

Шумило Ольга Станиславовна, канд. екон. наук, доц. кафедра финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры. Адрес: ул. Сумская, 40, г. Харьков, Украина, 61002. Тел.: 0953468555; e-mail: olga_shumilo@mail.ru.

Shumilo Olga, Ph.D., Associate Professor of finance and credit, Kharkiv National University of Construction and Architecture. Address: Sumi str., 40, Kharkov, Ukraine, 61002. Tel.: 0953468555; e-mail: olga_shumilo@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук А.С. Крутовою.
Отримано 15.03.2015. ХДУХТ, Харків.*

УДК 658.114

ОЦІНКА ВНУТРІШНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КЛІМАТУ В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Н.С. Краснокутська, І.Г. Бубенець, В.С. Артеменко

Проаналізовано та узагальнено результати оцінки складових внутрішнього підприємницького клімату за підсумками проведеного анкетування. Визначено, що формування сприятливого підприємницького середовища хоча й не гарантує розвиток усіх складових підприємницького потенціалу, але сприяє його активізації. Запропоновано розрахунок рівня сприятливості підприємницького клімату.

Ключові слова: підприємництво, потенціал, оцінка, підприємство, торгівля, підприємницький клімат.

ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА В ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

Н.С. Краснокутская, И.Г. Бубенец, В.С. Артеменко

Проанализированы и обобщены результаты оценки составляющих внутреннего предпринимательского климата по итогам проведенного анкетирования. Определено, что формирование благоприятной предпринимательской среды хотя и не гарантирует развитие всех составляющих предпринимательского потенциала, но способствует его активизации. Предложен расчет уровня благоприятности предпринимательского климата.

Ключевые слова: предпринимательство, потенциал, оценка, предприятие, торговля, предпринимательский климат.

© Краснокутська Н.С., Бубенець І.Г., Артеменко В.С., 2015

EVALUATION OF INTERNAL ENTREPRENEURIAL CLIMATE IN TRADE ENTERPRISES

N. Krasnokutska, I. Bubenets, V. Artemenko

At present the problem of entrepreneurial activity development and entrepreneurial potential formation is rather important. The entrepreneurial potential of the enterprise is determined by the possibilities of its owners and personnel concerning the support and expansion of their entrepreneurial activity according to the adopted purposes. The tools of entrepreneurial potential activation influence the choice of the priorities of the development specify the scale of trade enterprises activity and need constant study. Formation and development of entrepreneurial potential is a necessary condition for the creation of stable competitive preferences. In such context the diagnostics of internal entrepreneurial climate in trade enterprises becomes a mandatory function of modern management and its purpose is to reveal the level of the activities of retail business workers' regarding the realization of own entrepreneurial possibilities, internal factors promoting or restraining such possibilities.

The aim of the article is to specify the directions characterizing interior entrepreneurial climate. Its evaluation in trade enterprises is directed towards the reveal and activation of entrepreneurial potential on the grounds of calculations of the level of assistance of entrepreneurial climate.

The directions for the evaluation of entrepreneurial climate (flexibility of the structure; level of the development of organizational culture oriented towards the risks; strategic attitude to innovations; the velocity of making decisions; HR-practices for the support of creative potential) are defined, and its evaluation by the level of assistance in trade enterprises is carried out. The results of the research demonstrated that entrepreneurial climate assistance was low for most of the trade enterprises was low, but the weakest positions are the speed of making decisions and weakness of HR-practices regarding the support and development of creative and innovative potential of employees. Based on the received results it is specified that the formation of favorable entrepreneurial environment slightly guarantees the development of all components of entrepreneurial potential promotes its activation.

Keywords: *entrepreneurship, potential, assessment, enterprise, trade, business climate.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. За сучасних умов надзвичайно важливим для торговельних підприємств стає проблема розвитку підприємницької діяльності та формування підприємницького потенціалу для досягнення певних цілей, що визначаються як внутрішнім, так і зовнішнім середовищем. Зміни економічних парадигм, умов економічного життя висувають вимоги переосмислення ролі підприємців, що у свою чергу змінює акценти в рушійних силах і функціях підприємства. Саме підприємницький потенціал підприємства визначається можливостями його власників і

персоналу щодо підтримки та розширення меж їх підприємницької діяльності відповідно до прийнятих цілей. Інструменти активізації підприємницького потенціалу впливають на вибір пріоритетів розвитку, визначають масштаби діяльності торговельного підприємства та потребують постійного дослідження. Формування та розвиток підприємницького потенціалу є необхідними умовами створення стійких конкурентних переваг. У такому контексті діагностика внутрішнього підприємницького клімату в підприємствах торгівлі набуває характеру обов'язкової функції сучасного менеджменту та має за мету виявлення рівня активності працівників підприємств торгівлі в реалізації власних підприємницьких можливостей, внутрішніх чинників, які сприяють або стримують прояв таких можливостей, а також створює умови формування на цій основі рекомендацій щодо підвищення підприємницької активності на рівні торговельного підприємства.

Отже, дослідження стану внутрішнього підприємницького клімату в підприємствах торгівлі, за допомогою якого мають порівнюватися об'єкти оцінки підприємницького потенціалу, допомагають розв'язанню актуальних проблем розвитку та підтримки підприємницького потенціалу торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань реалізації внутрішнього підприємницького потенціалу та формування сприятливого підприємницького середовища розглядалися у працях Н. Ващенко [1], М. Власової [2], Г. Широкової, В. Саричева, С. Благова, А. Кулікова [3], О. Колчанової [4], Н. Краснокутської [5] та ін. Як свідчать результати численних авторських досліджень, на сьогоднішній день ця теорія все ще залишається остаточно не сформованою, що свідчить про необхідність подальшого вивчення феномену підприємницького потенціалу та його прояву в торгівлі.

Мета статті. Метою статті є виділення напрямів, які характеризують внутрішній підприємницький клімат, а також його оцінка у торговельних підприємствах, спрямована на виявлення та активізацію підприємницького потенціалу на основі розрахунку рівня сприятливості підприємницького клімату.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження внутрішнього підприємницького клімату має за мету виявлення рівня активності працівників підприємств торгівлі у реалізації власних підприємницьких можливостей, внутрішніх чинників, які сприяють/стримують прояву таких можливостей, а також формування на цій основі рекомендацій щодо підвищення підприємницької активності на рівні торговельного підприємства.

Спираючись на результати досліджень науковців Центру підприємництва Вищої школи менеджменту СПбДУ [3], а також авторів програми аудиту внутрішньофірмового підприємництва (Entrepreneurial health Audit) [6], як інструмент діагностики підприємницького клімату нами обрано форму анкетування, питання якої охоплюють 5 напрямів:

1) гнучкість організаційної структури підприємства, яка сприяє або стримує реалізацію нових ідей;

2) рівень розвитку організаційної культури, орієнтованої на позитивне сприйняття ризику;

3) наявність стратегічного ставлення до інновацій, що означає систематичну підтримку та заохочення поліпшення торгово-технологічного процесу, впровадження нових методів управління, нестандартних рішень тощо;

4) швидкість прийняття рішень, що безпосередньо впливає на час перетворення бізнес-ідей у нові послуги, технології та методи управління;

5) HR-практики щодо підтримки та розвитку творчого та інноваційного потенціалу працівників, що визначає ступінь участі підприємства у розвитку персоналу та використання критерію інноваційності під час розробки програм трудової мотивації.

Для інсайдерської оцінки підприємницького клімату, яка дозволяє охарактеризувати бачення його стану респондентами, що постійно беруть участь у діяльності суб'єкта підприємництва (переважно керівники та менеджери), було розроблено анкету у формі опитувального листа та проведено анкетне опитування [7]. Під час розробки питань анкети передбачалося, що для відповіді респонденту має вистачити його власних знань і досвіду без залучення додаткової звітної інформації. В остаточному вигляді анкета складається з двох розділів: «Загальні відомості про підприємство» та «Самооцінка торговельним підприємством внутрішнього підприємницького клімату».

Анкетне опитування здійснювалося за допомогою розсилки анкет на електронну пошту 17-ти підприємств торгівлі вибіркової сукупності. Для анкетування використовувалася модифікована 3-бальна шкала Р. Лікерта, згідно з якою [8]:

– 0 балів означає відсутність ознаки (лінгвістична оцінка «ні» або «не згоден»);

– 2 бали – максимально виражена ознака («так» або «згоден»);

– 1 бал – діагностично значущий прояв ознаки (лінгвістична оцінка «важко визначити, але скоріше ознака має місце, ніж зовсім відсутня»).

За результатами бальної оцінки запропоновано розрахунок рівня сприятливості підприємницького клімату в торговельних підприємствах ($P_{ПК}$) із використанням формули:

$$P_{ПК} = \sum_{i=1}^n \frac{B_i}{B_{\max}}, \quad (1)$$

де B_i – бальна оцінка i -го показника, що відповідає n -му напрямку оцінки рівня сприятливості підприємницького клімату;

B_{\max} – максимальна кількість балів, що може бути набрана підприємством.

Значення $P_{ПК}$ коливаються від 0 до 1, де несприятливому рівню відповідатимуть значення $0 \leq IP_{ПП} \leq 0,33$; нейтральному рівню – $0,33 < IP_{ПП} \leq 0,67$; сприятливому рівню – $IP_{ПП} > 0,67$.

Результати оцінки гнучкості організаційної структури на великих, середніх і малих підприємствах торгівлі вибіркової сукупності дозволили визначити, що в цілому на великих і середніх підприємствах організаційна структура є більш складною та ієрархічною. Оцінки за ознакою кількості рівнів менеджменту в цій групі майже вдвічі нижчі за оцінки малих підприємств. Незважаючи на складність структур, на великих/середніх підприємствах працівники мають більше можливостей для вибору шляхів кар'єрного зростання – створення нових підрозділів тут є більш поширеною практикою, ніж на малих підприємствах. Проте така перевага є доволі умовною, оскільки оцінка організаційної гнучкості, пов'язаної з можливостями розвитку кар'єри, є низькою (0,53 бала з 2-х можливих по вибірковій сукупності). На жодному з досліджуваних підприємств працівники не охарактеризували організаційну структуру як «абсолютно гнучку». Між тим жорсткість структури була визнана обмежуючим фактором на 2-х підприємствах із групи великих/середніх і на 3-х малих підприємствах. Отже, фактор організаційної структурної гнучкості хоча й не гальмує розвиток внутрішнього підприємницького середовища на підприємствах, проте й не мотивує працівників на прояв підприємницьких здібностей.

Дослідження рівня розвитку організаційної культури, що орієнтована на позитивне сприйняття ризику, охоплювало два кола питань: вивчення рівня свободи комунікацій і толерантності до ризику.

Відповіді респондентів дозволили стверджувати, що відкритість думок щодо методів виконання роботи, а також заохочення працівників до обговорення з колегами інших підрозділів ідей нових проектів підтримувалися на підприємствах недостатньо. Лише 12% досліджуваних підприємств створили умови для комунікації

працівників і відкритого обговорення умов покращення торгово-технологічного процесу. Заохочення до такого обговорення з колегами інших підрозділів на більшості підприємств взагалі було відсутнє. Така комунікаційна політика призвела до низьких оцінок рівня свободи комунікацій (1,63 бала із 4 по групі великих/середніх суб'єктів і 1,33 бала по групі малих).

Оцінки толерантності до ризику були вищими в цілому на великих підприємствах вибіркової сукупності, хоча за абсолютними значеннями і не сприяли створенню сприятливого підприємницького клімату (5,63 бала по групі великих/середніх підприємств проти 4,44 із 14-ти можливих по групі малих). Перевага першої групи підприємств пов'язана з підтримкою їх керівництвом експериментальних проєктів, а також більшою схильністю до використання нетрадиційних ідей і методів.

Хоча такі результати сприйняття ризику дещо відрізняються від традиційного уявлення про підприємця-власника невеликого бізнесу, який більш схильний до ризику, але вони відповідають більшій орієнтації великих підприємств на розвиток і зміцнення конкурентних позицій. Дійсно, малі підприємства, як правило, мають досить обмежений фінансовий потенціал для розробки та реалізації бізнес-ідей, а відповідно, й обговорення таких дій не вважається важливою управлінською практикою. Натомість великі підприємства, усвідомлюючи необхідність утримання конкурентних позицій, вдаються не тільки до методів цінової конкуренції, але й і до відкриття нових напрямів бізнесу, використання нових технологій продажу, активізації потенціалу менеджерів щодо пошуку шляхів розвитку бізнесу.

Результати оцінки стратегічного ставлення до інновацій засвідчили, що у цілому малі торговельні підприємства вибіркової сукупності дотримуються більш консервативної політики щодо змін, хоча респонденти цих суб'єктів торговельного підприємництва й визнають важливість інноваційних процесів. Акцент на постійне поліпшення організації торгово-технологічних і управлінських процесів характерний для 50% великих і середніх підприємств, респонденти яких оцінили цю складову підприємницького клімату максимальним балом. Схильність до удосконалення процесів і технологій за групою великих/середніх підприємств більше ніж вдвічі перевищує середні оцінки по групі малих підприємств. Крім того, важливою особливістю, виявленою під час оцінки ставлення до інновацій, стало досить активне використання топ-менеджментом великих підприємств методів мозкового штурму для пошуку нових,

нестандартних рішень. Такі результати, на наш погляд, пояснюються, з одного боку, більшою схильністю до ризику великих/середніх підприємств, а також їх більш потужним фінансовим потенціалом, який виступає необхідним підґрунтям будь-яких змін.

Загальною рисою майже половини досліджуваних суб'єктів торговельного підприємництва (37,5% великих і 44,4% малих підприємств) можна вважати використання традиційних методів продажів і управління, що добре себе зарекомендували, а також уникнення значних витрат на розробку нових методів і послуг. Якщо у короткостроковий період така орієнтація дійсно забезпечує підґрунтя для отримання прибутку від перевірених напрямів діяльності, то у стратегічній перспективі без витрат на дослідження та розробки підвищуються ризики втрати ринкових позицій. Отже за напрямом «стратегічне ставлення до інновацій» великі та середні підприємства створили значно більш сприятливий підприємницький клімат, ніж малі суб'єкти торговельного підприємництва (5,3 бала із 10 можливих проти відповідно 2,8 бала).

Результати оцінки швидкості прийняття рішень виявили більше тяжіння торговельних підприємств до бюрократичних процедур управління. Тотальну бюрократію як фактор гальмування розвитку здатності до інновацій визнали респонденти 50% великих/середніх і 55,6% малих підприємств. Саме на цих суб'єктах підприємництва бюрократія заважає й визнанню досягнень працівників, що не дозволяє використовувати дієві мотиваційні інструменти.

Оцінки респондентами швидкості впровадження покращень у методах виконання роботи виявилися далекими від максимального рівня – якщо для великих/середніх підприємств середній бал за цим напрямом становив 0,88 (із 2-х можливих), то на малих підприємствах – лише 0,56. Ще гірша ситуація склалася з впровадженням поліпшень, які ініціюються самими працівниками – відповідно 0,63 бали для великих/середніх підприємств і 0,33 бала для малих суб'єктів. Такі оцінки, з одного боку, пов'язані із доволі високим ступенем жорсткості організаційних структур, а з іншого – недостатнім заохоченням таких поліпшень на рівні менеджменту як великих/середніх, так і малих підприємств.

Отже, розуміючи, що фактор часу завжди має ключове значення в реалізації підприємницького потенціалу, швидкість прийняття рішень на досліджуваних суб'єктах торговельного підприємництва (2,2 бала із 8-ми можливих у цілому по вибірковій сукупності) суттєво обмежує його розвиток.

Оцінка респондентами умов для формування та прояву творчих здібностей персоналу виявила, що підприємства торгівлі вибіркової сукупності хоча й і докладають певних зусиль для розвитку творчого потенціалу працівників (0,8 бала із 2-х можливих по групі великих/середніх підприємств і 0,4 бала по групі малих), але роблять це безсистемно, що виключає можливість забезпечити ефективність процесу навчання та розвитку персоналу. Лише на 50% досліджуваних підприємств працівникам надаються певні можливості для експериментів з власними ідеями щодо виконання роботи (як правило, на рівні менеджменту), на решті ж підприємств взагалі ініціатива знизу не заохочується.

Показовим і характерним для торгівлі став той факт, що на жодному з досліджуваних підприємств оцінка їх діяльності не включала оцінку інноваційності. Більшість суб'єктів торговельного підприємництва не тільки не виступали як інноватори, але і взагалі не були навіть схильні до систематичного впровадження та використання нових технологічних рішень у сфері торгівлі. Логічним продовженням таких результатів стало також те, що кар'єрне зростання в торгівлі майже не пов'язано з ініціюванням працівниками нових ідей і рішень. Респонденти лише 24% підприємств певною мірою схильні вважати, що їх керівництво може сприяти кар'єрному просуванню тих співробітників, які висувають власні пропозиції щодо організаційного розвитку. А респонденти 5-ти великих/середніх і 9-ти малих підприємств абсолютно згодні з тим, що кар'єру на цих суб'єктах торговельного підприємництва можна зробити, не виявляючи схильності до інновацій.

Незважаючи на недостатню увагу торговельних підприємств до розробки мотиваційної політики, яка б стимулювала інноваційну активність персоналу, оцінка респондентами зв'язку між ідеями, висловленими працівниками, та їх заохоченням постфактум була статистично ваговою (1,1 бала із 2-х можливих по групі великих/середніх підприємств і 0,8 бала для малих підприємств). Отже, хоча інноваційні процеси й не активізувалися на більшості досліджуваних підприємств, але реалізовані ініціативи все ж таки заохочувалися, що свідчить про незначний, але позитивний внесок у створення підприємницького організаційного клімату.

Узагальнені результати оцінки рівня сприятливості підприємницького клімату за зазначеними напрямками наведені на рисунку і свідчать, що його формування не визнається важливим завданням розвитку на досліджуваних торговельних підприємствах.



Рис. Оцінка підприємницького клімату в підприємствах торгівлі вибіркової сукупності

Отримані дані оцінки всіх складових підприємницького клімату на більшості суб'єктів торговельного підприємництва були низькими, а найбільш слабкими позиціями стали швидкість прийняття рішень і слабкість HR-практик щодо підтримки та розвитку творчого та інноваційного потенціалу працівників.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження довело, що формування сприятливого підприємницького середовища хоча і не гарантує розвиток усіх складових підприємницького потенціалу, але сприяє його активізації. Без створення відповідної підприємницької культури, орієнтованої на підтримку ініціативи, новаторських ідей і рішень неможливо забезпечити дієвий розвиток торговельних підприємств.

Список джерел інформації / References

1. Ващенко Н. Сутність інноваційного потенціалу торговельного підприємства / Н. Ващенко // Науковий вісник ОНЕУ. Науки: економіка, політологія, історія. – 2014. – № 1 (209). – С. 18–26.

Vashenko, N. (2014), «Essence of innovative potential commercial enterprise» [«Sutnist' innovacijnogo potencialu torgovel'nogo pidpryjemstva»], *Scientific Bulletin ONEU. Science: economics, political science, history*, No. 1 (209), pp. 18-26.

2. Власова М. Ф. Механизм реализации внутрифирменного предпринимательства (интрапренерства) на предприятиях строительной отрасли / М. Ф. Власова // Вестник Уральского государственного технического университета. Серия «Экономика и управление». – 2008. – № 6. – С. 28–39.

Vlasova, M.F. (2008), «Mechanism of implementation of intra-enterprise (intrapreneurship) on construction enterprises» [«Mehanizm realizacii vnutfirmennogo predprinimatel'stva (intaprenerstva) na predprijatijah stroitel'noj otrasli»], *Bulletin of the Ural State Technical University. A series of «Economics and Management»*, No. 6, pp. 28-39.

3. Внутрифирменное предпринимательство : подходы к исследованию вопроса / Г. В. Широкова, В. А. Сарычева, Е. Ю. Благов, А. В. Куликов // Научные доклады. – СПб : ВШМ СПбГУ, 2008. – № 1(Р). – 53 с.

Shirokov, G.V., Sarychev, V.A., Blagov, E.Y., Kulikov, A.V. (2008), «Corporate Entrepreneurship: Approaches to the study of the issue» [«Vnutrifirmennoe predprinimatel'stvo: podhody k issledovaniju voprosa»], *Research reports*. GSOM, St. Petersburg, № 1 (R), 53 p.

4. Колчанова Е. Е. Критерии и показатели оценки предпринимательского потенциала персонала организации (предприятия) / Е. Е. Колчанова // Креативная экономика. – 2009. – № 11 (35). – С. 35–42.

Kolchanova, E. E. (2009), «Criteria and indicators for assessing entrepreneurial potential personnel of the organization (enterprise)» [«Kriterii i pokazateli ocenki predprinimatel'skogo potenciala personala organizacii (predpriyatija)»], *Creative Economy*, No. 11 (35), pp. 35–42.

5. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Краснокутська Наталія Станіславівна. – К., 2011. – 545 с.

Krasnokutskaya, N.S. (2011), *Office of potential commercial enterprise: dissertation [Upravlinnja potencialom torgovel'nogo pidpryjemstva: dys. d-ra ekon. nauk]*, Kyiv, 545 p.

6. Ireland, R. D., Kuratko, D., Morris, M. (2006), «A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels», *Journal of Business Strategy*, No. 27(2), pp. 21–30.

7. Бубенець І. Г. Формування підприємницького потенціалу в підприємствах торгівлі : дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Бубенець Ірина Георгіївна. – Харків, 2014. – 209 с.

Bubnets, I.G. (2014), *Formation business potential in the trade: dissertation [Formuvannja pidpryjemnyč'kogo potencialu v pidpryjemstvah torgivli: dys. kand. ekon. nauk]*, Kharkiv, 209 p.

8. Wuensch, K.L. «What is a Likert Scale? and How Do You Pronounce 'Likert?'», available at: <http://core.ecu.edu/psyc/wuenschk/StatHelp/Likert.htm>

Краснокутська Наталія Станіславівна, д-р екон. наук, проф., кафедра прикладної економіки та інформаційних систем, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-54; e-mail: krasnokutskaya.natalia@gmail.com.

Краснокутская Наталья Станиславовна, д-р екон. наук, проф., кафедра прикладной экономики и информационных систем, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-54; e-mail: krasnokutskaya.natalia@gmail.com.

Krasnokutska Nataliya, Doctor of Economics, Professor, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-54; e-mail: krasnokutskaya.natalia@gmail.com.

Бубенець Ірина Георгіївна, канд. екон. наук, ст. викл., кафедра технологій та розвитку підприємництва, Інститут післядипломної бізнес-освіти, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: м. Харків, вул. Клочківська, 333, Україна, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: bubirag@mail.ru.

Бубенец Ирина Георгиевна, канд. екон. наук, ст. преп., кафедра технологій и развития підприємництва, Інститут післядипломного бізнес-освіти, Харківський державний університет харчування и торгівлі. Адрес: г. Харків, ул. Клочковская, 333, Україна, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: bubirag@mail.ru.

Bubenets Iryna, Cand. of Economics, Senior lecturer at the Chair of technologies and entrepreneurship development of the Institute of Post-qualifying Business Education, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057) 337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: bubirag@mail.ru.

Артеменко Віктор Станіславович, канд. техн. наук, проф., директор, Інститут післядипломної бізнес-освіти, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsatemenko@mail.ru.

Артеменко Виктор Станиславович, канд. техн. наук, проф., директор, Інститут післядипломного бізнес-освіти, Харківський державний університет харчування и торгівлі. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057) 337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsatemenko@mail.ru.

Artemenko Victor, Cand. Sc. (Engineering), Professor, Director of the Institute of Post-qualifying Business Education, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)337-99-76, (057)349-45-08; e-mail: vsatemenko@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук М.В. Чорною.
Отримано 15.03.2015. ХДУХТ, Харків.*

УДК 338.2

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

А.С. Крутова, Т.О. Ставерська, І.Л. Шевчук

Розглянуто основні підходи до визначення сутності фінансової безпеки підприємства та запропоновано власну дефініцію, визначено суть загроз як форм небезпеки, систематизовано загрози фінансовій безпеці підприємства і побудовано відповідну узагальнену класифікацію. Доведено необхідність об'єктивного і неупередженого оцінювання фінансової безпеки підприємства з метою своєчасної діагностики і попередження загроз, а також розроблення адекватної та дієвої стратегії управління фінансовою безпекою підприємства.

Ключові слова: фінансова безпека, види загроз, управління фінансовою безпекою.

© Крутова А.С., Ставерська Т.О., Шевчук І.Л., 2015