

### Список використаної літератури:

1. Богдан О. І. Михайлюк С. О. Дослідження інтересів підприємства щодо його економічної безпеки / О. І. Богдан, С. О. Михайлюк // Вісник економічної науки України. – 2009. – №1. – С. 36-38.
2. Статистичний щорічник Луганської області на 1 грудня 2011р. / Верховна Рада України.-офіц. вид. - 2011-.198с.
3. Кириченко О. А. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці / О. А. Кириченко, Ю. Г. Кім // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 12. – С. 53-65.
4. Коженювські Л. Безпека менеджерів. Суб'єктивні та об'єктивні аспекти безпеки: економічна безпека / Л. Коженювські // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 6. – С. 86
5. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: [монографія] / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко – К.: Лібра, 2003. – 280с.
6. Лоханова Н. Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку / Н. Лоханова // Економіст. – 2005. – №2. – С. 52–56.
7. Малик Я. Й. Економічна безпека України: внутрішні та зовнішні чинники: навчальний посібник / Я.Й. Малик, С. Д. Гелей, М. Д. Лесечко та ін. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. – 256 с.
8. Назаренко Д. В. Роль защиты экономической безопасности в обеспечении эффективной работы предприятия / Д. В. Назаренко // Бизнес-информ. – 2008. - № 9. – С. 45 4
9. Николаюк, С. І. Безпека суб'єктів підприємницької діяльності [текст]: курс лекцій / С. І. Николаюк, Д. Й. Никифорчук. – К.: КНТ, 2005. – 320 с.
10. Полянська А. С. Сучасні технології управління економічною безпекою сільськогосподарського підприємства / А. С. Полянська, Т. А. Троценкова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. №28. – С. 164-168.
11. Судакова О.І. Служба економічної безпеки підприємства, як умова його сталого розвитку [Електронний ресурс] / О.І. Судакова. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/10\\_ENXXIV\\_2007/Economics/21877.doc](http://www.rusnauka.com/10_ENXXIV_2007/Economics/21877.doc) .
12. Фоміна М. В. Сучасний економічний розвиток: загрози, проблеми, перспективи. [монографія] / М. В. Фоміна, В. В. Приходько, І.Г. Мішина. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 230с.

*Данная статья посвящается раскрытию целесообразности создания службы безопасности на сельскохозяйственных предприятиях Белокуракинского района. В статье на основании специального опроса рассмотрено наличие и состояние службы безопасности. Предложено ее оптимальный склад и определены основные функции службы безопасности предприятия.*

**Ключевые слова:** *безопасность, служба безопасности, функции, составляющие, сельскохозяйственные предприятия.*

*This article is devoted to disclosure of expediency of creation of security service at the agricultural enterprises of the Belokurakinskoho district. In article on the basis of special poll existence and a condition of security is considered. It is offered it is optimum warehouse and it is defined the main functions of security service of the enterprise.*

**Keys words:** *security, security sevice, functions ,components ,agricultural enterprises.*

Дата надходження до редакції: 15.04.2013 р.

Рецензент: д.е.н., професор Гончаров В.М.

УДК:338.27

## ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИЧНОГО МЕТОДУ ПРОГНОЗУВАННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

**О. П. Бутенко**, доцент, Харківський національний університет будівництва та архітектури

*У статті проаналізовані види прогнозів, обраний вид прогнозу, що відповідає вимогам сільськогосподарського підприємства, проведено розрахунок прогнозованого обсягу реалізації у залежності від обсягів продажів попередніх періодів сільськогосподарської продукції.*

**Ключові слова:** *прогноз продажів, методи прогнозування, сценарії прогнозів, розрахунок продажів підприємства.*

**Постановка проблеми та її зв'язки з практичними завданнями** Для сільськогосподарських підприємств є складним і важливим завданням

удосконалення збуту продукції. На сучасний момент на сільськогосподарських підприємствах це питання підвищеної складності з урахуванням

стану розвитку галузі. Динаміка цін на деякі товари (гречка, соняшник тощо) не прогнозована і залежить від впливу різних факторів макросередовища. Однією із ключових цифр бюджету підприємства є дохід від продаж. Його потрібно прогнозувати максимально точно, враховуючи всі фактори та використовуючи математичний апарат для розрахунків. Успішне прогнозування продажів підприємства дозволить не тільки покращити збут продукції, а й оптимізувати витрати підприємства та сформувати оптимальні запаси продукції на складі, що в свою чергу забезпечить підвищення ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства.

#### Аналіз останніх досліджень та виділення невирішених частин загальної проблеми.

Проблема прогнозування обсягів продажів знаходиться у центрі уваги науковців не одне десятиріччя. Так у роботі Суворова О. В. [1] розглянуті основні види прогнозів і запропоновано найбільш простий розрахунок коефіцієнта сезонності. Івченко Б. П. [2] визначив методи розрахунку ефективності прогнозів та встановив завдання, які вони повинні задовольняти. Питанням прогнозування розвитку сільськогосподарського ринку присвячені роботи

Михайлової Л.І., Неженець О.П. [3] та інших вчених. Але визначення прогнозів обсягів продукції на рівні підприємства є складним завданням, що потребує проведення подальших досліджень і вимагає від науковців створення методики, яка б урахувала як складність впливу зовнішніх факторів, так і можливість застосування на підприємстві.

**Формування цілей статті.** Метою дослідження є аналіз методів прогнозування сільськогосподарської продукції та розробка методики складання прогнозу на прикладі діяльності конкретного підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Прогнозування – зіставлення планів розвитку, становища, розширення чогонебудь на основі вивчення обґрунтовано відібраних даних. Прогноз - це результат процесу планування, виражений в словесній, математичній, графічній чи іншій формі судження про можливий стан фірми та її середовища у майбутній період часу [2]. Види прогнозів класифікуються за певними ознаками. (рис. 1). Існує велика кількість готових моделей, систем, методів побудови прогнозів.

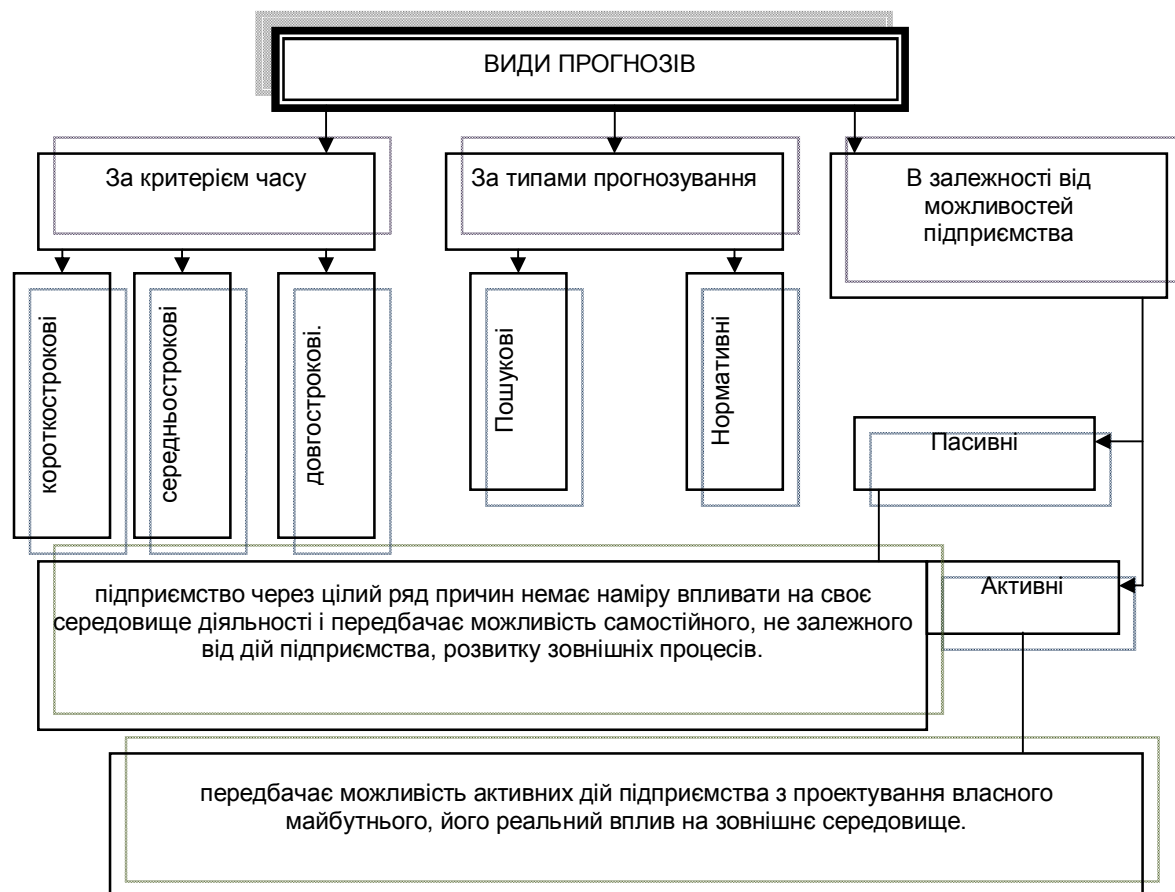


Рисунок 1. Класифікаційні ознаки прогнозів

Більшість із них формальні, тобто представлені у вигляді математичних формул, законів. Проте на практиці вони важко застосо-

вуються і мають мало спільного із дійсністю. Сільськогосподарські підприємства мають свої особливості. Тому важливо проаналізувати і за-

**Характеристика методів прогнозування**

Метод	Недоліки	Переваги	Актуальність на с/г п-ві
Класичний метод (Бокса-Дженкінса)	Не враховує сезонності, складність у використанні.	Дозволяє дослідити частотну структуру випадкових процесів	-
Трендовий метод: • ковзаючого середнього; • метод Хольта;	Не враховує фактори сезонності. -	- Враховує сезонність	- +
Статистичний метод	Залежить від специфіки роботи	Можна прогнозувати велику кількість показників (виручка, продаж у натур. од, кількість операцій)	+

За результатами табл. 2 пропонується провести розрахунок методів прогнозування за допомогою статистичного методу, який найбільше відповідає потребам сільськогосподарського підприємства. Пропонується проведення

розрахунків провести на прикладі діяльності ПА «Ватал», що є приватним сільськогосподарським підприємством. Проаналізуємо продажі підприємства по місяцям протягом трьох років (рис. 2) за класичним методом.

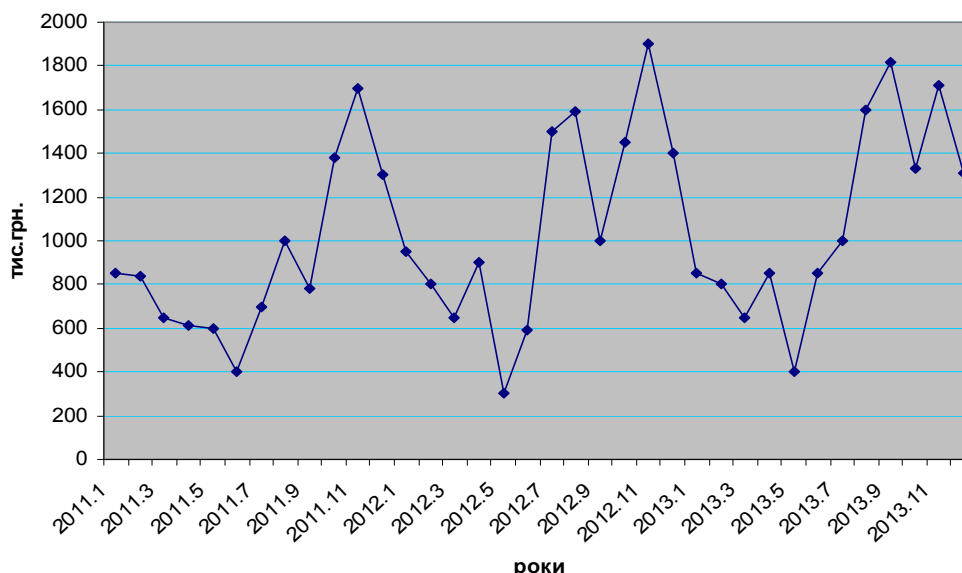


Рисунок 2. Обсяг продажів ПА «Ватал» 2011-2012 рр.

Аналізуючи обсяги продажів підприємства (рис.2) можна спостерігати значну залежність від сезонності, що, на думку автора, є найвпливовішим чинником при прогнозуванні, тому пропонується використання статистичного

методу, який враховує сезонність, як основну відмінну рису сільськогосподарських підприємств. Методика проведення розрахунку подана на рис.3.

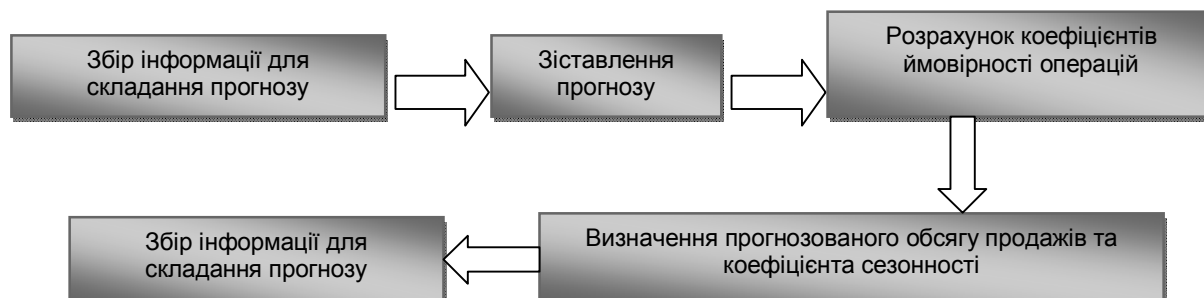


Рисунок 3. Алгоритм розрахунку прогнозу

На першому етапі проводиться збір | необхідних дані по продажам за визначені

періоди та будується прогноз за групами продукції. Дані об'єднуємо у загальну таблицю і групуємо за місяцями (табл. 2).

Таблиця 2

**Згруповані дані обсягів продажу за місяцями**

Часовий період	Зерно ,тис. грн.	Соняшник, тис. грн.	Цукровий буряк, тис. грн.	Всього, тис. грн.
2012-1	450,3	451,6	-	901,9
2012-2	305,5	498,0	-	803,5
2012-3	680,4	-	-	680,4
2012-4	854,3	-	-	854,3
2012-5	401,4	-	-	401,4
2012-6	894,5	-	-	894,5
2012-7	1000,2	-	-	1000,2
2012-8	1472,3	-	-	1472,3
2012-9	1408,7	395,7	50,5	1854,9
2012-10	678,95	604,3	114,25	1397,5
2012-11	632,1	694,4	468,0	1794,5
2012-12	205,9	767,18	498,52	1381,6
Всього	8984,55	3321,18	1131,27	13437,0

Згідно з наступним етапом алгоритму зіставляємо прогноз обсягів продажів продукції на рік із урахуванням фактору сезонності, а також в обов'язковому порядку зіставимо прогноз для трьох «сценаріїв», а саме: песимістичного,

оптимістичного та реалістичного. Тобто потрібно визначити ймовірність здійснення операції. Кожній операції відповідає свій коефіцієнт, на який множиться сума операції для обліку у прогнозі продажів (рис.4).

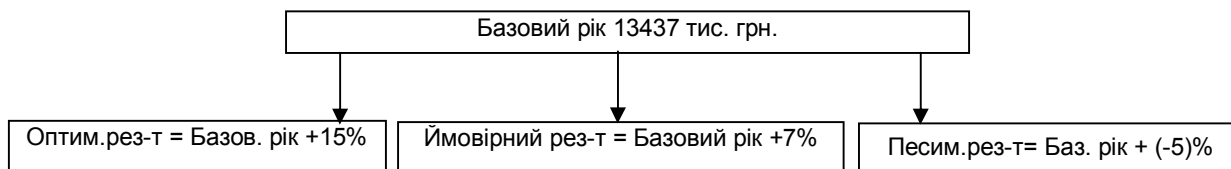


Рисунок 4. Ймовірність здійснення операції

Проведемо необхідні розрахунки:  
 1. Оптимістичний результат:  $13437 \times 1,15 = 15452,55$  тис. грн.  
 2. Ймовірний результат:  $13437 \times 1,07 = 14377,59$  тис. грн.

3. Песимістичний результат:  $13437 \times 0,95 = 12765,15$  тис. грн.  
 Коефіцієнт прогнозу ймовірності (КП) розраховується за формулою 1.

$$КП = \frac{(\text{Оптиміст.результат} + \text{Ймовірн.результат} + \text{Песимест.результат})}{3} \quad (1)$$

К.П.= ( 15% + 7% + (-5%)): 3 = 5,67 %  
 Знаходимо коефіцієнт екстраполяції, заснований на середньорічних темпах приросту продажів підприємства в минулі роки. На четвертий рік ( використовуючи дані за три роки, можемо знайти два коефіцієнта) за інших рівних умов

можливо екстраполювати темп приросту при розробці плану продажів. Розрахуємо коефіцієнт екстраполяції (формула 2), використавши підсумкові продажі із рис. 2. та представимо результати у вигляді табл. 3.

$$KE = \frac{(\%приросту \frac{2009}{2010} + \%приросту \frac{2011}{2012})}{2} \quad (2)$$

Таблиця 3

**Розрахунок коефіцієнту екстраполяції**

Показник	2010		2011		2012	
	10881,4		12927		13437	
Сума приросту	12927	-	10881,4	=	2045,6	2009/2010
Сума приросту	13437	-	12927	=	510	2011/2012
% приросту 2009/2010	2045,6	:	10881,4	=	18,7	%
%приросту 2011/2012	510	:	12927	=	3,95	%
Коефіцієнт екстраполяції	18,7	+	3,95	:	2	11,33

При перевірці щомісячних даних за рис. 2 можна виявити, що пік закупок сільськогосподарської продукції приходить на літні та осінні місяці, а в зимові, навпаки, -

відбувається значне зниження. У самій простій формі індекс продажів визначається як відношення середнього рівня за відповідний місяць до загального обсягу продажів (табл.4),

або середнього значенню. Результати розрахунку індексу продажів по відношенню до загального

обсягу продажів та до середнього значення наведено у табл.4,5.

Таблиця 4

**Розрахунок індексу продажів по відношенню до загального обсягу продажів**

Період	Продажі (тис. грн.)	%
2012-1	901,9	7
2012-2	803,5	6,08
2012-3	680,4	5
2012-4	854,3	6,2
2012-5	401,4	3
2012-6	894,5	7
2012-7	1000,2	7,44
2012-8	1472,3	11
2012-9	1854,9	14
2012-10	1397,5	10
2012-11	1794,5	13
2012-12	1381,6	10,28
-	13437	100

Таблиця 5

**Розрахунок індексу продажів по відношенню до середнього значення**

Період	Продаж (тис. грн)	Розрахунок середньомісячного обсягу продажів	Розрахунок індексу продажів (ІП)	%
2012-1	901,9	$C.O.P. = \frac{\text{Обсяг продажів за рік}}{12 \text{ місяців}}$	$ІП = \frac{\text{Обсяг продажів за місяць}}{C.O.P.}$	81
2012-2	803,5			72
2012-3	680,4			61
2012-4	854,3			76
2012-5	401,4			36
2012-6	894,5			80
2012-7	1000,2			89
2012-8	1472,3			131
2012-9	1854,9			166
2012-10	1397,5			124
2012-11	1794,5			160
2012-12	1381,6			123
Всього	13437	1120		

Проведені розрахунки дають змогу визначити значення прогнозу продажів конкретного виду

продукції підприємства на січень 2013 року (табл. 6).

Таблиця 6

**Розрахунок продажу с/г продукції на січень 2013 року, т.**

	Загальний обсяг продажів за 2012 р.	К.У.	Приріст по К.В.	Приріст по К.Е.	Всього	Прогноз (для січня)
Зерно	13437	64,2%	5,67%	11%	10867	7%
Розрахунок		8627	762	1478		940

де: К.У. - коефіцієнт участі в загальному обсязі;  
К.В. - коефіцієнт прогнозу ймовірності;  
К.Е. - коефіцієнт екстраполяції.

**Висновок.** Прогнозування та зіставлення прогнозу реалізації продукції є одним із складних завдань кожного підприємства. Прогноз продажів підприємства дозволяє покращити управління збутом продукції, а також підготувати необхідні ресурси для її ефективного виробництва та зберігання. При налагодженій системі прогнозування виробники отримують можливість організувати і завершувати виробництво для кожного сезону і своєчасно розпочинати підготовку для виготовлення продукції наступного сезону.

Розрахувавши коефіцієнт сезонності, який

становить 7% (в грошовому вираженні для досліджуваного підприємства 940 тис. грн.) потрібно врахувати, що якщо не збільшити випуск (виробництво) продукції, то підприємство втратить прибуток в розмірі 940 тис. грн. Тобто, виходячи з прогнозу, видно на скільки потрібно збільшити обсяг реалізованої продукції для того, щоб не втратити прибуток. Виходячи з цього, подальше дослідження потрібно проводити в напрямку розрахунку потрібного обсягу посіву площ для вирощування продукції, а також визначенні СОБ, для яких необхідно проводити розрахунок коефіцієнту сезонності.

**Список використаної літератури:**

Вісник Сумського національного аграрного університету

1. Суворов А. В. Методы построения макроэкономических сценариев социально-экономического развития. Проблемы прогнозирования. №4, 1993 г. – С. 27 – 39
2. Ивченко Б. П. “Информационная микроэкономика”. Часть 1. Методы анализа и прогнозирования / Б. П. Ивченко, Л. А. Мартыщенко, И. Б. Иванцов. Издательство “Нордмед-Издат”, 1997 г. – 160 с.
3. Михайлова Л. І. Сучасний стан і прогнози розвитку світового ринку цукру /Л. І. Михайлова, О. П. Неженець //Вісник СНАУ, Серія «Економіка і менеджмент», випуск 4 (52), 2012. – С. 3
4. Романенко И. В. Социальное и экономическое прогнозирование: Конспект лекций. Издательство Михайлова В.А., 2000 г. – 64 с.
5. Консультування [Електроний ресурс] // Бізнес–бібліотека. Режим доступу - <http://www.marketing.spb.ru/>

*В статті проаналізовані види прогнозів, вибран вид прогноза, що відповідає вимогам сільськогосподарського підприємства, проведено розрахунок прогнозованого обсягу реалізації в залежності від обсягів продаж передьдущих періодів сільськогосподарської продукції.*

**Ключевые слова:** прогноз продаж, методи прогнозування, сценарії прогнозів, розрахунок продаж підприємства.

*The paper analyzed the types of forecasts, forecast types selected, subject to the farm, the calculation of projected sales, depending on the volume of sales of agricultural products prior periods.*

**Keywords:** sales forecast, forecasting methods, scenario forecasts, calculate sales company.

Дата надходження до редакції: 20.04.2013 р.  
Резензент: к.е.н., доцент Клецова Н.В.

УДК 331.101.26

## **ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДІВ І ПРИЙОМІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВІД КЛАСИЧНИХ ПАРАДИГМ ДО СУЧАСНОГО ОСМИСЛЕННЯ**

**Карім Дхяб Ахмед**, аспірант, Європейський університету

*В статті наведено дослідження автора щодо зміни концепцій методів і прийомів управління персоналом від ретроспективного тлумачення до сучасного розуміння.*

**Ключові слова:** управління, персонал, робоча сила, трудові ресурси, еволюція, концепція.

**Актуальність.** Конкурентоспроможність трудових ресурсів окремої країни визначається безліччю факторів, серед яких важливе місце займає трудовий потенціал. Від ефективності використання трудового потенціалу країни в значній мірі залежить підвищення рівня зайнятості населення за допомогою залучення в господарський оборот інших економічних ресурсів: капіталу, інформації, природних ресурсів. Цей факт пояснюється тим, що трудовий потенціал країни в значній мірі реалізується через систему виробничих відносин і через господарський механізм території, систему управління, які склалися на даний момент.

**Постановка проблеми.** Еволюція різноманітних форм управління персоналом змінила відношення до працівників як до “робочої сили” концепцією “людського капіталу”, що дозволило більшості підприємств вийти на новий рівень свого розвитку. Формування інформаційного суспільства змінило відношення до ролі людини у виробничій діяльності підприємств як до найціннішого репрезентанту трудового потенціалу держави і нації і потужного фактору соціально-економічного розвитку [2, с.66; 4].

**Результати.** Походження концепції “трудо-вих ресурсів” бере свій початок у змінах, що відбулися в ході промислової революції у Великобританії і США наприкінці XIX ст., а пізніше і в інших країнах. Після появи нових технологій від-

бувся новий поділ праці, пов'язаний зі спрощенням і стандартизацією завдань. Відомий американський фахівець теорії управління Т. Давенпорт [6] описав модель переходу від традиційних методів до нових підходів в формуванні і використанні трудового потенціалу підприємства, заснованим на управлінні знаннями, формуванні корпоративних співтовариств і інтелектуальному лідерстві.

Спрямованість на працю кваліфікованих робітників замінилася орієнтацією на працю мало-кваліфікованих (напівкваліфікованих) працівників. Більш низький рівень майстерності і мотивації цих робітників вимагав прямого та безпосереднього контролю, необхідного для формування навичок, що потрібні для виконання часто повторюваних завдань і гарантування якості їхнього виконання. У системі формування і використанні трудового потенціалу підприємства з'явилася нова ключова фігура – супервізори-контролери (supervisors). Крім вирішення великої кількості технічних і логістичних завдань, пов'язаних із управлінням виробництва в цілому, на цю нову категорію керівників були покладені функції наймання, залучення, розміщення, мотивації, оцінки, винагороди працівників і контролю за їх дисципліною. Вони також установлювали необхідний рівень вихідної підготовки найманих працівників. У табл.1 подана еволюція концепцій в системі