

потребують значно менших обсягів статистичної інформації, ніж регресійні моделі та когортний метод. Водночас ці методи теж мають свої недоліки. Експертна оцінка потребує належного обґрунтування, а у випадку цільового прогнозу – має бути «підкріплена» планом заходів, що сприятимуть досягненню встановлених орієнтирів [5].

Отже, питання прогнозування потреби ринку праці повинні здійснюватися за допомогою інструментів, що дозволяють використовувати одержувані результати ринку праці.

Список використаної літератури

1. Лісогор Л.С. Прогнозування ринку праці в професійному аспекті [Текст]/ Л. С. Лісогор // Ринок праці та зайнятість населення. – 2012. – № 1. – С. 54-56.
2. Терно А. В. Європейський досвід прогнозування потреби у робочій силі в контексті формування інноваційних перспектив трансформації зайнятості в Україні [Текст]/ А. В. Терно // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Економіка. – 2016. – Вип. 16. – С. 97-103.
3. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: підруч. для студ. вищ. навч. закл. [Текст]/ В. Геєць, Т. Клебанова, О. Черняк, В. Іванов, Н. Дубровіна. – Х.: ВД «Інжек», 2008. – 394 с.
4. Bourmpoula E. ILO Estimates and Projections of the Economically Active Population: 1990–2020 (Sixth Edition). Methodological description, October 2011 [Електронний ресурс] / E. Bourmpoula, S. Kapsos, J. M. Pasteels. – Режим доступу: http://laborsta.ilo.org/applv8/data/EAPPE/eappp_E.html. – Назва з екрану.
5. Human Development Report 2011. Sustainability and Equity: A Better Future for All / United Nations Development Programme (UNDP). – New York, 2011. – 180 p.

Я. Ю. Федоринич

студ. IV курсу

спеціальність: «Менеджмент організацій»

Науковий керівник: к.е.н., доц. Ю. Л. Грінченко

РЕЛІГІЙНІ СКЛАДОВІ МЕНЕДЖМЕНТУ

За останні роки ми спостерігаємо за розвитком різних організацій. Бачимо як вони зростають, змінюють корпоративні цінності, встановлюють нові реформи та стратегії управління бізнесом. На сьогодні досвідчений менеджмент знає майже кожного свого підлеглого та враховує етико-моральні цінності своїх працівників, звісно, якщо персонал є того вартий та цінується на підприємстві.

Якщо подивитись на ведення бізнесу крізь призму релігійно-моральних цінностей, аналізуючи біблійні історії, можна розмірковувати над тим, як слід ставитися до роботи, до співробітників, підлеглих та який повинен бути сучасний менеджмент. Можна досягти своєї поставленої мети на чеснотах.

Можливість використання релігійної моралі у підприємницькій діяльності пояснюються через дві форми мудрості – життєву і трансцендентальну. Перша виникла на потребу встановлення нормальних стосунків з людьми і самореалізації особистості. Життєву мудрість пов'язують перш за все з релігією, освітою, бізнесом: ділова мудрість може показати, як і для чого досягати вигоди, а релігійна має відношення до життя загалом. Трансцендентальна мудрість являє собою глибоке знання, яке формується на основі міркувань, досвіду і спостереження боротьби людини за життя [4]. В іудейських та християнських традиціях ця форма мудрості пов'язана з вірою в Бога і часто поєднується з інтуїтивним сприйняттям взаємозв'язку і єдності всіх речей. «Здатність плисти по сипучих пісках змін і твердо знати, що завжди можна повернутися до тихої та спокійної пристані віри» – ось що може допомогти сучасним підприємцям звести разом «мудрість, роботу і життя» [1].

Прояв мудрості у вчинках називають «ефектом поєднання». Мудрість стає неподільною, коли людина розвиває в собі такі біблійні чесноти, як віра, хоробрість, співчуття, чесність, справедливість. Ці достоїнства є найбільш важливими, оскільки дозволяють вийти за межі свого «єго» і досягти гармонії зі світом. Підприємець має розвивати їх в собі і проявляти їх через свої стосунки з іншими людьми та через управління.

На допомогу сучасним менеджерам пропонуються книги, у яких рекомендується базувати свою роботу на ґрунті християнських цінностей, адаптувати принципи поведінки біблійних героїв до сучасних проблем бізнесу.

Автори книги «Уроки мудрості Соломонової в бізнесі» проводять цікаві, інколи неочікувані аналогії між поведінкою біблійних персонажів і діяльністю сучасних менеджерів та звичайних працівників організацій, щоб продемонструвати сучасникам, як релігійні доброчесності допомагають сьогодні у прийнятті бізнесових рішень.

О. Абрамов у книзі «Біблія у стилі «бізнес» розглядає біблійні події під кутом зору менеджера, наділивши Святе Письмо функцією підручника з менеджменту, пояснюючи за допомогою біблій-

них оповідань його закони – життєвий цикл Айзека Адизеса, теорії Тейлора, Мейо, Макдауелла та інших науковців. Як зазначено у передмові до книги, віруючий ви чи ні – не має значення, оскільки у книзі немає повчань і проповідей: вона – про управління найглобальнішим проектом в історії людства, яке виступає результатом цього проекту [3].

Керівник найбільшого рекламного агентства Скандинавії Й. Кунде використовує поняття «корпоративна релігія», визначену ним як «цілісну концепцію, згідно якої компанія обирає «духовний» менеджмент». З метою об'єднання компанії навколо місії і системи менеджмент має орієнтуватися перш за все на духовні цінності, використовуючи віру, догматику, ритуали [4]. Корпоративна релігія має застосовуватися також для побудови взаємовідносин із зовнішнім оточенням і споживачами продукції.

Необхідність звернення до релігійного фактору у керівництві організацією обґрунтовується тим, що ефективність виробництва хоча і залежить у першу чергу від грамотно організованої структури підприємства і ретельного аналізу інформації, а також від головного чинника на виробничиві–людини, враховуючи етико-моральні та релігійні цінності кожного. Інколи доля винагороджує нас за правильні вчинки не добробутом і грошима, але змінами, які спонукають нас зростати і рухатися далі.

Список використаної літератури

1. Яріко М. О. Менеджмент релігійного туризму в сучасній Україні на прикладі ісламської та католицької спільнот [Текст]/ М. О. Яріко // *Культура України*. – 2014. – Вип. 47. – С. 116-123.
2. Абрамов А. Библия в стиле «бизнес», Бизнес в стиле «библия» [Текст]/ А. Абрамов. – М.: Издательство Би, 2004. – 172 с.
3. Кунде Й. Корпоративная религия [Текст]/ Й. Кунде – С.-Пб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 268 с.

К. Р. Чевтасва

студ. І курсу магістратури

спеціальність: «Менеджмент організацій»

Науковий керівник: д.е.н., проф., О. В. Садченко

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «РИНКУ ПІВНІЧНИЙ»

Маркетинг можна уявити так само і як програмно-цільовий підхід до управління діяльністю підприємства на ринку. Метою цієї, як і будь-якої іншої, системи управління в умовах ринкового виробництва є прибуток, а основою його отримання – завоювання стійких позицій на ринку на базі глибокого і всебічного вивчення