

Зазначені етапи мають виконуватись послідовно. З метою можливості уточнення та деталізації заходів із урахуванням особливостей економічної діяльності підприємства, стратегія економічної безпеки повинна мати адаптивний характер.

У процесі контролю за реалізацією стратегії доцільно використовувати збалансовану систему показників (BSC) та ключові показники ефективності (KPI). Контроль реалізації стратегії проводиться за основними стратегічними цільовими нормативами фінансово-економічної діяльності підприємства [8, с.6].

Грамотна стратегія забезпечення економічної безпеки відіграє важливу роль у процесі діяльності підприємства. Розробка та реалізація стратегії економічної безпеки підприємства – багатогранний і складний процес. Стратегія має формуватися на засадах використання даних оцінювання можливостей підприємства та відповідності фінансово-економічним інтересам підприємства та його стейкхолдерів. Стабільна робота підприємства та високий рівень економічної безпеки залежить від правильно розробленої стратегії його довгострокової діяльності.

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Зачосова Н. В. Визначення стратегічних орієнтирів зміцнення економічної безпеки фінансових установ як необхідний етап формування стратегії економічної безпеки України / Н. В. Зачосова // Бізнес Інформ. - 2016. - № 1. - С. 272-276.
2. Занора В. О. Управління системою економічної безпеки підприємства на основі проектного підходу / В. О. Занора, Б. І. Сільченко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 5(1). - С. 130-133.
3. Занора В. О. Узагальнення науково-методичних підходів до стратегічного управління підприємством / В. О. Занора // Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 33. - С. 59-63.
4. Тулуб О. М. Управління системою фінансово-економічної безпеки виробничої фірми / О. М. Тулуб, О. М. Теслюк // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 16. - С. 29-32.
5. Линник О.І. Стратегія економічної безпеки підприємства як фактор зменшення впливу зовнішніх та внутрішніх загроз / О.І. Линник, Н.В. Артеменко // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2014. - № 67 (1040) - С. 159-169.
6. Момот Т. В. Фінансово-економічна безпека : стратегічна аналітика та аудиторський супровід : монографія / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; за заг. ред. Т. В. Момот. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 340 с.
7. Орлик О.В. Стратегія фінансово - економічної безпеки підприємства: особливості процесу розробки та реалізації/ О.В.Орлик //Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр./О.В. Орлик. – Х. – 2016. – С.71-81.
8. Ареф'єв В. О. Формування фінансової стратегії в системі фінансової безпеки підприємства / В. О. Ареф'єв // Стратегія розвитку України. Економіка. Соціологія. Право. – 2013. – № 4. – С. 1–7.

**Науковий керівник:** професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,  
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

*М.А. Серета*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## **РОБОТА КОМАНДИ ЯК ГРУПОВИЙ ФЕНОМЕН В ОРГАНІЗАЦІЯХ**

У сучасному ефективному управлінні людськими ресурсами розглядається робота команди, як груповий феномен в організаціях. Команди стають все більш популярними в результаті розвитку технологій та підвищеної уваги до систем комплексного управління. Ці тенденції в організаційному розвитку призвели до переміщення акценту з поведінки окремих менеджерів та працівників на діяльність багатофункціональних управлінських команд, сконцентрованих на комплексних проблемах і задачах. Команда є вищим рівнем розвитку людської організації. Тому одним із актуальних питань на сучасному етапі розвитку управління людськими ресурсами є підходи побудови команд. Ознайомившись з джерелами [1], [2], зазначимо, що команда – це група з двох або більше осіб яка побудована з урахуванням реальних якостей її співробітників, заради максимально ефективного досягнення цілей організації. Можна виділити специфічні ознаки команди:

- У команді немає яскравого лідера, його функції розділені між усіма учасниками команди
- У команді виділяють особисту та взаємну відповідальність
- Команда виробляє продукти саме спільної діяльності
- При роботі у команді заохочуються вільні зустрічі для активного вирішення проблем
- Діяльність команди можна оцінити саме за колективним продуктом, який було спільно вироблено
- Команда обговорює, приймає рішення і головне далі не делегує реалізацію на окрему особу, а спільно його виконує [2, с. 391].

Традиційним підходом до командоутворення, який отримав широке застосування практиці, є виділення основних чотирьох стадій формування команди:

1 Стадія. Починаюча команда (Серед всіх учасників команди виділяють так званого «контролера», який виступає в ролі наставника в щоденній роботі команди, допомагаючи і навчаючи учасників команди. Згодом обов'язково делегує частину відповідальності за успіхи та невдачі фірми.)

2 Стадія. Команда перехідного періоду. (Оскільки учасники команди поступово беруть на себе все більшу частину відповідальності, такої як збір інформації, узгодження рішення щодо того чи іншого питання, подолання конфліктів, виконання буденної роботи, контролер(керівник) починає все більше займатись координацією, а не контролем.)

3 Стадія. Досвідчена команда. (Члени команди самостійно узгоджують рішення, за які вже несуть повну відповідальність, в основному самі керують своєю щоденною діяльністю, турбують керівника лише в екстрених випадках. Керівник вже повністю переходить до координації роботи, а не її контролю. Забезпечує ресурси, збирає дані про кількість, якість роботи, інші важливі показники та інформує команду про те, як вона працює)

4 Стадія. Зріла команда. (Це заключна стадія побудови команди. На ній учасники вже несуть повну відповідальність за виконану роботу: планування, розподіл обов'язків, вирішення технічних, фінансових, адміністративних, особистих проблем. Команда самостійно вирішує коли їй необхідна зовнішня допомога. Координатор роз приділяє ресурси між командою і при необхідності забезпечує команду своєю допомогою, які виконував на попередніх стадіях.) [1, с. 70-76].

#### Список використаних джерел та літератури:

1. Технології управління персоналом: монографія / О.А.Гавриш, Л.Є.Довгань, І.М.Крейдич, Н.В.Семенченко.-Київ : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. – 494 с.
2. Неларин Корнелиус. HR - менеджмент. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2015. – 520 с.

**Науковий керівник:** професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,  
д.е.н., доцент Білик В.В.

*А. С. Трохименко*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетинг — це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення мети організації шляхом найбільшого задоволення потреб споживачів. Організація маркетингу є важливим аспектом будь-якої організації [1]. За для задоволення потреб споживачів не достатньо лише створити відділ маркетингу, а потрібно зв'язати всі підрозділи підприємства в одне єдину команду прийняття управлінських рішень. Відділ маркетингу допоможе компанії досягнути позитивного результату, якщо вся інформація буде нова та актуальна.

Для результативної роботи відділу маркетингу в організації потрібно вирішити такі питання: створити чи покращити вже наявну структуру маркетингу, шляхом пошуку амбіційних, молодих людей, які користуються актуальною інформацією; знайти