

Висновок. Метою санації є – покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, поновлення ліквідності та платоспроможності підприємства, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничо-технічного характеру.

Розрізняють два види санації: Санація зі збереженням існуючого юридичного статусу підприємства-боржника; Санація зі зміною організаційно-правової форми та юридичного статусу санованого підприємства. Санація вважається успішною, якщо з допомогою зовнішніх та внутрішніх фінансових джерел, проведення організаційних та виробничо-технічних удосконалень підприємство виходить з кризи (нормалізує виробничу діяльність та уникає оголошення банкрутства) і забезпечує свою прибутковість та конкурентоспроможність у довгостроковому періоді.

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Мищенко І. В., студент

*Науковий керівник: Водолажська Т. О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Протягом останніх років в академічних дослідженнях зарубіжних учених все більше уваги приділяється теорії зацікавлених сторін – своєрідній альтернативі неокласичної економічної теорії управління підприємством.

«Стейкхолдери» (від англ. Stakeholder) буквально: «власник частки (одержувач відсотка); утримувач закладу»; у вузькому сенсі слова: те ж, що і shareholder (акціонер, учасник), тобто особа, яка має частку в статутному (складеному) капіталі підприємства; в широкому сенсі: одна з фізичних або юридичних осіб, зацікавлених у фінансових та інших результатах діяльності компанії. Стейкхолдер – ринковий суб'єкт, який має інтерес до діяльності підприємства чи до деяких напрямів його діяльності, але цей інтерес не базується на бажанні отримати чистий дохід [1].

Одним із перших ідею врахування інтересів зацікавлених сторін в управлінні компаніями сформулював відомий економіст Р. Фрімен у 1984 р., який доводив, що стратегічне управління фірмами приватного сектору може бути набагато ефективнішим і результативнішим, якщо менеджери почнуть ураховувати інтереси різних зацікавлених сторін. Іншими словами, Фрімен стверджував, що акціонери отримають набагато більші вигоди у довгостроковій перспективі, якщо інтереси інших зацікавлених сторін (споживачів, постачальників, менеджерів, робітників тощо) не залишатимуть без уваги. На його думку, тільки у злагодженій багатовекторній політиці управління можна знайти відповідь на загрози, які створює сучасне ринкове середовище, що прямує до глобалізації і невизначеності.

Зацікавленою стороною, за визначенням Фрімена, може бути будь-яка група чи особа: яка сама може впливати на досягнення цілей організації, на яку впливає досягнення цілей організації.

Отже, всі групи чи особи, які мають відношення до фірми, є зацікавленими сторонами, а керівництво компанії має враховувати інтереси не тільки акціонерів, але й інших груп осіб та організацій [2].

Співпраця зі стейкхолдерами означає залучення основних груп заінтересованих сторін до розвитку і впровадження політики підприємства, вона розглядається як інструмент сприяння ефективній комунікації між підприємством, урядом, громадськими організаціями, науковцями та іншими групами суспільства. Підприємство повинно інтегрувати залучення стейкхолдерів до всіх релевантних політик та процесів задля побудови стратегії розвитку підприємства (бачення, місії, цінностей) та операційного управління.

Зараз в розвинених країнах вже чітко визначено основи системи відносин між головними дійовими особами корпоративного управління (акціонерами, менеджерами, директорами, кредиторами, працівниками, постачальниками, покупцями, державними чиновниками, жителями місцевих громад, членами громадських організацій і рухів). Така система створюється для вирішення трьох основних завдань корпорації: забезпечення її максимальної ефективності, залучення інвестицій, виконання юридичних і соціальних зобов'язань.

Прийнято поділяти усіх стейкхолдерів на внутрішніх (керівництво, працівники, власники, спонсори) та зовнішніх (державні регулятивні, законодавчі органи, правові, судові та політичні установи, а також конкуренти, місцеве населення, ЗМІ). Крім того, є групи, що знаходяться між внутрішніми та зовнішніми сторонами, до яких перш за все слід віднести клієнтів і постачальників [3].

Інтереси стейкхолдерів можуть вступати в суперечність один з одним, отже, «зовнішніх і внутрішніх партнерів» господарюючого суб'єкта можна розглядати як єдине суперечливе ціле, рівнодіюча інтересів частин якої буде визначати траєкторію еволюції організації.

Тенденції залучення стейкхолдерів показують, що все більше генеральних директорів враховують думку різноманітних стейкхолдерів при прийнятті своїх рішень щодо діяльності підприємства. Також можливо розглядати, що стейкхолдери і корпоративні відносини з ними чітко впливають на те, як сприйматимуть організацію і новини про неї суспільство. До того ж, сьогодні чимало організацій зазначають зростання кількості груп стейкхолдерів. Частково це пов'язано з тим, що організації або компанії розширюють свої представництва і сфери діяльності, а частково з бажанням різних груп стейкхолдерів збільшити свій вплив на саму компанію. Оскільки організації розвиваються та стають все більш глобальними, а структура складною, то відмічаємо, що систематичний підхід до виявлення і реагування на проблеми заінтересованих сторін має важливе значення для майбутнього успіху.

На мою думку заінтересовані сторони є невід'ємною частиною, в корпоративному управлінні для майбутніх успіхів підприємства. Те, що можливо дізнатися від участі заінтересованих сторін є важливим внеском у

стратегію розвитку, тим самим є гарантія, що майбутні заходи проводяться у відповідальній манері і що ключові інтереси стейкхолдерів прийняті до уваги. Це, в свою чергу, допомагає визначити напрями діяльності у бізнес-одиниці і в географічних регіонах, і допомагає створенню формалізованих партнерських відносин з клієнтами, постачальниками, технологічними партнерами.

Література.

1. Арефьева О.В. Інтереси стейкхолдерів в організаційному забезпеченні стратегічного управління фінансовим потенціалом підприємств / О.В. Арефьева, П.В. Комарецька // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №9. – С. 80.
2. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman. 1984.
3. Шершньова З.Є. Управління корпораціями: навчальний посібник / З.Є. Шершньова, А.Є. Черпак. – Київ: КНЕУ, 2011. – 550 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРІВ АТП ЗА ДОПОМОГОЮ ФВА

Місєвра Д. А., студент

Науковий керівник: Ачкасова Л. М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Раціональний поділ праці повинен знайти відбиток у технології виконання функцій управління. З цією метою розробляються типові рішення оптимальних варіантів закріплення відповідних робіт за окремими працівниками.

Щоб у роботі персоналу управління не виникало вузьких місць, необхідно чітко встановлювати межу компетенції кожного працівника, маючи на увазі самостійне прийняття ним рішень, що відносяться до його службових обов'язків, і пов'язані з використанням відповідних документів.

ФВА системи управління підприємством - метод техніко-економічного дослідження функцій, направлений на пошук шляхів вдосконалення і резервів зниження витрат на управління на основі вибору економічних і ефективних способів здійснення функцій управління з метою підвищення ефективності виробництва і якості продукції.

У процесі аналізу функцій управління вивчалися:

- відповідність цілей керованого об'єкта змісту робіт за функціями управління;
- зміст робіт кожної функції за рівнями управління; розподіл функцій управління за підрозділами;
- розподіл прав і обов'язків між працівниками апарату управління; зв'язку функцій управління.

Методика ФВА передбачає вартісну оцінку функції, визначення рівня якості здійснення розглянутих функцій, визначення міри значущості (важливість) кожної функції.

У ФВА виділяються функціонально-необхідні і функціонально-зайві витрати. Витрати, абсолютно необхідні утворюють «корисну вартість».