

РОЛЬ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Досліджено роль зв'язків з громадськістю в системі фінансового менеджменту організації. Визначено основні завдання PR у сфері фінансових відносин.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, комунікація, фінансовий менеджмент.

Вступ. Конкурентоспроможність, фінансова стійкість і прибутковість організації (підприємства, установи та ін.) досягаються за рахунок правильного ведення фінансової діяльності, що передбачає управління активами, структурою капіталу, витратами, інвестиціями, рухом грошового обігу, прибутком та фінансовими ризиками. Реалізація вищезазначених завдань фінансового менеджменту неможлива без налагодження ефективних зв'язків між учасниками фінансових відносин.

PR-складова системи фінансового менеджменту покликана забезпечити своєчасне отримання і аналіз інформації, зворотний зв'язок з цільовими аудиторіями і ухвалення адекватних управлінських рішень у сфері фінансів. Ефективні зв'язки з громадськістю сприяють мобілізації резервів збільшення ринкової вартості підприємства, підвищенню ліквідності, інвестиційної привабливості, рівнів фінансової стійкості та інформаційної прозорості підприємства.

Аналіз основних досягнень і літератури. Організації систем фінансово-економічного управління та їх інформаційно-комунікативного забезпечення на підприємствах присвячено праці І. Бланка, Є. Брігхема, В. Василенка, А. Гончарова, О. Крайник [2–6] та ін. Серед науковців, в працях яких вирішуються питання підвищення інформаційної прозорості та удосконалення управління ринковою вартістю компаній, слід відмітити В. Білоуса, С. Львовичкіна, А. Нікітіна, В. Опаріна, Г. Почепцова, В. Суторміну, Є. Тихомирову, В. Федосова [1, 7-10] та ін.

Водночас, у працях, як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, недостатньо уваги приділяється визначенню місця і значення зв'язків з громадськістю в системі фінансового менеджменту підприємства.

Мета дослідження, постановка задачі. Метою статті є обґрунтування ролі зв'язків з громадськістю і їхніх завдань у системі фінансового менеджменту.

Матеріали досліджень. Будучи складовою системи управління підприємством, фінансовий менеджмент займає в ній центральне місце. Він дозволяє координувати результати та підвищувати ефективність операційного менеджменту, маркетингового менеджменту, менеджменту персоналу та інших складових за-

гального менеджменту.

Будь-який управлінський вплив здійснюється з певною метою. Якщо говорити про мету фінансового менеджменту, то в різних джерелах можна зустріти різні підходи до її визначення [2, 3, 5, 6]. Серед найбільш поширених можна виділити такі: зростання обсягів виробництва та реалізації, отримання максимального прибутку, мінімізація витрат, лідерство в боротьбі з конкурентами, уникнення банкрутства та крупних фінансових втрат, забезпечення рентабельної діяльності.

Завдання фінансового менеджменту можна поділити на два блоки: управління зовнішніми фінансами; внутрішньовиробничий облік і контроль [6, с. 8-9]. Так як виконання вищезазначених завдань фінансового менеджменту пов'язано з інформаційним обміном, на думку Є.Тихомирової, зараз ніхто вже не сумнівається в тому, що добре продумана і реалізована програма фінансових зв'язків з громадськістю здатна значно поліпшити репутацію і ринкову популярність компанії, яка успішно працює [9, с. 464].

Відомі представники вітчизняної школи фінансів В. Федосов, В. Опарін, С. Львовичкін стверджують, що «інформаційні послуги», поряд з фінансовим консалтингом, аудиторськими перевірками, фінансовою аналітикою відіграють надзвичайно важливу роль у функціонуванні фінансової системи і фінансової діяльності суб'єктів господарювання [10]. Тому їх, безперечно, слід відносити до фінансової інфраструктури.

Під зв'язками з громадськістю у системі фінансового менеджменту розуміють функцію менеджменту, спрямовану на налагодження і підтримання комунікацій між організацією та учасниками фінансових відносин. У результаті здійснення комунікації зацікавлені сторони мають сформувані певне уявлення щодо фінансової ситуації у внутрішньому і зовнішньому середовищі організації та перспектив змін його параметрів. PR-комунікації забезпечують оприлюднення фінансових показників, комплекс заходів щодо забезпечення прозорості фінансово-господарської діяльності, забезпечення зворотного зв'язку з учасниками ринку капіталів.

Об'єктом фінансових PR є як зовнішні (інвестори, фінансові посередники, банківські установи, органи державного управління і місцевого самоврядування,

податкові адміністрації, фінансові аналітики, фондові біржі, ЗМІ), так і внутрішні (персонал, адміністрація) цільові аудиторії.

Головне призначення зв'язків з громадськістю в системі фінансового менеджменту – вирішення проблем інформаційної асиметрії між суб'єктами фінансових відносин, інформаційне забезпечення власників корпоративних прав, керівництва і персоналу організації, налагодження партнерських відносин з банками, клієнтами, постачальниками, страховими компаніями та іншими учасниками комунікативних процесів.

Здійснення PR-комунікації у фінансовій сфері потребує дотримання таких основних принципів [9, с. 465]: послідовності (передбачає безперервність у побудові відносин з цільовими аудиторіями); активного просування успіху (про власну фінансову стійкість та позитивні зміни необхідно активно і своєчасно інформувати громадськість); ініціативності контактів (ініціатива повинна завжди виходити з організації і випереджати ініціативу з боку інвесторів); постійної, цілеспрямованої і кваліфікованої діяльності.

Зв'язки з громадськістю можна вважати інструментом стратегічного фінансового контролінгу, який спрямований на підвищення ефективності управління ризиками та вартістю підприємства. Від фінансових PR також залежить ефективність залучення інвестицій до організації. При ухваленні рішення про доцільність вкладень у проекти конкретної організації інвестору необхідно знати становище організації в галузі; прогноз попиту на її товари/послуги протягом наступних декількох років; головних конкурентів організації і її можливості успішно конкурувати з ними; сильні і слабкі сторони її менеджменту та ін. При цьому саме з використанням PR-інструментів доносять до потенційних інвесторів відомості, покликані переконати в інвестиційній привабливості підприємства, підкреслюючи передусім його надійну репутацію та імідж. Надання необхідної інформації щодо діяльності організації також запобігає поширенню помилкової, свідомо викривленої інформації щодо неї.

Завдання PR спрямовані на створення позитивної думки не тільки в макросередовищі (суспільстві), а й у мікросередовищі (сфері професійної діяльності) організації, на формування довіри до неї. Так, наприклад, зусилля, спрямовані на підтримку наявних і потенційних інвесторів, полягають в аналізі інвестицій, реального стану інвесторів, їхніх потреб та інтересів, у своєчасному та

об'єктивному інформуванні про зміст рішень адміністрації та фінансовий стан. Особливу роль у зв'язках з інвесторами відіграють річні звіти організації. Спеціалісти зі зв'язків з громадськістю беруть активну участь у підготовці виступу керівництва організації на засіданні, присвяченому підведенню підсумків щодо фінансової діяльності організації. За допомогою засобів PR можна проводити й інші заходи щодо підтримки контактів з акціонерами, наприклад, запрошувати їх на кіноогляди, дні відкритих дверей, круглі столи, надсилати копії відомчих газет, відеофільмів. Завоювання симпатій власників акцій та їхньої підтримки може виявитися неоціненним у разі небажаних спроб перекупити акції, крім того, може полегшити завдання щодо збільшення розміру капіталу під час випуску нових акцій, що зазвичай поліпшує фінансовий стан організації, її репутацію в банківських, торговельних та інших колах. Таким чином, зв'язки з громадськістю у відносинах з інвесторами здатні забезпечити ефективність, яка робить наявність PR-підрозділів у фінансових структурах не лише бажаною, але й обов'язковою.

Одним із напрямів PR-діяльності в системі фінансового менеджменту є інформаційне забезпечення роботи на фондовому ринку з цінними паперами. Цінні папери є досить досконалою формою існування капіталу, через них здійснюється значна частка інвестування. Вони сприяють перерозподілу капіталу між галузями, суб'єктами ринку, територіями, групами, верствами населення та виконують інші важливі соціальні функції. До важливих засобів PR належать специфічна інформація для окремих аудиторій; заяви керівництва для преси, реклама; загальна інформація про емітента – державу, підприємство, установу, організацію, що випускає в обіг грошові знаки, цінні папери, платіжно-розрахункові документи, звіти та інші відомості про господарську діяльність.

Відокремленою сферою управління зв'язками з громадськістю у системі фінансового менеджменту є фінансові ризики і антикризові комунікації. Антикризові PR – це комплекс високоефективних технологій, які орієнтовані на прогнозування, вияв і усунення кризи, управління і вихід із неї, а також пом'якшення її наслідків. Антикризові комунікації мають включати підготовку до фінансової кризи: аналіз можливого набору проблем, підготовка плану, відбір команди, забезпечення засобами зв'язку, тренування, ділові ігри, написання кризових сценаріїв. Кризовий сценарій включає встановлення пріоритетів та вразливих сторін діяль-

ності організації, створення набору питань та рішень для кожної потенційної фінансової кризової ситуації, чіткий опис двох основних завдань перших годин початку кризи (доба), розробка стратегії стримування, а не просто реагування на кризу.

Мета антикризових зв'язків з громадськістю – позиціонування діяльності організації, прогнозування своїх версій того, що відбувається, протиставлення їх небажаним фактам і подіям, переконання громадськості в тому, що організація зробила висновки з кризи і працює над виправленням своєї діяльності з урахуванням наслідків кризи. Завдання антикризових комунікацій полягає в забезпеченні такого впливу на комунікативні потоки, який би попередив перетворення кризової ситуації на кризу довіри з боку внутрішнього і зовнішнього середовища.

Результати досліджень. Узагальнюючи аналіз літератури відомих дослідників проблем комунікації у різних сферах людської діяльності, зокрема у сфері фінансів [1-10], можна окреслити такі основні завдання, які мають вирішувати PR в системі фінансового менеджменту:

- встановлення та постійне розширення контактів з потенційними інвесторами та пов'язаними з ними організаціями;
- створення атмосфери довіри між організацією та цільовими аудиторіями;
- повне і точне інформування інвесторів та акціонерів щодо різних аспектів діяльності підприємства, створення чіткого уявлення інвесторів про рентабельність підприємства;
- організація конкурсів інвестиційних проектів та їх інформаційне забезпечення;
- лобіювання інтересів підприємства на різних рівнях владних структур;
- систематичне здійснення комунікацій зі ЗМІ з проблем фінансової політики підприємства;
- розробка чіткого та зрозумілого плану комунікацій на випадок виникнення фінансової кризи;
- моніторинг ЗМІ щодо питань фінансової діяльності підприємства, партнерів, конкурентів, державної політики у сфері фінансів;
- систематичне вивчення цільових груп громадськості, моніторинг громадської думки та вплив на неї.

Висновки. Враховуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки. Зв'язки з громадськістю відіграють важливу роль в будь-яких управлінських процесах організації, зокрема в процесах управління фінансовими відносинами. Роль зв'язків з громадськістю в системі фінансового менеджменту організації можна окреслити наступними позиціями. Методи і інструменти паблік рилейшнз:

- забезпечують життєздатність організації, розвиток її потенціалу шляхом реалізації поставлених цілей і завдань;
- виступають важливим інструментом для розробки правильних і ефективних управлінських рішень у фінансовій сфері організації;
- перебирають на себе частину ризиків, пов'язаних з реалізацією фінансової політики в організації;
- беруть певну участь у формуванні фінансово-економічних відносин у суспільному житті;
- забезпечують стабілізацію фінансового стану підприємства;
- запобігають виникненню кризових фінансових ситуацій;
- сприяють адаптації підприємства до ринкових перетворень, стимулюванню інвестиційної привабливості залежно від складності ситуації та умов зовнішнього і внутрішнього середовища організації.

Подальший розвиток і удосконалення комунікативного простору фінансового менеджменту повинні передбачати: переосмислення феномену зв'язків з громадськістю у системі управління фінансами; планування організаціями стратегії управління фінансовими PR; підвищення рівня комунікативної компетентності працівників фінансових служб.

Список літератури: 1. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності / В.С. Білоус. – К.: КНЕУ, 2005. – 275с. 2. Бланк И.А. Финансовый менеджмент/ И.А.Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2001. – 527 с. 3. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту/ Є.Ф. Брігхем. – К.: КП «ВАЗАКО» Видавництво «Молодь», – 2006, – 541 с. 4. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством/ В.О.Василенко. – 2-ге вид., випр. і доп. К.: ЦНЛ, 2005 – 501 с. 5. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент/ А.Б.Гончаров. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005 р. – 240 с. 6. Крайник О.П., Клепикова З.В. Фінансовий менеджмент/ О.П.Крайник, З.В.Клепикова. – К. – Львів: «Дакор», «Інтелект», 2001, с.8–9. 7. Нікітін А. В. Маркетинг у банку / А.В.Нікітін. – К.: КНЕУ, 2001. – 170с. 8. Почетцов Г.Г. Паблік рилейшнз / Г.Г. Почетцов. – К.: Т-во «Знання», 2006. – 327 с. 9. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю / Є.Б.Тихомирова. – Київ: НМЦВО, 2001 – 560 с. 10. Федосов В., Опарін В., Львовчкін С. Фінансова реструктуризація в Україні: проблеми і напрями: Монографія / В.Федосов, В.Опарін, С.Львовчкін. За наук. ред. В. Федосова. – К.: КНЕУ, 2002. – 387 с.

Надійшла до редакції 17.03.2013

УДК 659.4:336

Роль зв'язків з громадськістю в системі фінансового менеджменту організації / Терещенко Д. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – №7(981). – С. 137–144. – Бібліогр.: 10 назв.

Исследована роль связей с общественностью в системе финансового менеджмента организации. Определены основные PR

Ключевые слова: связи с общественностью, коммуникация, финансовый менеджмент.

The role of public relations is investigational in the system of financial management of organization. The basic tasks of PR in the sphere of financial relations are defined.

Key words: public relations, communication, financial management.

УДК 311.2

Д. Н. ТЮРИНА, канд. пед. наук, доц., Харьковський інститут фінансов Українського державного університету фінансов и международной торговли

ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ DATA MINING ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ РЕЗЕРВОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены преимущества применения ассоциативных правил в процессе оптимизации деятельности ресторана путем выявления предпочтений посетителей с помощью средств Data Mining.

Ключевые слова: ассоциативные правила, средства Data Mining статистические методы, прогнозирование, оптимизация.

Введение. Оптимизация деятельности предприятия – наиболее важная задача его системы управления. В свою очередь анализ – это наиболее эффективный метод контроля, то есть является важным элементом системы управления. Однако современные методы анализа, используемые для выявления уровня развития предприятия, его финансового состояния и расчета прогнозных результатов зачастую не могут удовлетворить все потребности субъектов хозяйствования, так как статистические методы анализа не способны обработать большой массив исходных данных, который предприятие или частный предприниматель получает в процессе осуществления своей деятельности.

Средства Data Mining, которые предлагается использовать в процессе проведения анализа деятельности предприятия, зачастую используются в настоящее время в банковском секторе, в страховании, розничной торговле, телекоммуникациях, при сегментации рынка, в развитии автомобильной промышленности, при проведении политики гарантий, при предоставлении авиауслуг, а также в медицине, молекулярной генетике и генной инженерии и прикладной химии.