

6. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с. – с.102 – 108.

*Галина Кошельок, д-р екон.наук, доцент
Одеський національний економічний університет, м. Одеса*

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Одною з проблем, що підлягає першочерговому рішенню – відсутність методики комплексної оцінки рівня економічної безпеки підприємства з урахуванням всіх її складових. Ця проблема досить істотна, оскільки рівні різних складових визначаються за різними шкалами, що ускладнює їх зведення в єдиний комплексний показник. А це пов'язано з неповною визначеністю набору складових економічної безпеки підприємства, із визначенням складу оціночних критеріїв складових економічної безпеки підприємства, відсутністю загальноприйнятих вітчизняних методик оцінки рівня складових економічної безпеки підприємства, тому що підходи, які широко використовуються в закордонній практиці не завжди можна використовувати в сучасних умовах країни.

Аналіз наукової літератури показав що для визначення рівня економічної безпеки підприємства використовують декілька підходів: ресурсно-функціональний, індикаторний (пороговий), комплексний, підхід на основі оцінки ймовірності банкрутства підприємства [2].

Заслужують на увагу підходи, що визначають економічну безпеку підприємства за певними напрямками: операційний підхід, інвестиційний підхід, системний підхід, інноваційний підхід, інфраструктурний підхід, процесний підхід, циклічний підхід [1, с. 278-279].

Всі наведені підходи спрямовані на ефективне використання власності [1, с. 278-279]. Основою для аналізу економічної безпеки підприємства є вибір критеріїв оцінки. Під критеріями розуміють один показник, кілька показників або функцію показників, за якими робиться висновок про стан економічної безпеки підприємства.

У сучасних умовах знайшов своє розповсюдження багатовимірний факторний аналіз. В основі факторного аналізу лежить припущення, що параметри, які спостерігаються або вимірюються, є лише непрямими характеристиками об'єкта, який вивчається. Насправді існують внутрішні (приховані, що не спостерігаються) параметри та властивості, кількість яких мала, та які розкривають значення параметрів, що спостерігаємо.

Метою факторного аналізу є концентрування вихідної інформації, виражаючи безліч ознак, що розглядаються через меншу кількість більш ємних внутрішніх характеристик явищ, які не подаються безпосередньому вимірюванню.

Як метод статистичного дослідження факторний аналіз включає основні етапи: 1. Формування цілей, які розрізняють: дослідницькі (виявлення факторів і їх аналіз); прикладні (побудова агрегованих характеристик для прогнозування та управління). 2. Вибір сукупності ознак і суб'єктів. 3. Отримання вихідної факторної структури. 4. Коректування факторної структури, виходячи із мети дослідження. 5. З'ясування факторів другого порядку. 6. Інтерпретування та використання результатів.

Одним із різновидів факторного аналізу є метод головних компонент, за допомогою якого можна отримати оцінки латентних показників.

Вперше метод головних компонент був запроваджений К. Пірсоном в 1901 році, а потім описаний і обґрунтований у працях Г. Хотеллінга, Г. Хармача, С. Рао. Незважаючи, на те, що теоретичні аспекти цього методу були розроблені ще на початку минулого століття, його практичне використання було ускладнено великою кількістю складних розрахунків на всіх етапах застосування методу головних компонент. Цей недолік усуває використання пакета

STATISTICA, за допомогою якого розрахунки стають значно простішими, тобто виключається необхідність використання додаткових обчислювальних засобів. При цьому аналіз стає більш наочним і зрозумілим для користувача.

Його сутність полягає в тому, що вихідні ознаки (фактори-симптоми), які спостерігаються при дослідженні об'єктів, замінюються новими штучними змінними, що становлять лінійні комбінації вихідних факторів-симптомів. Ці штучні змінні називають головними компонентами, які мають важливу властивість: вони лінійно незалежні, тобто є ортогональними векторами, стандартизовані [3, с. 20].

Основна мета методу головних компонент (ГК) полягає у виділенні загальних факторів (головних компонент), які можуть описати максимально можливу частку варіації вихідних факторів-симптомів, але кількість цих ГК повинна бути значно меншою, ніж кількість вихідних ознак.

Уся процедура застосування факторного аналізу задля вирішення поставлених завдань складається з двох важливих послідовних стадій:

1. Оцінка групових латентних факторів складових економічної безпеки підприємства – чинників-симптомів 2-го рівня ієрархії на основі інформації про ознаки метричної шкали 3-го рівня ієрархії.

2. Оцінка шуканого латентного показника економічної безпеки підприємства на базі даних про визначені на попередній стадії групових латентних факторів 2-го рівня ієрархії.

Таким чином, методом оцінювання рівня економічної безпеки є методи багатовимірного аналізу, а саме: метод головних компонент. Він дозволяє найоптимальніше враховувати особливості взаємозв'язків між показниками, що характеризують рівень економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Моденов, А. К. Экономическая безопасность предприятия : моногр. / А. К. Моденов, Е. И. Белякова, М. П. Власов, Т. А. Лелявина; СПбГАСУ. СПб., 2019. 550 с.
2. Пилипенко Н. М. Розвиток методичних підходів до оцінки економічної безпеки підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5953>. (дата звернення 05.09.2021).
3. Янковой А.Г. Многомерный статистический анализ в системе STATISTICA. Одесса: Оптимум, 2001. Вип. 2. 325 с.

*Владислава Крамар, студентка 3-го курсу
Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ
Науковий керівник: Москвічова О.С., канд.екон.наук, доцент*

СТВОРЕННЯ ТА ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Revenue management, або управління доходами, - це технологія визначення кращої ціни для забезпечення високої прибутковості закладів готельно-ресторанного бізнесу на основі прогнозування попиту. Практичне впровадження системи revenue management може здійснюватися двома шляхами:

1. Розвиток своєї внутрішньої системи управління доходами.
2. Придбання готової системи та її адаптація до конкретного готелю з відповідним навчанням персоналу.

У будь-якому випадку, готель або ресторан, який вводитиме в себе метод управління доходами, повинен робити це послідовно та поетапно.

Перший етап. Для підприємств, які знаходяться на стадії виходу на ринок, необхідно провести ринкові дослідження, які будуть переслідувати певні цілі, реалізація яких дасть можливість скласти відповідні прогнози. На даному етапі слід збирати додаткові дані, які