

Ставлення партнерів до АТП розглядається по трьом напрямленням: задоволеність ціною, послугою та обслуговуванням. Оцінку взаємовідносин доцільно буде провести шляхом анкетування партнерів.

Оцінку міжорганізаційних взаємовідносин АТП з індивідуальними партнерами доцільно запропонувати одним з найбільш зручних способів побудови узагальненого відгуку функція бажаності Харрінгтона [6]. В основі побудови цієї узагальненої функції лежить ідея перетворення натуральних значень приватних відгуків у безрозмірну шкалу бажаності або перевагу. Шкала бажаності відноситься до психофізичної шкали. Її призначення - встановлення відповідності між фізичними та психологічними параметрами. Тут під фізичними параметрами розуміються можливі відгуки, характеризують функціонування досліджуваного об'єкта.

Серед них можуть бути естетичні і навіть статистичні параметри, а під психологічними параметрами розуміються чисто суб'єктивні оцінки експериментатора бажаності (перевагу) того чи іншого значення відгуку.

Таким чином, запропонована методика оцінка рівня міжорганізаційних взаємовідносин підприємства з кожним індивідуальним партнером, яка, на відміну від інших існуючих, базується на використанні узагальненої функції бажаності Харрінгтона.

Література.

1. Балабаниц А.В. Интегрированное управление маркетинговым взаимодействием: императивы, методология, механизмы: монография / А.В. Балабаниц. – Донецк: ДонНУЭТ, 2010. – 509 с.
2. Єгорова Н.Є. Підприємства і банки: взаємодія, економічний аналіз, моделювання / Н.Є. Єгорова, А.М. Смулов - М.: 2002 -397с.
3. Fishbein, M. A behavior theory approach to the relations between beliefs about an object and the attitude toward an object. Readings in Attitude Theory and Measurement / M. Fishbein - New York: 1967. - P.389-400.
4. Ford D. Managing Business Relationships / D. Ford – London: Industrial Marketing Management, 1998. – 256 p.
5. Штерн Л. Маркетинговые каналы / Л. Штерн; [пер. с англ]. – М.: Вильямс, 2002. – 624 с.
6. Harrington E. C. Jr. The desirability Function / E. C. Jr. Harrington –N.: 1965. – 498 p.

ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙТИНГУ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Максимюк Г. М., аспірант, асистент
Науковий керівник: Дмитрієв І. А., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сучасних умовах невизначеності, ризикованості та динамічності ведення господарської діяльності, яким притаманно загострення конкурентної боротьби

персонал підприємства стає одним із головних чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємства, та при налагодженій системі управління персоналом може виступати одним із найбільших конкурентних переваг підприємства. На різних стадіях управління персоналом менеджера необхідно оперувати великими об'ємами інформації задля прийняття управлінських рішень. В якості одного з інформаційних засобів, який в максимально короткий термін в компактній та місткій формі дає можливість отримати необхідну інформацію про будь-яку сторону діяльності персоналу, можуть виступати рейтинги. Застосування рейтингів в системі управління персоналом підприємств допоможе стисло та комплексно характеризувати персонал та перспективні тенденції у змінах показників діяльності на різних етапах управління. Рейтинги можуть відігравати роль своєрідного орієнтира в прийнятті управлінських рішень, а поточний показник рейтингу та динаміка його змін бути критеріями для збереження, розвитку або закінчення взаємовідносин.

Рейтинги є достатньо поширеним інструментом та застосовуються в різноманітних сферах:

- ✓ оцінці успішності країн за різними показниками (легкість ведення бізнесу (Doing Business), індекс людського розвитку та ін.);
- ✓ діяльності банків (рейтинг Міністерства фінансів України, Українського кредитного рейтингового агентства, міжнародні рейтинги Fitch Ratings, Standard&Poors та ін.);
- ✓ страхових компаній (рейтинг надійності страхових компаній за версією журналу Forbes, різноманітні рейтинги страхових компаній за версією сайту Forinsurer.com та ін.);
- ✓ політиці (рейтинг довіри, впливовості та ін.);
- ✓ спорті (рейтинг команд, спортсменів та ін.);
- ✓ оцінці діяльності підприємств (лідери галузі та ін.);
- ✓ оцінці діяльності регіонів країни (рейтинг економічного розвитку регіонів та ін.);
- ✓ оцінці діяльності ВНЗ (рейтинг діяльності викладачів, студентів, структурних підрозділів, ВНЗ загалом);
- ✓ інших сфери.

Використання рейтингів в сфері управління персоналом підприємства не є достатньо розвиненим в Україні, спроби створення методики рейтингового оцінювання діяльності персоналу підприємства поки ще не вилилися у єдину узгоджену систему, яка б враховувала особливості діяльності підприємств певної галузі (наприклад АТП) та надавала б об'єктивну інформацію для оцінки діяльності персоналу або прийняття управлінського рішення на певному етапі управління персоналом.

Гринько Р.І. та Гринько О.Р. дають таке визначення рейтингу – система порівняльної оцінки з метою визначення місця підприємства згідно з підсумковим значенням інтегрального показника, який комплексно характеризує інвестиційну привабливість та платоспроможність в різних сферах діяльності, області, регіоні, країні та базується на даних офіційної звітності [2, с. 59].

Афанасенко М.В. визначає рейтинг як комплексну порівняльну оцінку діяльності економічної системи з метою прийняття управлінських рішень, що базується на даних фінансової звітності та експертних оцінках [1, с. 75]

Ці визначення рейтингу, на думку автора, є найвдалішими та повними, тому що вони підкреслюють порівняльний аспект в сутнісній складовій поняття, а також уточнюють інформаційну базу та сферу застосування рейтингів.

Не слід плутати поняття «рейтинг» з ренкінгом – списком суб'єктів, упорядкованих (ранжованих) за величиною якого-небудь показника діяльності. Ренкінг дозволяє вистроїти суб'єкти економіки за ранжиром, тобто за яким-небудь одним показником. Також популярні списки з декількох показників для суб'єктів, ранжованих за одним із показників. До таких показників часто відносять характеристики масштабу суб'єкту – капітал, капіталізація, активи, обороти господарчої діяльності та ін. [1, с. 16].

Потрібно звернути увагу на те, що в залежності від мети використання рейтингу, це поняття набуває дещо іншого визначення.

Враховуючи можливість застосування рейтингів в управлінні персоналом, пропонуємо трактувати рейтинг як порівняльну оцінку діяльності персоналу підприємства на різних етапах управління з метою спрощення прийняття управлінських рішень та їх обґрунтованості, яка базується на даних щодо професійних досягнень працівників та експертних оцінках. Таке уточнення дозволяє характеризувати рейтинг як один з методів управління персоналом підприємства. Новизна визначення полягає в розкритті призначення рейтингу, тобто рейтинг розглядається як елемент управління персоналом підприємства.

Література.

1. Афанасенко М.В. Сутність та значення рейтингових оцінок в процесі управління банком / М.В. Афанасенко. // Вісник Української академії банківської справи. – 2011. – С. 72 – 77.

2. Гринько Р.І. Термінологічний словник ринкової економіки: глобалізація, маркетинг, статистика, страхування, фінанси / Р.І. Гринько, О.Р. Гринько. – Львів : НВФ “Українські технології”, 2006. – 216 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Машлій Г. Б. к.е.н, доцент

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

Успішність ринкової діяльності будь-якого підприємства значною мірою залежить від ефективності політики управління власним капіталом. Адже власний капітал виступає в ролі показника добробуту власників підприємства, а також найважливішого джерела економічного зростання підприємницької структури. Тому процес формування власного капіталу та прийняття оптимальних рішень, спрямованих на управління ним, є центральною ланкою