

Список використаних джерел

1. Ивахненко А.Г. Долгосрочное прогнозирование и управление сложными системами. – К.: Техника, 1975. – 312 с.
2. Васильев В.И. Взаимодополняемость метода группового учета аргументов (МГУА) и метода предельных упрощений (МПУ) // Штучний інтелект. – 2001. – №1. – С. 29-42.
3. Park J., Sandberg I.W. Universal approximation using radial basis function network // Neural Computation. – 1991. – vol.3. – pp. 246-257.

Бєлозерцев В. С.

*к.е.н., доцент,
кафедра статистики, обліку
та економічної інформатики
Дніпровський національний
університет ім. О. Гончара*

Калюжна А.В.

*магістр,
Дніпровський національний
університет ім. О. Гончара*

ДІАГНОСТИКА РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ КОМПАНІЇ

Корпоративна культура займає важливе та багатоаспектне місце у функціонуванні підприємства. Світовий досвід доводить, що корпоративна культура слугує ефективним механізмом стратегічного управління, адже саме її низький рівень частіше за все заважає підприємствам успішно функціонувати.

Діагностика корпоративної культури підприємства передбачає процес вивчення основних характерних рис персоналу та організації, та елементів культури задля визначення реального стану справ на підприємстві.

Головною метою діагностики корпоративної культури є побудова основного інструментарію спрямованого на прийняття управлінських рішень у сфері бізнесу та стратегічних рішень, а також для прогнозування можливостей підприємства у разі суттєвих змін.

Сучасна економічна література виділяє безліч авторських методик діагностики корпоративної культури, найпоширенішими є: метафоричний [1], холістичний [2], етнографічний [3] та кількісний підходи [4].

Для визначення рівня корпоративної культури пропонуємо впровадження наступної системи показників оцінювання рівня корпоративної культури (таблиця 1).

Таблиця 1. Система показників оцінювання рівня корпоративної культури (авторське дослідження)

Група показників, умовне позначення	Складові групи, одиниця виміру
1) Соціально-психологічний клімат (K_1)	1. Рівень умов праці 2. Рівень конфліктності на підприємстві 3. Рівень порушень трудових відносин
2) Мотивація працівників (K_2)	1. Рівень преміювання 2. Рівень проведення корпоративних заходів
3) Вплив менеджерів вищої ланки на підлеглих (K_3)	1. Розгалудженість ієрархії працівників 2. Рівень підлеглих на одну особу ТОП-менеджменту
4) Плинність кадрів (K_4)	1. Рівень дисципліни персоналу 2. Відповідність кваліфікації працівників рівню складності виконуваних робіт 3. Коефіцієнт плинності кадрів
5) Репутація компанії (K_5)	1. Рівень конкурентоспроможності 2. Частка компанії на ринку по галузі 3. Рівень лояльності персоналу
6) Результативність діяльності підприємства (K_6)	1. Рівень стійкості підприємства 2. Рівень рентабельності персоналу 3. Рівень ефективності діяльності

Визначимо інтегральний показник корпоративної культури на підставі проведених опитувань серед працівників сільськогосподарських компаній України.

Розрахунок коефіцієнтів впливу показників на рівень корпоративної культури проведемо використовуючи індексний метод діагностики, що передбачають логічне угруповання даних та зведення до єдиного нормативного показника та проведемо ранжування отриманих результатів використовуючи шкалу Харінгтона.

При цьому нормативне значення інтегрального показника знаходиться у межах: Високий $\in [0,7-1]$; Середній $\in [0,5-0,69]$; Низький $\in [0,3-0,49]$; Слабкий $\in [0-0,29]$.

Визначимо рейтинг підприємств за рівнем корпоративної культури відповідно до отриманих розрахунків (таблиця 2).

Таблиця 2.

Значення інтегрального показника оцінювання рівень корпоративної культури на підприємствах за 2018р. (авторське дослідження)

Місце в рейтингу	Компанія	Рівень корпоративної культури
1	Вітчизна	0,684
2	ЛанАгро	0,557
3	Авіс СФГ	0,543
4	АгроМаш	0,506
5	Акорд СФГ	0,491

Відповідно до отриманих результатів, всі підприємства мають задовільний рівень корпоративної культури, що свідчить про відносно ефективну політику управління та взаємодії з працівниками, однак для більш успішного функціонування керівникам необхідно працювати над реалізацією програм всебічного залучення співробітників у господарський процес.

Отже, під час діагностики рівня корпоративної культури важливо розуміти, що це процес вивчення різних характеристик організації і персоналу, основних елементів культури з метою отримати точного опису того, який стан справ на підприємстві. Тому, ми пропонуємо запровадити систему показників, яка враховує всі особливості сучасного функціонування підприємств.

Список використаних джерел

1. Bennett, M., James, P., & Klinkers, L. (2017). Key themes in environmental, social and sustainability performance evaluation and reporting. In *Sustainable Measures* (pp. 29-74). Routledge.
2. Graham, J. R., Harvey, C. R., Popadak, J., & Rajgopal, S. (2017). *Corporate culture: Evidence from the field* (No. w23255). National Bureau of Economic Research.
3. Zeffass, A., & Viertmann, C. (2017). Creating business value through corporate communication: a theory-based framework and its practical application. *Journal of Communication Management*, 21(1), 68-81.
4. Гільорме Т.В. Модель обліку людського капіталу як основа превентивного антикризового управління. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3(19). С. 140–146. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html>.

Борович О.В.

к.е.н. доцент,

кафедра обліку та оподаткування,

Університет Короля Данила

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ ПРОДАЖУ ПРОДУКЦІЇ

В умовах швидкої зміни бізнес середовища, прорахувати загрози і ризики функціонування підприємства не можливо без належного інформаційного забезпечення. Правильно організована система контролю та аналізу операцій, зумовлених процесом реалізації здатна забезпечити необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень. Метою аналізу досліджуваних операцій є загальна оцінка ефективності збутової політики.

Виходячи із мети, основними завданнями аналізу є: надання інформації, необхідної для прийняття ефективних управлінських рішень; вивчення інформації про витрати на збут, в тому числі маркетингові, за різними каналами збуту з метою оперативного контролю таких витрат; зменшення нераціонального використання ресурсів та непродуктивних витрат збутової діяльності; пошук внутрішніх резервів зменшення дебіторської заборгованості з метою перспективного її планування.

Аналітичні показники, одержані у процесі аналізу операцій процесу реалізації, повинні бути дієвими. Вважаємо, що дослідження збутової діяльності передбачає розрахунок системи показників, які її характеризують та аналіз факторів, що впливають на відхилення фактичних значень від запланованих. Джерелами аналізу операцій, зумовлених процесом збуту є Баланс, регістри аналітичного обліку по рахунках 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» та