong regulator even among nonbanking sphere companies.
- Involvement of foreign countries' capital in the majority of commercial banks: according to the condition of July, 2016, 18 banks (from the September of 2016, 18 commercial banks were left in Georgia. In September 2, by the order of Georgian national bank's vice-president Joint-stock company, Caucasus Development Fund – Georgia, the banking license was canceled [1]) are by foreign capital participation out of 19 active commercial banks [2] in Georgia. The presence of foreign capital produces one more supervisor to the company. Furthermore, it also generates the increase of requested information, analyzing variable, recognizing risks and their effective management probability growth.
- Active cooperation with international financing organizations: compared to other sectors of economics, banking sector more actively collaborates with the in-

ternational financing organizations. International financing organizations create rigorous demands for the relationship with them, which makes more accurate controlling systems of companies and the risk management either.

- Taking their own shares on international exchange: some commercial banks have taken their shares on international exchanges (2 from 18 commercial banks, approximately 11%. Except of some rare exclusion, this variable for other spheres is almost zero. History of the activity of Georgian companies on the international exchange: the first Georgian company was the Bank of Georgia, which entered the London Stock Exchange Fund in November 2006. TBC bank made the same accomplishment in June 2014. In May 2012, Georgian Oil and Gas Corporation located 250 million dollar euro-obligations in 6, 875% on London Stock Exchange Fund. Georgian Health Group actions went on London Stock Exchange Fund in November 2015 [3]). Their financial accounts are not only intended for internal (Georgian) market, but also for foreign, international subjects, who use the most qualified staff for information analysis. They are, precisely, the one whom we should convince that investing here is safe (that requires the high level of risk management). There are also demands of exchange, which form more obligations for the perfection of the risk management.

It is not difficult to observe that all items among this list are referred to the “requirement”. We mean: the requirement from regulatory organs, from partners, potential shareholders, or creditors and so on. The demand is stimulating mean of the perfection. If we say, that Georgian business has problems, that the Georgian entrepreneurs, do not have enough education, cannot cope with the risks, and cannot manage investing processes, what would be the mode to solve this problem?! Certainly, it would be making the proper “requirements” from private and public sector. These requirements not to cause a backlash and provoke stagnation and regression instead of the progress, the prudence is necessary, for the beginning to choose and inculcate approved methods. This is exact reason why the object of our observation has become the banking sphere. There are several “requirements” for this sphere from various groups of society. However, in the following article we will be talking about only one part of that diversity, that is the state “requirements”, or the regulations of the national bank.

It has been a long time since the national bank of Georgia realized standard procedures of banking supervision, which is usual for the national banks in any kind of country. Nevertheless, the main guide of its actions has become the documents of the banking supervision Basel committee’s “Basel II” and “Basel III”. It is important to note that these documents are more adjusted on the risk profile of the commercial banks [4].

In 2012, the national bank of Georgia has elaborated renewed regulations of the capital adequacy, which is based on the documents of banking supervision Basel committee’s “Basel II” and “Basel III”. The renewed point of view was more adjusted on the risk profile of commercial banks. Likely, more supervising capital was demanded from commercial banks having higher risk activities. The restored frame of capital adequacy was composed from the following main components:

- Standardized point of view of “Pillar I”, which means calculating minimal supervising capital with standardized formula by the commercial banks.

- “Pillar II”, where commercial bank makes identification of material risks according to its own risk profile and calculates an amount of basic capital. “The process of evaluating internal capital adequacy” is graded within “the process of supervising examination and evaluation”.
- “Pillar III”, regulates transparency rules of significant quantitative and qualitative information about the risks by the commercial banks.

Calculating the minimal supervising capital among “Basel II/III” and “Pillar I” by the commercial banks has changed several directions of the existent capital’s adequacy frame. There can be picked the following relevant changes:

- Definition of the capital’s instruments has changed meaningfully, which has been examined as a part of supervising capital. When the old frame emphasized on the accounting name of instrument for participating in supervising capital, the principle of reestablished “Basel III” determined an evaluation of instruments according to common concrete criteria. It might be composed of criteria based on the subordination, maturity, obligation of paying dividends, terms of request, increase on interest rates and so on;
- It became possible to use ratings of acknowledged rating companies for calculating weighed actives according to risks;
- It became attainable to weigh 75 percent and 35 percent risk weight of retail and property loans in case of satisfying various prudential requirements;
- Supervising capital was demanded to commercial banks for the operating risks;
- Commercial banks were allowed to foresee the credit risk mitigation (for example, maintaining loan) for adjusting aims of weighed risk positions according to risk.

In 2014, Pillar I and II components of capital adequacy frame based on Basel II/III were fully activated. The restored regulations were initiated in 2013 and for the beginning it connoted only obligation of accounts, from the second half of 2014 securing its demands is compulsory for every acting commercial banks in Georgia.

Pillar I of Basel II/III is more based on the risks than the documents of Basel I. The commercial banks are entailed minimum capital for credit, stock and operation risks within its limits and consider high level instruments of mitigation. They implement accounting within restored and present frames for the following moment. For the next three years, the minimal demands of Basel I are going step by step to be reduced and finally replaced by the frame of Basel II/III.

The Commercial banks, within Pillar II of Basel II/III, make identification of risks according to their own risk profile and calculate amount of necessary capital. Unlike Pillar I, which presents the uniform methodology for every bank, Pillar II gives us a probability to calculate economic capital, that is more fitted on the bank risks and in case of its materialization accords assessment of necessary capital for concealing the loss. In 2014, commercial banks demonstrated the results of internal capital adequacy process (ICAAP), which is subordinated by the process of supervising examination and appraisal of the national bank of Georgia.

In 2014, the national bank elaborated an instruction of individual capital demand’s determination for the banks, which, in the following year, is going to be used for accounts and calibration. According to this instruction, the total capital demand is defined by the

minimal demand of Pillar I and buffers of Pillar I and II. These include the conservation, countercyclical, systemic, stress- tests, concentration buffers and additional demands within the common program of evaluating risks.

In 2014, activated common program's pursuit rule (GRAPE) of the risk evaluation that aims to formalize risk oriented supervising process of the commercial banks. It gives us a clue about description of diverse components of supervising continuous cycle, which is based on the risks, and responsible structural variables. The common evaluation program of the risks unites risk identification, their analysis and assessment on various paces, the total periodic grading and the steps of supervising activities. An indivisible part of the program within Pillar II is the appraisal of banks' internal capital adequacy and stress-tests. In the program a supervisor defines supervising activities based on the risks. With the development of the supervising frame, the national bank of Georgia signifies evaluation of his implemented directing reforms, expedience of the current practice and correspondence with the best international practice. In 2014, especially significant, according to that point, became the "Financial Sector Assessment Program" (FSAP) prepared by the mutual mission of the International Monetary Fund and the World Bank.

The following mission has appraised, in detail, supervising attitudes of the national bank of Georgia and concluded that national bank, by keeping important reforms and conservative attitudes, has introduced a comprehensive, advanced and risk oriented supervising frame, which is oriented on the identification of risks on the primary phase and the most effective allocation of resources. Therefore, according to the following mission, supervising practice of the national bank of Georgia corresponds (with high quality) with Basel committees' "Core Principles for Effective Banking Supervision" [5].

In the report, the experts are claiming that the frame is an all-embracing, because it assesses all the potential banking risks; it is oriented on the future, because it includes all the elements like stress-tests, business model, corporative management, plans of managing capital and crisis; oriented on risks, because it emphasize on the most important risks.

It is remarkable, that the following mission has positively assessed innovative practice of the national bank in different spheres. In detail, in conclusive document it is emphasized that the attitudes of the national bank is a leading practice, which could be taken as an example for other developed countries either. Especially, they are leading supervising instruments introduced by the national bank, supervision practice of credit risk, macro prudential supervising frame and so on.

According to the following mission, qualification of supervision is impressive, which is the precondition of the reforms and the effective implementation of complex issues. However, according to the research about payment, the high competitive fee in banking sector remains to be the outstanding provocation for the banks. According to the evaluation of this team, to maintain the strong supervision and the frame regulation, it is inevitable the rate of wages to become in the correspondence with the norm of the organic law about the national bank of Georgia, which says that the salaries of bank workers has to be conformable with the level of wages in the banking system of Georgia (article 19. the wages of national bank personal).

In 2015 in the supervising process followed with the risk evaluation, for the assessment of the risk management function in commercial banks and its encouragement for handicap has been spending significant supervising resources. The following appraisal

included determining the adequacy of supervisory board, management and internal control system, how much that established practice in banks does correspond with the bank's risk profile, size, and the best international practice. They especially emphasize on the evaluation of the risk management function well-being, how much it can adequately assess credit risks and balance the direction of sales.

In 2015, an instruction of capital determination for concentration risks activated within the process of supervisory overview of Pillar II of Basel II/III. This guideline is a step forward for concentration risk management.

In 2015, there were continued working on 2014-initiated changes intensively, which involves to install the quantitative (of financial coefficients) variables, to classify actives, for identification of the standard-type loans. The implementation of the following significantly will encourage more adequate management and quality improvement of the system's credit portfolio, with respect to the unhedged borrower either. The national bank of Georgia is working on the various ways of its implementation, also in the frame integration of stress-tests.

To the response of the loans' increasing toughness acts an important legislative change, according to which credit information bureaus better include information about nonbanking sector. This is important to outline the real solvency of the borrower, objectively to distribute the management of credit risks and the credit resources.

The determined capital, within the Pillar II of Basel II/III, must include all enough capital amount for all material risks of the banks. To accomplish that, the national bank of Georgia develops an attitude respectively, which guarantees integration of the supervision stress-tests of the capital adequacy frame in Pillar II. The conducted stress-tests among the level of a whole bank (Enterprise-level stress) give an opportunity to assess an influence on banks of the economic systematic and sector shocks and idiosyncratic facts; and define the volume of the necessary capital of the following scenario. It is necessary to integrate the supervision stress-tests of Pillar II with the exclusion of capital's double demand of the same risk. Likely, among the supervision stress-tests the demand of counted capital is measured with the amount that prevails over the total demand of conservation and counter cyclic buffers. The national bank of Georgia plans to continue working on the improvement of the capital adequacy frame of Pillar II.

In 2015-2016, the bank supervisory committee of Basel has finished working on the Pillar III of Basel II/III, which aims to improve the transparency. Among the following Pillar, the commercial banks are obliged to publish the quantitative and qualitative information about elements of capital, the weighed actives with respect to the risks, the remittance of the highest management, and the other material issues. For the 2016, the national bank of Georgia plans to elaborate the regulation about the transparency demand of commercial banks according to the capital adequacy frame of Pillar III [6].

To conclude, what can be shared by Georgian commercial sector from the experience of the national and commercial banks are the following:

1. The companies must become accountable to form an identification of the material risks and count the necessary capital to ensure them;
2. Qualitative and quantitative information about companies' risks must become transparent.
3. Inculcate preventive arrangements, _ we should not forget that any kind of regulation limits the freedom, which is adored by the business. We should moderate

the demands in order not to worsen the investment environment. It is impermissible to forbid investors to enter in the market and threaten them with sanctions, if they do not represent the master plan in stress-situations, calculation plan on the obligation within crisis and so on. However, we can request to fill the standard questionnaire (like the annual declaration) with the help of the local administration board organs, or other state institutions (the public register, the revenue service), where questions will be about their reactions on the different-sized inflation, political fluctuations, various types of market collapses and so on. This questionnaire will have preventive character and will aim to prepare the entrepreneurs for the future risks. It will include the questions, which should be asked by an experienced entrepreneur;

4. The most important that should be taught by the bank experience is the formation of multiple analyzing information. We should be able to encourage that kind of information formation; we should make entrepreneurs get used to observe details, even if it seems minor at first glance. This kind of work is not obligatory to be held only for the medium-sized and big business, the same can be accomplished in the same startups.

References

1. License for banking activity of the Caucasus deployment bank – Georgia has been cancelled: [Electronic resource] // National Bank of Georgia, 02.09.2016. – The mode of access: <https://www.nbg.gov.ge/index.php?m=339&n&newsid=2929&lng=eng>. (10.09.2016)
2. Bulletin of monetary and bank statistics of Georgian national bank №208, January-July, 2016, page 23. (10.09.2016)
3. The preparation of the Nikora to the international stock exchange. 21.03.2016 // http://commersant.ge/?m=5&news_id=34438&cat_id=6http://commersant.ge/?m=5&news_id=34438&cat_id=6. (10.09.2016)
4. Annual report 2012, National Bank of Georgian page 70 (10.09.2016)
5. Annual report 2014, National Bank of Georgian page 68 (10.09.2016)
6. Annual report 2015, National Bank of Georgian page 75 (10.09.2016)

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ключові слова: корпоративна культура, мотивація, персонал, управління персоналом, система управління персоналом.

Успіх будь-якого підприємства залежить більшою мірою від ефективності праці працівників, яка в свою чергу залежить від ефективності мотивування їх праці. В багатьох галузях на сьогоднішній день витрати на персонал можуть перебільшувати всі інші види витрат. Тому збільшення віддачі на вкладені в персонал засоби стає першочерговим завданням для всіх підприємств.

Мотивування працівників полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи і форми впливу на інтереси, діяльність працівників з метою максимального використання їх. Персонал займає ведуче місце в системі керування підприємством [1].

Мотивація є невід'ємним та обов'язковим інструментом управління персоналом. Вона є одним з головних факторів, що визначає відносини між співробітниками і підприємством. Система мотивації узгоджує різноманітні інтереси найманих робітників та роботодавців. Тобто, мотивація сприяє утворенню спільності інтересів з метою ефективного функціонування підприємства в цілому. Система мотивації об'єднується в п'ять відносно самостійних елементів: матеріальне стимулювання, поліпшення якості робочої сили, вдосконалення організації праці, залучення персоналу в процесі управління і нематеріальне стимулювання. Оплата праці безумовно відіграє велике значення як один із елементів мотивації персоналом, проте постійне зростання її рівня не сприяє як підтриманню активності на певному рівні, так і росту виробництва праці в цілому. Застосування цього методу може бути корисним щодо досягнення короткострокових підвищень у виробництві праці. Зрештою відбуваються певні накладки або звикання до цього виду впливу. Одноманітний вплив на персонал лише грошовими методами не може привести до довгострокового підвищення виробництва [2].

Дослідженням проблем мотивації персоналу займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Г. Гант, Ф. Гілберт, А. Маслоу, Л. Портер, С. Бандура, Д. Богиня, М. Генкін, Г. Дмитренко, С. Занюк, А. Колот та інші. Однак питання стану системи мотивації працівників на вітчизняних підприємствах є недостатньо висвітленими [3].

Дослідженням корпоративної культури, як важливого чинника управління персоналом, а отже і ефективним функціонуванням організації в цілому, займали-

ся різні науковці і практики. Серед російських та українських вчених відомі праці Алпеевої Т. М., Виханського О. С., Гаєвського Б. А., Голікова В. І., Давидова Ю. Н., Задохайла Д. В., Кібенка О. Р., Красовського Ю. Д., Назарової Г. В., Палеха Ю. І., Палиги Є. М., Резанова Н. С., Рей С. А., Співака В. А., Чечетова М., Шеремети О. та ін. Серед зарубіжних авторів дослідженнями цієї проблематики займаються К. Камерон К., Куїнн Р. та інші [4].

За сучасних трансформаційних ринкових перетворень проблема мотивації персоналу та формування ефективного мотиваційного механізму, зокрема відіграють вирішальну роль в процесі управління персоналом на підприємстві, і все більше уваги приділяється удосконаленню саме корпоративної культури, як основному фактору впливу, тому ця проблема дуже актуальна сьогодні.

Основним динамічним параметром мотивації є її дієвість, яка визначається тим, якою мірою внутрішні мотиви людини до діяльності збігатимуться із запропонованими стимулами. При побудові системи мотивації необхідно виходити саме з принципу досягнення оптимальної відповідності між засобами внутрішньої та зовнішньої мотивації. Це означає, що система мотивації повинна бути конкретною, адаптованою до умов певної організації.

Персонал на підприємстві повинен бачити перспективу для організації в цілому і для зв'язків організації з зовнішнім середовищем. Менеджери мають знати не просто свою власну роботу, але і те, як їх власна робота і робота інших членів організації впливає на цілі, які організація прагне досягти. Вони повинні приймати до уваги вплив зовнішнього середовища на організацію, і навпаки. Використання теорії систем до управління полегшило керівникам завдання побачити організацію в єдності складових її частин, які тісно переплітаються із зовнішнім світом. З цих позицій дієвість можна визначати як ступінь досягнення системою поставлених перед нею цілей, ступінь завершення «потрібної» роботи. Для оцінки ступеня дієвості необхідні щонайменше три критерії: 1) чи робимо ми «потрібні» речі згідно з попередньо визначеними вимогами (якість продукції/ послуг), 2) чи робимо ми всі «потрібні» речі? (кількість), 3) чи робимо «потрібні» речі вчасно? (своєчасність).

Слід враховувати, що підвищення дієвості мотиваційних факторів може відбуватися за рахунок залучення певних виробничих ресурсів, використання яких повинне бути раціональним, тобто таким, яке б забезпечувало досягнення мотиваційних цілей, але не призводило до погіршення інших результатів діяльності підприємства.

Корпоративна культура на підприємстві виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації.

Корпоративна культура як основа формування мотивації персоналу на підприємстві сприяє розвитку у працівника самовіддачі. І якщо працівники самі ставлять перед собою цілі та роблять все можливе для їх реалізації, вони будуть працювати більш плідно та енергійно. Якщо ж і керівник приділяє цьому увагу та формулює зі співробітниками цілі, досягнення яких піддається виміру за рівнем і термінами виконання, це значно збільшує продуктивність праці відділу або підприємства в цілому. Як наслідок відбувається підвищення ефективності стратегічного управління підприємством.

Література:

1. Корпоративна культура як основа формування мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством [Електронний ресурс] / І.С. Гращенко, І.П. Гуца, С.Є. Лавринюк // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 46-51. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
2. Ведерніков М. Д. Доцільність застосування зарубіжного досвіду мотивації персоналу на українських підприємствах / М. Д. Ведерніков, М. І. Зелена // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2013. – №5. – Т.1. – С. 18 – 31.
3. Базалійська Н.П. Стан системи мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах / Н.П. Базалійська, М. П. Казановська // Всеукраїнський науково-виробничий журнал.–2013.– № 43 – С. 103-105.
4. Волянська-Савчук Л. В. Стан корпоративної культури на машинобудівних підприємствах Хмельницької області // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету.Економічні науки, вип.. 25. – Кіровоград: КНТУ, 2014. – С. 116-12.

