

сторонами діалогу, відкритість процесу спілкування та звільнення від будь-яких ідеологічних або політичних упереджень.

Бібліографія

1. Про соціальний діалог в Україні : Закон України від 23 грудня 2010 року № 2862-VI // Відом. Верх. Ради України. – 2011. – № 28. – Ст. 255.

2. Прохоровська С.А. Формування і регулювання соціально-трудова відносин інноваційної зайнятості /С.А. Прохоровська // Вісник Східноук-раїнського націо-нального університету ім. В. Даля. [наук. журнал]. – – Луганськ : вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – № 7(196) – С. 178 – 182.

3. Сорочишин М.В. Розвиток соціального діалогу в Україні в сучасний період / М.В. Сорочишин // Актуальні проблеми права: теорія та практика. Збірник наукових праць №19. - Луганськ : Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2011. - С. 509-514.

4. Соціальний діалог на ринку праці України. Науково-методична розробка / Розроб. В.І. Жуков. - К.: Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України (ІПК ДСЗУ), 2007. – 28с.

Роман ПРОЦЬ

Тернопільський національний економічний університет, Україні

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ

На сьогоднішній день питання фінансової безпеки підприємства викликає все більшу зацікавленість при реалізації нових підходів до управління. Зазначимо, що фінансово-економічні кризи негативно впливають на потенціал підприємства: скорочуються (або взагалі припиняються) інвестиції у процесні і продуктові інновації, старіє і зношуються основні засоби, виснажуються науково-технічні заділи, звільняються найбільш кваліфіковані і молоді працівники. Перед підприємствами виникає актуальне завдання внутрішньої самооцінки і прогнозування свого стану з погляду виконання властивих їм виробничих функцій, уживання заходів захисту цих функцій, тобто забезпечення фінансової безпеки виробництва від різних проявів зовнішнього і внутрішнього походження, що впливають на потенціал підприємства, створення системи моніторингу індикаторів безпеки, обґрунтування і встановлення їх граничних значень, уживання заходів протидії загрозам.

Зауважимо, що проблеми власної фінансової безпеки виникають перед кожним підприємством не тільки в кризові періоди, але і при

здійсненні господарської діяльності в стабільному економічному середовищі. Тому комплекс розв'язуваних при цьому цільових задач має істотне розходження.

При розгляді фінансової безпеки будь-якої економічної системи будь-якого рівня необхідно виходити з її здатності протистояти небезпекам і загрозам для стабільного функціонування та досягнення поставлених цілей. А це неможливо без формування відповідної системи фінансової стабільності підприємства. Метою такої системи є досягнення максимальної стабільності функціонування підприємства та створення умов для подальшого фінансово-економічного розвитку шляхом попередження внутрішніх і зовнішніх загроз.

Загроза фінансової безпеки може бути визначена як збиток, інтегральний показник якого характеризує ступінь зниження економічного потенціалу за визначений проміжок часу. Під загрозою розуміється сукупність умов, процесів, факторів, що перешкоджають реалізації національних економічних інтересів або створюють небезпеку для них і суб'єктів господарської діяльності.

Систему фінансової безпеки суб'єкта господарювання можна представити у вигляді структури з двох блоків: фундаментальний та організаційно-економічний. Фундаментальний блок системи фінансової безпеки включає мету, предмет, об'єкт, цілі та завдання, принципи, функції, стратегію та тактику діяльності підприємства. Наступними блоком системи є організаційно-економічний, яким менеджери можуть управляти для забезпечення належного рівня фінансової безпеки. У цьому блоці системи фінансової безпеки підприємства виокремлюють такі підсистеми: підсистема діагностики, підсистема управління, підсистема контролю та оцінювання результатів, підсистема фінансових важелів та методів забезпечення фінансової безпеки та підсистема інформаційного забезпечення.

Зазначимо, що важливою підсистемою на яку варто звернути увагу є підсистема контролю, а саме її складова – антикризові заходи. Тому актуальним є питання запровадження антикризового фінансового управління підприємством, що дозволить підвищити рівень його фінансової безпеки, ступінь ефективності та стабільності діяльності.

Уразливість підприємства – це показник, що характеризує ступінь його схильності зовнішнім і внутрішнім небезпекам, тобто ступінь його незахищеності. У більш загальному виді: «Уразливість – властивість будь-якого матеріального об'єкта природи, техніки або соціуму втрачати здатність до виконання природних або заданих функцій у результаті негативних впливів небезпек визначеного походження й інтенсивності». Керованість підприємства – це комплексна характеристика його

здатності реагувати на цілеспрямований вплив.

Суть антикризового фінансового управління підприємством полягає в тому, що заходи щодо запобігання кризовій ситуації повинні бути вжиті ще задовго до настання такої ситуації. За умов сучасного розвитку ринкових відносин постійний моніторинг за факторами виникнення банкрутства на будь-якій стадії життєвого циклу підприємства дозволить заздалегідь виявити кризову ситуацію, що насувається, тим самим скоротивши час і витрати на її запобігання. Тому елементи антикризового управління мають бути запроваджені як на успішно-функціонуючих підприємствах, так і на тих, які опинилися у фінансовій кризі.

Отже, антикризове фінансове управління має стати невід'ємною складовою управління сучасним підприємством і становити систему заходів, спрямованих не тільки на вихід підприємства з фінансової кризи, але й на запобігання виникненню такої ситуації. Таким чином, застосування антикризового управління на підприємстві є необхідною умовою його нормального функціонування, діагностування і виявлення його негативних тенденцій, а також є невід'ємною складовою системи фінансової безпеки підприємства.

Оксана СВИСТУН

Тернопільський національний економічний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сучасному етапі господарювання неможливо уявити ефективну діяльність підприємства без застосування різних прийомів маркетингових комунікацій. Маркетингові комунікації допомагають виробникам, підприємцям, бізнесменам встановити зв'язок зі споживачами, донести їм інформацію про саму фірму, діяльність підприємства, про корисність продукції чи послуги, повідомити про основні характеристики продукції, створити позитивний імідж, а, отже, є інструментом формування конкурентних переваг товару та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Проблема використання маркетингових комунікацій на підприємстві нині є дуже актуальною. На вітчизняних підприємствах маркетингові комунікації не розвиваються дуже ефективно. Як правило, такі підприємства не мають чіткої системи планування та контролю комунікаційної політики, не мають чітко окреслених комунікаційних програм, у них відсутнє інформаційне забезпечення всіх сфер діяльності компанії, а також існує проблема суб'єктивного оцінювання ефективності реалізації комунікаційної політики. Саме тому одним із головних завдань кожного підприємства є збалансування між собою всіх засобів