

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету
Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК»
Національна академія природоохоронного та курортного будівництва
Хмельницький національний університет
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Кіровоградський національний технічний університет

Кафедра економіки і організації виробництва КНТУ

НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів, аспірантів та молодих учених*

9-10 квітня 2014 р.

Кіровоград
Видавець Лисенко В.Ф.
2014

УДК 658(075.8)
ББК 65.29я73
Б77

Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (9-10 квітня 2014 р.) – Кіровоградський національний технічний університет. – Кіровоград: Видавець Лисенко В.Ф., 2014. – 166 с.

Редакційна колегія:

д.е.н., проф. Ведерников М.Д., д.т.н., проф. Ветрова Н.М., д.е.н., проф. Грішнова О.А., д.е.н., проф. Левченко О.М., д.е.н., проф. Пасєка С.Р., д.е.н., проф. Петрова І.Л., д.е.н., проф. Семикіна М.В.

У збірнику опубліковано матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств». Публікації відображають результати науково-дослідної роботи, присвячені розгляду різноманітних проблем економічної діяльності підприємств, визначенню соціально-економічних резервів підвищення їх конкурентоспроможності.

Для викладачів, аспірантів, студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Може бути корисним також для підприємців, організаторів бізнесу та менеджерів підприємств.

Рекомендовано до друку Вченою радою Кіровоградського національного технічного університету (протокол № 7 від 24.03.2014 р.)

За достовірність наведених у публікації даних, географічних назв, власних імен, цитат та іншої інформації несуть особисту відповідальність автори тез доповіді.

ЗМІСТ

Бабенко Т.Ю., студ. 2-го курсу магістратури, спец. «Економіка підприємства» СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ РИЗИКІВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ	9
Бабецька М.М., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл. ТУРЕЧЧИНА ЯК НАПРЯМОК ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	10
Базалійська Н.П., викл., Панасюк А.А., студ. ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	11
Базалійська Н.П., викл., Тулупова К. С., студ. ВПЛИВ СТИЛЮ УПРАВЛІННЯ КЕРІВНИКА НА СОЦІАЛЬНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ	12
Балозян Д.Р., студ. спец. економічна теорія ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ.....	13
Бекірова С.Е., к.е.н., ст. викл. МІСЦЕ І РОЛЬ ДЕРЖАВИ В СОЦІАЛЬНІЙ СПРЯМОВАНOSTІ ДІЯЛЬНОСТІ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ	14
Бережной А.В., аспірант ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АР КРЫМ КАК ПРИМОРСКОГО РЕГИОНА УКРАИНЫ	16
Бикова А.О., студ. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН ПРИ ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ ФОРМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	17
Блохіна І.Р., студ. гр. ФК-12 ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	19
Бобир О.О., студ. 2 курсу спец. «Економіка підприємства» ІНОЗЕМЦІ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	20
Бойко М.М., перший заступник директора ТзОВ «Фірма«Надія», аспірант ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА ЇЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....	21
Бондаренко Ю.М. студ. гр. МЕ-11 УКРАЇНА НА РОЗДОРІЖЖІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	22
Бондар К.М., магістр. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗУРУБІЖНИХ КОМПАНІЙ	24
Бутенко Л.Ю., ст. викл., Бондар К. Г., студ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ	25
Бутенко Л.Ю., ст. викл., Захарченко Я.І., студ. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ПОСТІЙНИХ КЛІЄНТІВ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	27
Бутенко Л.Ю., ст. викл., Книш А.І., студ. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	28
Бутенко Л.Ю., ст. викл., Шмельова Н.Ф., студ. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	29
Вдовиченко Л.В., ст. викл., Чернай А.С., студ. гр. АТ-10 ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	31
Волченко А.С., Катюжанська Л.Ю., студ. гр. ЕП-13 ск РЕЗЕРВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	33
Волянська-Савчук Л.В., ст. викл., Довгалюк І., студ. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	35
Волянська-Савчук Л.В., ст. викл., Дудко Р., студ. АВТОМАТИЗОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	36
Гагіна Є. М., студ. гр. ОА-12 МОНІТОРИНГ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ	37
Головчук О.С., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства» АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ПРАЦЕВЛАНШТУВАННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ МУЗИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ.....	39
Гордієнко М. В., студ. гр. ЕП-13, Чумаченко О.С., к.т.н., доц. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ХЛІБОПЕКАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	40
Горпинчук В., Лужняк А., студ. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СПОЖИВЧОГО КОШИКА В УКРАЇНІ	41

Грешнікова М.О., студ. гр. ФК-13М	
ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
Данилюк Ю., магістр. гр. ЕП-13м, Матієнко С.С., викл.	
ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	43
Дворняк О. С., Шишадська К., курсанти факультету менеджменту	
ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	45
Дідух А.О., студ., Кравець І.М., к.е.н., доц.	
БЕЗРОБІТТЯ: СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ	47
Діманова К.Г., магістр. гр. УП-13М	
НЕМАТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ	
ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ	48
Дима Р.С., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»	
РОЛЬ КОЛЕКТИВНОГО ДОГОВОРУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
ПІДПРИЄМСТВА	48
Добровольська Ю.В., студ. гр. ЕП-12	
ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: РОЗВИТОК В СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ УМОВАХ	50
Добровольська Ю.О., магістр. гр. ЕП-13м, Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.	
ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	51
Доренська А.О., асистент, Даркіна В.О., студ. гр. ДІ-11	
СОЦІАЛЬНІ ВАЖЕЛІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ	
РИЗИКОНЕБЕЗПЕЧНИХ ПРОФЕСІЙ	52
Дроботова М.В., к.е.н., доц., Маскіса А.А. студ.	
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ УКРАЇНИ ДО ТРАНСКОРДОННИХ ПРОЕКТІВ «КУЛЬТУРНІ	
ШЛЯХИ»	53
Дубінко Є.В., магістр. гр. ЕП-13м, Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.	
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	55
Євсєєва Д.І., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.	
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	56
Журило І.В., к.е.н., доц., Гетьман Р.В., магістр. гр. ЕК-13М	
ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ:	
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	57
Журило І.В., к.е.н., доц., Желізняк І.Ю., магістр. гр. ЕП-13М	
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК	58
Журило І.В., к.е.н., доц.; Козуля М.М., магістр. гр. ЕП-13МБ	
СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	60
Івасечко В.О., магістр. гр. ЕК-13 МБ	
ІНВЕСТИЦІЇ В ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНІСТЬ ТА РИНКОВА ПРИВАБЛИВІСТЬ.....	61
Ігнатчук Я.М., студ., Гарват О.А., к.е.н., доц.	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ	63
Іщук Л.О., студ. гр. ФК-12	
ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ	
УМОВАХ.....	64
Карпулевська Ю.Е., магістр. гр. УП-13М	
РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	66
Киселева Е.А., магістр., Гайсарова А.А., асистент	
О ПОДХОДАХ И МЕТОДАХ ДИАГНОСТИКИ КРИЗИСОВ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	67
Козир І.С., ст. викл., Шиманська В.О., курсант 4 курсу	
АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	68
Козловський Д. В., студ., Гарват О. А., к.е.н., доц.	
УДОСКОНАЛЕННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....	69
Колесник Н.В., магістр.	
АВТОБУСНІ ТУРИ: ОРГАНІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ.....	70
Косенко В.В., студ. гр. ЕК-12	
ЗАГРОЗА ВТРАТ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	72
Крива І.О., студ. гр. ОА-12	
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАХВОРЮВАНOSTІ НАСЕЛЕННЯ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ	73
Куклюк В.С., студ. гр. УПЕП-10-2	
ПІДВИЩЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ МОБІЛЬНОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	74

Кулик А.О., магістр. гр. ЕП-13м РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНОЇ КАНВИ В МЕЖАХ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ ІНТЕРНЕТ ПРОВАЙДЕРІВ.....	75
Кухар Д. А., студ., Зелена М. І., асистент УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ ЯК СПОСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	77
Лапшин Н.О., магістр. гр. УП-13м УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	78
Легінькова Н.І., к.е.н., доц., Коваленко А.Д. курсант факультету менеджменту ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ.....	79
Легінькова Н.І., к.е.н., доц., Стадник М. А., курсант факультету менеджменту НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	80
Літинська В.А., викл., Гришкіна Ю.М., студ. гр. УПЕПмб-09-1 ТЕМПЕРАМЕНТ В СТРУКТУРІ ОСОБИСТОСТІ	81
Лопушенко К.І., студ., Міщенко Т.М. к.пед.н., доц. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	82
Магдич І.П., аспірант ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ «CASH FLOW WATERFALL» В УПРАВЛІННІ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	83
Малькут В., студ. УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	85
Малькут В.О., студ., Кравець І.М., к.е.н., доц. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	86
Мигаленюк А.В. студ. СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ В УКРАЇНІ	87
Михнюк А.О., магістр. гр. Ек13маг, Прохорова В.В., д.е.н., проф. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	88
Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Грищенко М.М., студ. УКРАЇНСЬКІ АВІАКОРИДОРИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ	89
Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Кошман Ю.С., студ. ВНУТРІШНЄ І ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	91
Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Сапатрило В.В., студ. ФРАНЧАЙЗИНГ В ТУРИСТСЬКІЙ ІНДУСТРІЇ	92
Мороз К. Д., студ. гр. УПЕП-10-1 КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ	94
Нагорна О.В., студ., Волянська-Савчук Л.В., ст. викл. ВПЛИВ КРИЗИ НА КАДРОВУ ПОЛІТИКУ ПІДПРИЄМСТВА	95
Несевра А.І., студ. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕМІГРАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ В УКРАЇНІ	96
Нечипорук О.В., студ., Чернушкіна О.О., к.е.н., доц. ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ.....	97
Олицька Т.А., студ., Кравець І.М., к.е.н., доц. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	98
Орлова А.А., к.е.н., ст. викл., Губанова В.В., студ. гр. ЕК-12 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ.....	99
Орлова А.А., к.е.н., ст. викл., Крива І.О., студ. гр. ОА-12 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ	101
Пантілеєва Ю.С., студ. гр. ОА-12 ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ ТА ЇХ ГАРМОНІЗАЦІЯ.....	102
Папинян С.Л., студ. СУЩНОСТЬ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	103
Петіна О.М., магістр. гр. ЕП-13м РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» ДЛЯ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ (НА ПРИКЛАДІ ВАТ НАСК «ОРАНТА»).....	104

Пилипчук У.О., студ., Зелена М.І., асистент	
СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ КОНФЛІКТІВ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	106
Півторацька Т.В., студ. 1 курсу магістратури, спец. «Економіка підприємства»	
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	107
Плотнікова А.С., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»	
СОЦІАЛЬНІ ЕФЕКТИ ВІД ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ	108
Позняк В.Л., студ. гр. МК-12	
ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ	110
Полякова К.В., Філіпова Н.А., магістр. гр. ОП-13м	
ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	111
Поплавський Є.М., студ. 4 курсу, факультет економіки та управління, Ведерніков М.Д., д.е.н., проф.	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО РОЗВИТКУ	113
Потєєв С.О., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»	
ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	114
Рагуліна І.О., студ. гр. ФК-12	
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СМЕРТНОСТІ І НАРОДЖУВАНOSTІ В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ	115
Романюк Д.М., викл.	
МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТИФІКАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ КЛЮЧОВІ ВИМІРИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ	117
Романюк Л.М., к.е.н., доц., Бондаренко Ю.Г., студ. гр. МБ-13с	
ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ	118
Рубан Е.С., студ. 4 курсу	
ПРИМЕНЕНИЕ АНКЕТИРОВАНИЯ ПРИ ОЦЕНКЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО МОТИВИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ	119
Руденко О.С., студ. гр. ОА-12	
РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ: ДОСВІД ЗАХІДНИХ КРАЇН	121
Руденко О.С., студ. гр. ОА-12	
ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ПРОБЛЕМИ ЯКІСНОГО ВІДТВОРЕННЯ	122
Сало А.В., аспірант	
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	123
Сафина Р.С., студ. гр. ЭП-401	
ОСОБЕННОСТИ ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОМА АЛЮМИНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА АЛЮМИНИЕВЫХ РАДИАТОРОВ МИРАДО	125
Сидорук В.В., студ., Зелена М.І., асистент	
МІСЦЕ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	126
Силка О.О. студ.	
НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	127
Сиротенко А.М., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.	
ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	128
Сіліонов Б.В., магістр. гр. УП-13м	
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕЗЕРВИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	130
Сіренко Ю.С., студ., Дроботова М.В., к.е.н., доц.	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	131
Смутчак З.В., к.е.н., доц., Тімофєєва К., курсант гр. 401а	
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РОБОТОДАВЦІВ В СФЕРІ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	133
Смутчак З.В., к.е.н., доц., Ускова Н.О., курсант гр. 401а	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ РОБОТОДАВЦІВ ТА НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ	134
Солодченко А.А., студ. гр. ЭП-401	
КЕЙТЕРИНГ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	135
Стецик Ю.В., магістр. гр. ФК-13м	
ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ДЕРЖАВНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ	136
Сухаревська М.М., магістр.	
БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ	138

Сушкова О.Є., к.е.н., доц. ЗНИЖЕННЯ СТАВКИ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПОДАТКОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	139
Тарнопольська О.О., студ., Гарват О.А., к.е.н., доц. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ.....	141
Тужилкіна О.В., к.е.н. НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ РОБОТОДАВЦІВ І МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ	142
Федорченко О.О., студ. гр. АГ-11 ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ	143
Федченко А.А., студ. гр. ЗВ-10 СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТЕРМІЧНОГО РІЗАННЯ В МЕТАЛООБРОБЦІ	144
Фесун Ю.В., магістр. гр. ЕП-13м МЕТОДИ АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	145
Хитра О.В., к.е.н., доц., Мамчур О.І., студ. МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	146
Хитра О. В., к.е.н., доц., Сидорук В. В., студ. СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	147
Хоменко М.В., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл. ОРГАНІЧНІ ПРОДУКТИ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	148
Цивінська Т.В., студ. гр. МК-10, Чумаченко О.С., к.т.н., доц. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ШВЕЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	150
Цирфа О., магістр. гр. ЕП-13м, Матієнко С.С., викл. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	151
Черняк А.В., студ. гр. МЕ-11 ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ	153
Шабаров В.В., студ. гр. ОА-12 ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ	154
Шабатин О.І., студ. ПОШИРЕННЯ НОВИХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ НА ПРИКЛАДІ МІСТА БІЛА ЦЕРКВА	156
Шалар Ю.О., студ. гр. ЕП-12СК ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ПІДГОТОВЦІ КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ ПІДПРИЄМСТВА.....	157
Шевченко Ю.В., студ. ЗАХОДИ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ПІДПРИЄМСТВА	159
Шелюженко К.О, магістр. гр. ЕП-13м оцінка стану МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	160
Штундер І.О, к.е.н., доц., Індичук О. студ. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	162
Шушковський А.Г., студ. ПРОБЛЕМИ ПЕРШОГО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	163

СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ РИЗИКІВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

Останнім часом соціально відповідальні інвестиції (СВІ) набули популярності серед інвесторів по всьому світу. Сьогодні успішне функціонування та розвиток промислових підприємств значною мірою залежать від рівня їх соціальної відповідальності. Необхідність обґрунтування соціально відповідальної стратегії розвитку підприємства потребує належного вивчення проблеми ризиків соціального інвестування.

Незважаючи на підвищення актуальності проблеми соціально-інвестиційної діяльності, в теорії і практиці переважає фрагментарний аналіз і вибірковий підхід щодо висвітлення окремих аспектів, зокрема у дослідженні ризиків соціального інвестування. Питання оцінки ризиків соціального інвестування знайшли відображення у роботах таких вчених як Кричевський Н.А., Красіков С.А., Зеленко О.О., Наталенко М.О., Гингазов Р.П., Ковалев А.В. Дж. Дженсон та інші.

Метою даної роботи є визначення економічної сутності та основних видів ризиків соціального інвестування. Проаналізувавши ряд підходів до визначення поняття «соціальні інвестиції» та визначивши суть ризику інвестиційного проекту, можна зробити висновок, що ризик соціального інвестування – це потенційна подія (чи збіг обставин) в майбутньому, що має істотний вплив на недоотримання очікуваних доходів або появу додаткових витрат, а також недосягнення намічених соціальних цілей у результаті соціальної діяльності компанії.

Ризикам соціального інвестування притаманні ті ж властивості, що й іншим інвестиційним ризикам, однак, якщо для інвестиційного ризику основним критерієм є можливість недосягнення прогнозованого рівня доходу, то для ризику соціального проекту є два напрямки, де все може піти не так: інвестиції не досягли намічених соціальних цілей; соціальні інвестиції не досягли прогнозованого рівня доходів, який необхідний, щоб погасити інвестиції [1,17].

Класифікація ризиків соціальних інвестицій повинна формуватися на двоєдиній основі: за характеристикою зовнішніх і внутрішніх факторів виникнення і залежно від можливості управління. [3, 191]. За напрямками інвестування можна виділити наступні ризики СВІ: ризики, пов'язані з інвестиціями в персонал; ризики, пов'язані з інвестуванням в громади; ризики, пов'язані з інвестиціями в ресурсозберігаючі технології; ризики, пов'язані з інвестуванням в навколишнє середовище.

Серед ризиків, що можуть супроводжувати соціальні інвестиції в персонал, слід назвати такі. Ризики роботодавця: перехід працівника в конкуруючу організацію, що призведе до марних інвестиційних витрат з боку роботодавця; розголошення конфіденційної інформації при звільненні; формальний підхід з боку працівників до процесу навчання; навчання не відповідає, в повній мірі, потребам підприємства. Ризики працівників: проблема з практичним застосуванням набутих знань, відсутність умов реалізації трудового потенціалу через невідповідність умов праці умовам модельної ситуації; навчання не відповідає, в повній мірі, потребам підприємства; незацікавленість оточення на підприємстві у професійному навчанні, що зменшує ентузіазм працівника.

Також можна виділити наступні специфічні ризики соціального інвестування: репутаційні ризики; ймовірність дефолту; зниження заставної вартості; втрачені ринкові можливості.

Глобальний Договір ООН є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальній відповідальності бізнесу. Компанії, що не дотримуються 10 принципів ООН, можуть зіштовхнутись з наступними ризиками:

- ризики порушення прав людини—репутаційні ризики, ризики втрати довіри стейкхолдерів, ризик судового переслідування, ризик втрати інвестора;
- ризики недоотримання стандартів праці – зменшення продуктивності праці, висока змінюваність працівників, ризик збільшення витрат на навчання, ризик отримання штрафів, ризики погіршення стосунків з урядом;
- екологічні ризики – ризики неефективного використання ресурсів, екологічні штрафи, репутаційні ризики, втрата споживачів;
- корупційні ризики – юридичні ризики, ризики фінансових втрат, репутаційні ризики [6].

Одним із методів зменшення ризиків є складання нефінансової звітності. Але до цього потрібно ставитись відповідально, адже фінансова звітність теж має свої ризики: можлива критика, дилетантизм і невігластво, ресурсозатратність... Отже, можна зробити висновок, що сьогодні СВІ швидко розвивається. Однак, більшість інвесторів нехтують ризиками СВІ. Мало досліджені ризики СВІ і науковцями. Залишається актуальним питанням щодо подальшого їх вивчення та аналізу.

Література

1. Benedict Rickey, Iona Joy, Sarah Hedley Best to borrow? A charity guide to social investment.— November 2011. – 31p. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.foundationscotland.org.uk/media/8506/Best_to_borrow_A_charity-guide_to_social_investment%5B1%5D.pdf

2. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень КСВ Баюра Д.О.// Теоретичні та прикладні питання економіки.— 2011р.--№24.—с.212-218.
3. Кричевский Н. А. Страхование инвестиций. Учеб. пособие. — М.: «Дашков и Ко», 2005. — 256 с.
4. Прибыткова Г.В. Анализ и оценка рисков предприятий производственной сферы в процессе инвестиционного проектирования/ Прибыткова Г.В.// Вестник МГТУ.—2010г.—том8. -- №2. — с.300-305.
5. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.un.org.ua/>

Бабецька М.М., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТУРЕЧЧИНА ЯК НАПРЯМОК ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Туристичний ринок в Україні перебуває на стадії становлення. Україна є однією з країн, в яких туризм заохочувався державою як активний спосіб проведення дозвілля. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо населення міст, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг. Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби зумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням можливостей України на ринку міжнародного туризму. З країни-реципієнта із дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму [1]. Лідуючі позиції виїзного туризму українських туристів займає Туреччина.

Дослідженню зазначеної проблематики присвячені праці ряду науковців, в тому числі: В.К.Федорченко, В.І.Цибух, А.Т.Матвієнко, М.П.Крачило, С.І.Попович, Г.П.Науменко, С.В.Хлоп'як, І.М.Школа, В.С.Ковешніков, М.І.Долішній, В.Г.Гуляєва, В.Мідлтона, Г.Ф.Шаповала.

Важливим чинником розвитку рекреацій і туризму в Туреччині є її географічне положення. Протяжність морського узбережжя порівняно із загальною площею країни є одним з найбільших показників у світі, що є потужним ресурсом розвитку пляжного туризму і диверсифікації на цій основі всіх інших видів відпочинку [2].

Прихильність українських туристів обумовлена тим, що співвідношення «ціна-якість» туристичних послуг у цій країні найоптимальніше. Рівень сервісу й обслуговування, набір послуг, які пропонують готелі Туреччини вражають своїм різноманіттям. Найпопулярнішими курортами Туреччини є Кемер, Белек, Більдібі, Аланья, а також Бодрум і Мармарис. Ще однією перевагою відпочинку українських туристів у Туреччині є зручне транспортне сполучення. В сезон здійснюються щоденні чартерні рейси до Анталії з усіх аеропортів великих міст.

Турецька Республіка на сьогоднішній день є одним з найважливіших партнерів України в галузі туризму. Співробітництво в цій сфері між обома країнами відбувається згідно з Угодою між Урядом України і Урядом Турецької Республіки про співробітництво в сфері туризму, підписаною 30 травня 1994 року. Державна служба туризму і курортів України активно співпрацює з Міністерством культури і туризму Турецької Республіки. Відповідно до ст. 5 згаданої Угоди створено Міжвідомчу українсько-турецьку комісію з питань туризму, 1-е засідання якої відбулося в травні 1998 року у м. Анкарі, 2-е засідання було проведено в квітні 2002 року у м. Києві та 3-є засідання — в березні 2007 року в м. Анталії.

Сьогодні кількість туристів, що їдуть з України до Туреччини у 20 разів перевищує кількість туристів, що їдуть з Туреччини до України. Якщо в 2011 році, за інформацією Посольства Республіки Туреччина в Україні, цю країну відвідало понад 600 тисяч українських туристів, то Україну, за даними Державної прикордонної служби України, - 30,5 тисяч турецьких туристів [4].

В Україні на турецькому напрямку працює п'ятірка найбільших туроператорів, що мають власну приймаючу інфраструктуру у цих країнах: Tez Tour, Pegas Touristik, TUI + Turtess, Coral Travel, Anex Tour [5].

Таблиця 1

Динаміка кількості туристів за метою подорожі «організований туризм» за 2010-2013 роки до країни виїзного туризму – Туреччини [3]

Рік	2010	2011	2012	2013
Кількість туристів	322984	427269	91462	62811

Проведений аналіз статистичних даних показує поступове зниження популярності цього напрямку, як напрямку організованого виїзного туризму. Найбільша кількість українців відвідала Туреччину в 2011 році. В 2013 році продовжується спад. Можна передбачити подальший спад популярності Туреччини в 2014 році в зв'язку із популяризацією інших напрямів виїзного туризму та нестабільною фінансовою ситуацією в країні, що суттєво підвищить ціни на турпродукт.

Рейтинг виїздів громадян України за кордон за країнами, [3]*

Місце в рейтингу	Рік					
	2011		2012		2013	
	країна	кількість туристів*	країна	кількість туристів	країна	кількість туристів
1.	Туреччина	427 269	РФ	187 732	РФ	68 500
2.	РФ	240 295	Білорусь	96 275	Туреччина	62 811
3.	Єгипет	207 434	Туреччина	91 462	Єгипет	38 669

*Кількість громадян України, які виїжджали за кордон за метою поїздки - організований туризм. За даними Адміністрації Держприкордонслужби України.

Аналіз статистичних даних таблиці 2 свідчить, що Туреччина три роки поспіль займає провідні позиції за популярністю серед країн виїзного туризму, і входить в трійку найбільш відвідуваних країн громадянами України.

Отже, популярність країни можна пояснити як вигідним географічним положенням та багатством туристичних ресурсів, так і свідомими діями влади щодо покращення інфраструктури і якості обслуговування, та просування Туреччини як туристичної країни. Проте, при збереженні популярності Туреччини, число туристів з кожним роком зменшується.

Література

1. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://pidruchniki.ws>.
2. Масляк П.О. Рекреаційна географія. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://pidruchniki.ws>.
3. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Тенденції в туризмі. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://racurs.ua>.
5. Туроператори Турецького напрямку. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://business-tv.com.ua>.

Базалійська Н.П., викл., Панасюк А.А., студ.
Хмельницький національний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Головна мета ефективного управління персоналом полягає в забезпеченні підприємства працівниками, що відповідають вимогам даного підприємства, їх професійної і соціальної адаптації. До передумов підвищення ефективності використання персоналу в системі управління підприємством необхідно відносити ефективне застосування інтелектуального, організаторського, творчого потенціалу персоналу за допомогою покращення змісту праці, її гуманізації, виключення монотонності та беззмістовності праці; забезпечення безпеки та надійності виробничих процесів; забезпечення нормальних умов праці, раціональних режимів праці та відпочинку; визначення здібностей працівника, встановлення характеристик, які безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність праці.

Основними критеріями ефективності використання персоналу, що необхідні для вироблення стратегії управління ним, для постановки та розв'язання питань їх раціоналізації, є [1]:

- часткові, локальні – найменші затрати живої праці на виробництво продукції, найменші затрати матеріальних фінансових ресурсів; найвища рентабельність виробництва; найменша собівартість продукції;
- узагальнюючі – високі темпи продуктивності праці, високі темпи впровадження НТП, найвищі показники використання основних фондів;
- якісні – найкращі умови праці персоналу, дотримання норм і нормативів з праці, випуск продукції вищої якості за оптимальної собівартості.

На сучасному етапі економічного розвитку нашої країни раціональне використання трудових ресурсів є важливим резервом підвищення ефективності виробництва, збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення продуктивності праці та фондівдачі. За останні роки в Україні намагаються змінити застарілу концепцію управління персоналом, але поки що даний процес є недостатньо ефективним. Основною причиною цього є слабка забезпеченість висококваліфікованими кадрами, які здатні творчо, на високому професійному рівні вирішувати складні завдання. На нашу думку, перш ніж змінювати концепцію управління персоналом, доцільно створити прозору систему роботи з персоналом. На даний час існуюча система, неефективність якої все більше очевидна, є майже незмінною ще з радянських часів [2].

В свою чергу, ефективність системи управління персоналом спрямована на підвищення продуктивності праці. Зростання продуктивності праці на будь-якому підприємстві залежить від багатьох

зовнішніх і внутрішніх факторів, що можна об'єднати в три великі групи:

- техніко-технологічні, що визначаються рівнем розвитку та ступенем використання засобів виробництва;
- організаційні, що відображають рівень організації виробництва;
- соціально-економічні, що залежать, насамперед, від людського фактору [4].

Перші два фактори у своїй основі мають техніко-організаційне підґрунтя, а основою соціально-економічного фактору є людина, її потреби та мотивація. На даний момент все більшої ваги набирають концепції управління персоналом, у центрі яких знаходиться людина як найвища цінність. Відповідно до них всі системи управління повинні бути націлені на максимальне повне використання здібностей працівника в процесі виробництва, що є основою ефективної діяльності підприємства (організації, фірми).

Соціально-економічні фактори можуть умовно поділятися на фактори морального і матеріального стимулювання. В обох випадках вони стимулюють зацікавленість працівників у підвищенні своєї продуктивності. Серед основних таких факторів можна виділити зростання заробітної плати, премії та допомоги, можливість самовираження і творчої реалізації, кар'єра, підвищення кваліфікації та інше [3].

Ефективність управління персоналом в умовах ринкової економіки є одним з визначних чинників економічного успіху підприємства. Воно покликане забезпечити сприятливе середовище, в якому реалізується трудовий потенціал, розвиваються особисті здібності, люди отримують задоволення від виконаної роботи і суспільне визнання своїх досягнень. В сфері управління кадрами відбувається послідовне зміщення акцентів від технологічних підходів, які регламентуються змістом трудового процесу до цілісного, системного підходу, в основі якого – довготривалий розвиток трудового потенціалу працівників. Це змістовно змінює “управління персоналом” від простого оперативного рішення проблем, що виникають до визначення майбутніх потреб людей і розвитку їх трудового потенціалу.

Література

1. Завсєгдашня І.В. Комплексна оцінка факторів конкурентоздатності підприємств / Завсєгдашній В.О., Завсєгдашня І.В. // Вісник Криворізького технічного університету: зб. наук. праць. - Кривий Ріг: КТУ, 2006. - Вип. 12. - с.244-250.
2. Кредісов А.І. Менеджмент для керівників. – К.: Знання, 2000. – 556 с.
3. Економіка підприємства: підручник (за ред. С.Ф. Покропивний – Вид. 3-тє без змін) – К.: КНЕУ, 2009. – 528 с.
4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедурі Ф. Основи менеджменту: Пер. з англ. - М.: "Річ", 2009. – 702 с.

Базалійська Н.П., викл., Тулупова К. С., студ.
Хмельницький національний університет

ВПЛИВ СТИЛЮ УПРАВЛІННЯ КЕРІВНИКА НА СОЦІАЛЬНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

В сучасних умовах ефективність функціонування організацій залежить від майстерної управлінської діяльності, тому значення керівництва на підприємствах є актуальним питанням. Зацікавити роботою працівників, вміння керівника створити сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі, застосувати певні мотиваційні та управлінські методи, виявити свої лідерські здібності, вміння спілкуватися та вирішувати конфліктні ситуації - все це залежить від обраного стилю керівництва і впливає на результативність організації.

Тема стилів керівництва визначена науковцями в достатній мірі. Над нею працювали зарубіжні фахівці, такі як: Р. Танненбаум, І. Вешлер і Ф. Масарік, П. Друкер, Ф. Фідлер, В. Врум, Ф. Йеттон, М. Мескон, П. Херси і К. Бланшард. Вони створили моделі і висунули теорії, які отримали світове визнання. Українські і російські учені Ф. Хмель, В. Лозніца, Д. Віханський, В. Веснін теж внесли внесок до розвитку теорії лідерства.

Метою публікації є визначення місця стилів керівництва в системі управління організацією та обґрунтування впливу і ролі стилів керівництва на ефективність функціонування підприємств, організацій.

Стиль – це система, куди входить багатоскладова тріада «індивідуальність менеджера – ситуація – індивідуальність виконавця». З погляду соціального менеджменту стиль діяльності менеджера – найважливіший компонент стратегій. Стиль управління — це манера та спосіб поведінки керівника у стосунках з персоналом, своєрідний психологічний почерк роботи з підлеглими. Головний критерій, закладений у самій сутті управління, залежить від форми реалізації керівником своїх повноважень. Ступінь, до якої керівник делегує свої типи влади, вирішальним чином впливає на манеру його поведінки, на стиль керівництва. Найпоширеніша класифікація стилів — та, яка корениться в уявленні До. Левіна. Відповідно до неї виділяються авторитарний (одноосібний), демократичний (колегіальний) і ліберальний (невтручання) стилі, різняться за рівнем зосередженості керівника функцій керівництва та участі його й керованого ним колективу, у прийнятті рішень.

Керівник який турбується про ефективність своєї роботи, повинен прагнути стати лідером. Поняття "лідер" у порівнянні з поняттям "керівник" є більш містким, оскільки охоплює риси особистості як керівника, так і лідера, тобто, що керівник, який володіє якостями лідера, може здійснювати вплив на працівників з метою впровадження змін в організації, виходу на вищий, якісно новий і модернізований рівень.

Кожен керівник обирає свій стиль управління. У залежності від конкретної ситуації, що складається, найчастіше спостерігається поєднання рис різних стилів із домінуванням якогось одного. Якийсь із трьох стилів знаходить своє реальне втілення в індивідуальному стилі управління. Індивідуальний стиль виражається у практичному застосуванні керівником сучасних принципів управління, основних положень теорій управління, використанні стандартів управління.

Мистецтво керівництва полягає в тому, щоб в даний проміжок часу, в даному місці і для даної групи працівників підібрати такий комплекс управлінських дій, який забезпечить максимальну ефективність роботи групи. Соціальна психологія і менеджмент говорять про те, що для більшості підлеглих при отриманні розпоряджень від менеджера велике значення мають такі фактори, як тон, манера поведінки керівника, конкретні слова. Дуже важливо враховувати і підбирати ролі, які відповідають фаховості для кожного працівника індивідуально.

З таких факторів складається конкретний стиль керівництва. Як правило, він підкріплений досвідом, професійними знаннями, вихованням, системою цінностей керівника, його темпераментом, тобто всім, що визначає особистість.

Нова управлінська парадигма приділяє величезну увагу таким чинникам, як лідерство і стиль керівництва, кваліфікація і культура тих, що працюють, мотивація поведінки, взаємини в колективі і реакція людей на зміни, тому керівник повинен бути психологом, бо правильно вибраний стиль керівництва підвищує якість і результативність роботи, впливає на результати діяльності колективу. Поведінка керівника, його вміння керувати підлеглими створює здоровий клімат в колективі, сприяє розвитку творчої ініціативи працівників, що в кінцевому результаті дає не менший виробничий ефект, ніж автоматизація праці.

Отже, роль стилів керівництва велика, так як вони впливають на показники діяльності організації, психологічний клімат в колективі, виконавчу дисципліну. Для того, щоб складна організація ефективно виконувала свої завдання необхідно забезпечити виконання всіх функцій управління. Існує багато поглядів на стилі керівництва, але не існує універсального, найкращого, який веде до максимальної ефективності організації, тому завдання керівника — такі важелі управління, які б створили найефективніший стиль, придатний для конкретної ситуації. Для досягнення найкращих результатів необхідно намагатись адекватно оцінювати ситуацію, творчо аналізувати об'єктивні обмеження та суб'єктивні можливості їх подолання, прогнозувати наслідки рішень, що приймаються, реально оцінювати можливості підлеглих як керівників, так і виконавців, спиратись та той стиль керівництва, який впливає із психологічних та особистісних характеристик керівника.

Балозян Д.Р., студ. спец. економічна теорія
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору як в нашій країні, так і за кордоном. Корпоративна культура як напрям дослідження перетинається з такими науками, як менеджмент, соціологія, культурологія і психологія.

Корпоративна культура підприємства - це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [1].

Численні дослідження доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін. Недарма основні цінності і призначення таких гігантів, як Hewlett Packard, Procter and Gamble, Sony, Motorola, залишаються незмінними, коли стратегія і практика бізнесу постійно адаптуються до мінливого світу.

Встановлено, що культуру організації характеризують наступні атрибути:

- поділені цінності, тобто що люди цінують у своєму житті, в організації: своє положення, титули, просування по службі, саму роботу;
- віра в керівництво, в успіх, у свої сили, у взаємодопомогу, в етичну поведінку, у справедливість і т.п.;
- комунікаційна система і мова спілкування, тобто використання усної, писемної, невербальної комунікації, аббревіатури, жестикуляції й т.п.;

- усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання: ступінь точності часу у працівників, дотримання тимчасового розпорядку й заохочення за це;
- взаємовідносини між людьми, що розрізняються за віком і статтю, статусом й владою, досвідом й знаннями, релігією й громадянством, а також шляхи й методи вирішення виникаючих конфліктів;
- процес розвитку працівника і навчання: процедури інформування працівників, порядок участі в навчальних програмах, значення процесу підвищення кваліфікації, що використовується в організації – трудова етика й методи стимулювання: ставлення до роботи й відповідальність за доручену справу;
- поділ праці й виконання посадових обов'язків;
- оформлення і чистота робочого місця; якість роботи; оцінка роботи і винагорода; шляхи просування по службі; зовнішній вигляд, одяг, що і як їдять працівники, подання себе на роботі, діловий стиль [2].

На жаль, в українських наукових і ділових колах єдиної думки про корпоративну культуру і її значення поки ще немає. Також не можна назвати повномасштабних вітчизняних досліджень, присвячених її впливу на життєдіяльність підприємств. Але Україна — досить молода держава, і тому, описуючи ці процеси в нашій країні, можна опиратися лише на певні вибіркові дослідження.

Наші бізнесмени вже здобули певний досвід у впровадженні на своїх фірмах цієї культури. Роботи соціологів свідчать:

- 55% сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі вона має бути на підприємстві;
- 40% наших підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій;
- 35 % визнають потребу у ній, але для цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів;
- 25% взагалі вважають її непотрібною [3].

Досліджуючи вплив характеру українців на формування корпоративної культури, варто враховувати, що для нашого народу характерне надання пріоритету не формальному розуму, а нормам морального життя суспільства, які базуються на принципах індивідуальності й людяності, гармонії з природою. У національному характері українців, ментальності, вкорінена низка рис, пов'язаних із властивим для значної частини населення економічним нігілізмом.

Подвійну роль у побудові організаційної культури вітчизняних комерційних структур відіграє індивідуалізм українців, обумовлений специфікою громадського життя. Оскільки утворення акціонерного капіталу здійснюється за принципом «через індивідуальне до колективного», з опосередкованим володінням власністю, ця риса національного характеру сприяє формуванню норм корпоративної філософії. З іншого боку, індивідуалізм призводить до самоізоляції, руйнування організаційних форм упорядкування суспільного, до невміння створювати й утримувати владу, що нині є гальмуючим чинником.

Негативно позначаються й психологічні фактори, пов'язані з недавнім тоталітарним минулим: безініціативність, безпорадність, подвійна мораль, звичка покладатися на опіку держави й водночас не довіряти їй (порушувати закони); так само впливає втрата почуття відповідальності, ірраціональна віра у всесилля «вождів», очікування на прихід «месії», який вирішить усі проблеми.

Усе вищевикладене пояснює важливість порушеної теми для вітчизняного підприємництва, а також те, чому закордонні маркетингові технології найчастіше не приживаються. «Сліпе» впровадження західних норм і методів призводить до жалюгідних наслідків. Глибоке дослідження елементів корпоративної культури потрібне як для сучасної управлінської науки, так і для практики використання цих ідей у діяльності. Світовий досвід ведення господарства переконує, що впровадження в корпоративні відносини норм, дотримання яких створило б атмосферу єдності цілей кожного учасника управління, дає змогу досягати високих рівнів організації діяльності корпорації. Чим сильніша корпоративна культура, тим сильніша компанія, а потужна корпорація є важливою складовою стабільності економічного й громадського життя держави.

Література

1. Корпоративна культура – [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://uk.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура
2. Кислинська В.О. Корпоративна культура підприємства – один із факторів його конкурентоздатності / В. О. Кислинська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/10_kislins_ka%20v.o.doc.htm
3. Скуратівський А. Правова культура у контексті особливостей розвитку соціального буття українського суспільства та національного характеру українців // Вісник УАДУ при Президентіві України. — 2002. — № 1.—С. 255-261.

Бекірова С.Е., к.е.н., ст. викл.

Національна академія природоохоронного та курортного будівництва, м. Сімферополь

МІСЦЕ І РОЛЬ ДЕРЖАВИ В СОЦІАЛЬНІЙ СПРЯМОВАНІСТІ ДІЯЛЬНОСТІ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

Санаторно-курортні заклади, що складають основу санаторно-курортного комплексу країни, незважаючи на відповідні зміни в економіці, залишаються складовою частиною системи охорони здоров'я в Україні, а, отже, соціальної інфраструктури і, таким чином, реалізують відповідні завдання

державної соціальної політики. Функціонування санаторно-курортної системи в Україні базується на сукупності законодавчих і нормативних актів, які держава приймає і реалізує для забезпечення своєї соціальної функції.

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади, що розташовані на різних курортах України, мають свою підпорядкованість. Одна частина таких закладів знаходиться у веденні Адміністрації Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, окремих міністерств, державних комітетів та інших органів державної влади, друга частина знаходиться у веденні корпоративних приватних структур, громадських об'єднань, приватних осіб. Однак незважаючи на свою підпорядкованість, санаторно-курортні та оздоровчі заклади так чи інакше знаходяться під впливом держави, яка за рахунок економічних регуляторів та адміністративних методів може впливати на їх господарську діяльність.

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади – це об'єкти соціальної сфери, а тому держава повинна здійснювати заходи щодо їх економічного регулювання. За рахунок надання санаторно-курортних, оздоровчих і реабілітаційних послуг санаторно-курортні та оздоровчі заклади забезпечують реалізацію соціальної програми держави, формують свої доходи і прибутки, з яких сплачують податки до державного та місцевого бюджетів, що складає основу для майбутнього бюджетного фінансування соціальної сфери. Тобто санаторно-курортні та оздоровчі послуги виступають і як результат, і як основа для реалізації соціальної політики держави.

Роль держави в соціальній спрямованості санаторно-курортних, оздоровчих і реабілітаційних послуг можливо навести у вигляді наступної схеми (рис. 1).

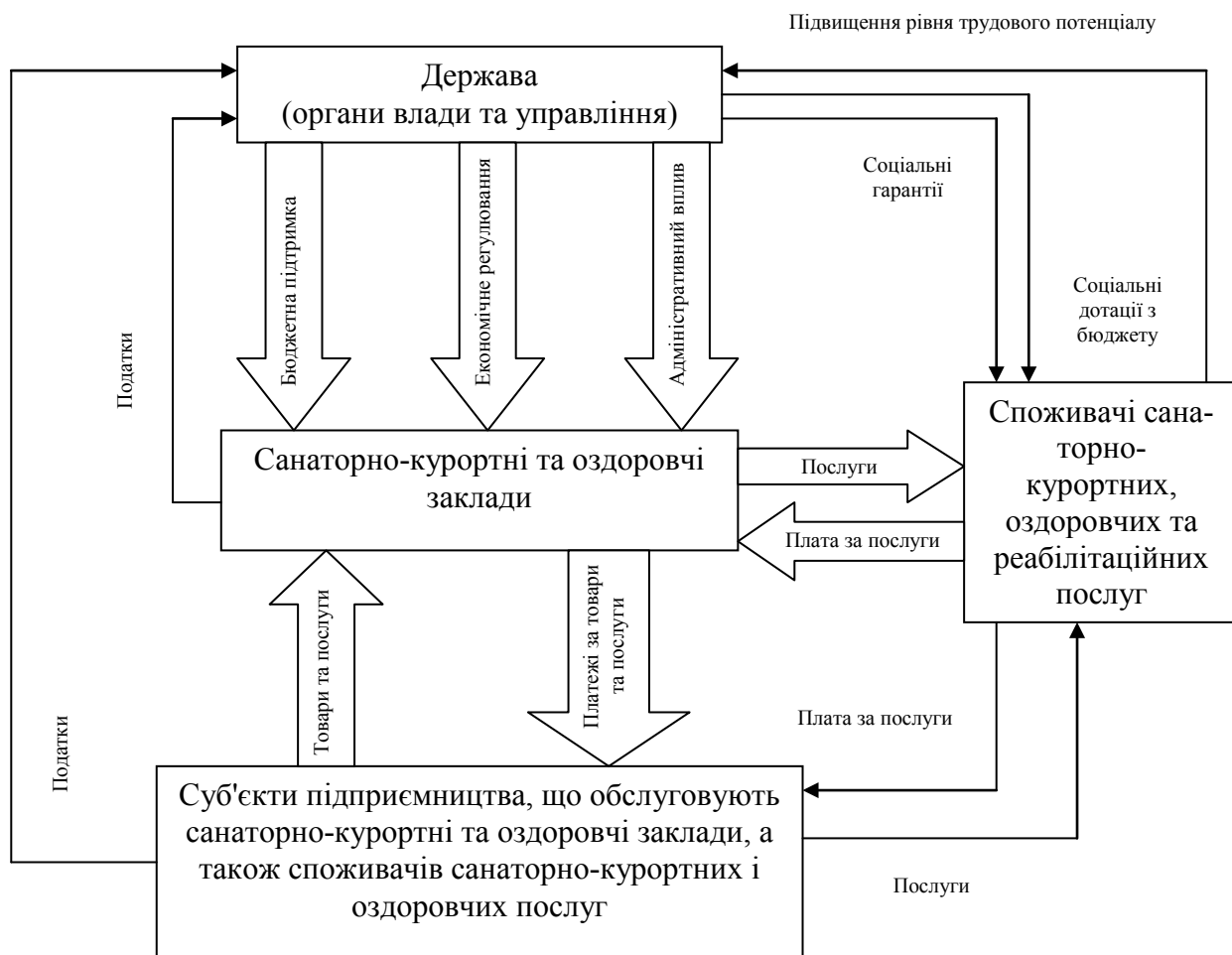


Рис. 1. Роль держави в соціальній спрямованості санаторно-курортних, оздоровчих і реабілітаційних послуг (розроблено автором)

Держава як гарант соціальної підтримки населення за рахунок різних адміністративних та економічних регуляторів, у тому числі бюджетної підтримки, стимулює функціонування санаторно-курортного комплексу. Держава надає соціальні гарантії споживачам санаторно-курортних послуг. Внаслідок таких дій держава забезпечує відновлення фізичних і духовних сил населення, підвищує рівень трудового потенціалу народу.

Від суб'єктів підприємництва санаторно-курортного комплексу та інших суб'єктів господарювання, що обслуговують санаторно-курортні заклади та споживачів санаторно-курортних послуг держава отримує податки на доходи та прибутки. Частина цих податків використовується для забезпечення соціальних гарантій населенню, у т.ч. з надання санаторно-курортних послуг.

Дослідженням місця і ролі держави в соціальній спрямованості діяльності санаторно-курортних закладів займається багато вчених. Зокрема Ю. Мигаліна [1], Л.І. Дмитриченко [2], Л.О. Кобанець [3] та інші. Виходячи з аналізу згаданих наукових праць, можливо дійти до висновку, що державне економічне регулювання санаторно-курортного закладів є невід'ємною частиною загального державного регулювання економіки та їх окремих галузей, комплексів, видів економічної діяльності.

Водночас державне економічне регулювання санаторно-курортних закладів відрізняється від державного регулювання інших галузей, комплексів і видів економічної діяльності і має свої властивості. Це обумовлено тим, що санаторно-курортний комплекс пов'язаний з системою охорони здоров'я населення, а тому його діяльність має соціальне значення. Отже, державне економічне регулювання спрямовується на створення таких умов для суб'єктів підприємництва санаторно-курортних і оздоровчих закладів, а також для споживачів санаторно-курортних послуг, щоб одні мали можливість надавати послуги, а інші могли ними скористатися.

Література

1. Мигаліна Ю. Санаторно-курортні заклади України: бізнес чи соціальна спрямованість: соціальна економіка // Економіст : літопис подій, особистості, ідей, аналітика і дослідження / Ін-т економіки та прогнозування НАН України; ПП «Кроєгіум». — Київ, 2011. — №6 (296). — С.38 – 40.
2. Дмитриченко Л. И. Государственное регулирование экономики : методология и теория : [монография] / Л. И. Дмитриченко. — Донецк : УкрНТЭК, 2001. — 330 с.
3. Кобанець Л. О. Концепція управління розвитком рекреаційної діяльності : [монографія] / Л. О. Кобанець. — Донецьк : Інститут економіки промисловості НАН України, 2007. — 192 с.

Бережной А.В., аспирант

Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АР КРЫМ КАК ПРИМОРСКОГО РЕГИОНА УКРАИНЫ

Потенциал АР Крым как приморского региона обусловлен, прежде всего, наличием морских торговых портов (Феодосийский, Ялтинский, Евпаторийский и Керченский), что предопределяет возможность расширения экономического сотрудничества с южными областями Украины, Грузией, через Волгодонский судоходный канал – с Каспийским, Белым, Балтийским морями, а через проливы Босфор, Дарданеллы и Гибралтарский – практически со всеми странами мира. Так, согласно Стратегии экономического и социального развития АР Крым до 2020 гг. основными направлениями развития морехозяйственного комплекса региона являются развитие портов Крыма, что возможно обеспечить посредством создания скоростных паромно-пассажирских линий в акватории Черного, Эгейского и частично- Средиземного морей; строительство современных пассажирских терминалов, способных обслуживать крупные пассажирские лайнеры и скоростные морские паромы; переориентация технологии перевалки грузов в отношении экологически чистых грузовых систем; создание специализированных контейнерных перегрузочных комплексов; развитие объектов транспортной морской инфраструктуры и создание кластеров в сфере рыбохозяйственного освоения региона.

При этом наиболее значимыми факторами, препятствующими развитию морского потенциала региона, являются дифференциация инновационного потенциала, дивергенция в соотношении государственных и частных инвестиций в развитие портового сектора, низкий уровень образования и квалификации трудовых ресурсов, высокий уровень износа основных фондов портов, низкий уровень развития объектов портовой инфраструктуры и хинтерленда. Принимая во внимание международный опыт, с целью решения данных проблем необходимым является активизация трансграничной интеграции, создание кластеров, развитие инфраструктуры и содействие свободному перемещению рабочей силы. Так, в рамках международного сотрудничества стран Балтийского моря, реализован международный проект «БОНУС – программа НИОКР региона Балтийского моря», бюджет которой на период 2011-2017 гг. составляет 100 млн. евро. Основными направлениями программы являются комплексное управление прибрежной зоной, генерирование и внедрение экотехнологий, развитие аквакультуры, информационно-коммуникационных технологий.

Одной из наиболее серьезных проблем, требующих решения и консолидации усилий бизнес-структур, администрации морских портов и структур региональной власти, является сложная экологическая ситуация. Несмотря на тот факт, что еще в 1992 г. заключена международная Конвенция о защите Черного моря (Россия, Болгария, Турция, Греция, Украина, Грузия и Румыния) от загрязняющего воздействия антропогенного характера, которая регламентирует правовые основы сотрудничества прибрежных государств с целью спасения и защиты живых ресурсов от негативного воздействия, в

період 2000-2010 гг. екологічні деструкції посилюються. Так, крайнє негативними слідуеть считати тенденції скорочення улова риби (в 5 раз), збільшення кількості відходів в морських акваторіях, високу концентрацію нафтопродуктів і фенолів, відсутність сучасних водоохоронних об'єктів, евтрофікацію і утворення зон дефіциту кисню, значительне скорочення видового різноманіття (160 мешаючих в Чорному морі видів фауни знаходяться на межі вимирання). Поетому важливим напрямком для АР Крим як приморського регіону, є розвиток інтеграційних зв'язів, включаючи участь в міжнародних проєктах і ратифікацію ініціатив Європейського співтовариства в відношенні покращення ситуації на вторинному ринку викидів вуглекислого газу, інтерналізації зовнішніх екологічних витрат і мінімізації антропогенного впливу на морську акваторію і прибережну територію.

В цій зв'язі актуалізується необхідність розробки і реалізації концепції екоінновацій, направленої на створення умов для організації переробки і вторинного використання ресурсів, пошуку нових ресурсів і матеріалів, реалізації інвестиційних проєктів по розробці екологічно чистих видів судового палива, активізації використання «зеленої енергетики» і підвищення енергоефективності. С цєю метою необхідним є удосконалення законодавчо-правових основ, сприяючих фінансуванню заходів по підвищенню енергоефективності, забезпечення державної підтримки розвитку нових екологічно чистих технологій, розвиток співробітництва в сфері розробки єдиних регіональних технічних стандартів і будівельних норм. Особливо актуалізуються ці питання в умовах збільшення об'ємів видобування енергоресурсів, здійснюваної на морському і океанічному шельфах (в 2010 г. удільний вага світових енергоресурсів, видобуваних на морському і океанічному шельфі, перевищив 50% від їх загальної кількості).

В висновку відзначимо, що основні стратегічні пріоритети розвитку АР Крим як приморського регіону України повинні бути сфокусовані на розвитку міжрегіонального співробітництва, підвищенні конкурентоспроможності морських портів регіону, створенні регіональних портово-промислових кластерів, удосконаленні митно-тарифної політики з метою залучення транзитних вантажів, модернізації транспортної інфраструктури приморських регіонів, розвитку інноваційних технологій портового обслуговування і др.

Література

1. Дейнека О. І. Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій / О. І. Дейнека, В. В. Демченко // Регіональна економіка. — 2008. — № 2. — С. 276—279.
2. Міровий ринок риби і морепродуктів. [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://planovik.ru/research/2011/07/04/5088.html>
3. Освоєння чорноморського шельфу: конкуренція і співробітництво Електронний ресурс: [Електронний ресурс]. Режим доступу http://dgs.kiev.ua/news_galuz/273-osvoyennya-chornomorskogo-shelfu-konkurenciya-ta-spvpracya.html
4. The Changing Role of Ports in Supply-chain Management: an Empirical Analysis / [Carbone V. and De Martino M.] // Maritime Policy and Management — 2003. — Vol. 30, N 4. — P. 305—320.
5. Casson M. The Role of Vertical Integration in the Shipping Industry / M. Casson // Journal of Transport Economics and Policy — 1986. — Vol. 20, N 1. — P. 7—29.
6. Review of Maritime Transport 2011, Report by the UNCTAD secretariat.: <http://archive.unctad.org/templates/webflyer.asp?docid=15876&intItemID=2068&lang=1&mode=downloads>.

Бикова А.О., студ.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН ПРИ ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ ФОРМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Франчайзингові відносини, які є передачею прав по користуванню об'єктами інтелектуальної власності від франчайзера до франчайзі, дають можливість створювати гнучкі та стабільні підприємницькі мережі, забезпечуючи досягнення максимальних результатів у мінімальні терміни.

Порівняно із відносинами найму, соціально-трудові відносини, які є комплексом взаємовідносин між найманими працівниками і роботодавцями (суб'єктами і органами, що їх представляють) за участі держави [1, с.138], при франчайзингу характеризуються такими особливостями:

➤ розвиток персоналу і навчання його специфіці діяльності усього франчайзингового підприємства здійснюється франчайзером;

➤ контроль за діяльністю усієї франчайзингової точки і, зокрема, персоналу здійснюється самим франчайзером.

При передачі франшизи франчайзер обов'язково надає навчальні і консультаційні послуги для самого франчайзі і для його працівників. Комплекс таких послуг відрізняється залежно від галузі, в якій діє мережа:

➤ У сфері продажу товарів головна увага приділяється навчанню основам мерчандайзингу [2, с.63]. Це стосується таких досліджених нами франчайзингових мереж як «Zarina», «Lacoste», «Columbia», «VD One», «Gregory Arber», «Welfare», «Наша Ряба» та ін. При передачі франшизи акцент робиться на допомогу у відкритті точки, розробку дизайн-проекту та формування асортименту магазину. Навчання франчайзі і його персоналу здійснюється представником франчайзера, як правило займає менше одного робочого дня і направлене на засвоєння правильної викладки, розташування товарів на торгових стендах, а також питань, пов'язаних з безпосереднім обслуговуванням клієнтів з боку продавців-консультантів;

➤ У сфері послуг процес передачі технологій та ноу-хау є визначальним [5, с.42]. Це зумовлює необхідність розробки навчальних програм для франчайзі та його персоналу, а у багатьох випадках і безпосереднього навчання їх на практиці, що, звичайно, робить процес передачі технологій тривалішим.

Наприклад, у мережі «Універсальний прибиральник» процес передачі технологій надання послуг здійснюється шляхом навчання франчайзі на діючому підприємстві [3]. Він на практиці засвоює, як оцінити об'єкт, скільки людей необхідно для його обслуговування, які технічні і хімічні засоби застосувати, а разом з тим вивчає документи, якими користується компанія.

У мережі «FitCurves» основна увага при передачі франшизи приділяється процесу навчання франчайзі і його персоналу. Це реалізується через тижневу програму – «Club Camp», на якій спеціалісти з центрального офісу компанії навчають франчайзі основам ведення бізнесу [4]. Важливе місце відводиться навчанню програмі харчування, методиці та психології тренувань. До того ж, компанія періодично проводить тренінги, навчальні програми, які направлені на постійне підвищення кваліфікації як працівників, так і самих франчайзі.

Навчання працівників може здійснюватися і самим франчайзі у процесі діяльності підприємства. Так, наприклад, франчайзі мережі «FitCurves», пройшовши вже зазначену програму навчання, можуть не тільки самостійно надавати тренерські послуги, але і навчати своїх працівників.

З іншого боку, кожне франчайзингове підприємство і кожен працівник контролюються самим франчайзі і франчайзером. У цьому випадку франчайзі контролює діяльність своїх найманих працівників, як і у відносинах найму, а франчайзер у таких формах як:

➤ Особиста перевірка точки франчайзером. Саме засновник мережі знає всі тонкощі діяльності підприємства. Він може наказати негайно виправити недоліки, звільнити деяких співробітників або навіть розірвати договір франчайзингу;

➤ Перевірка якості роботи працівників і наданих ними послуг під виглядом таємного покупця;

➤ Періодичні перевірки всього підприємства менеджерами. Контролери не тільки перевіряють якість послуги або продукції, а і переглядають документи, стежать за фізичним переміщенням товарів, аналізують закупівлі у постачальників. За результатами такої перевірки уповноважена особа складає акт і може виставити рахунок на оплату штрафу.

Рівень контролю, безперечно, визначається самим франчайзером і залежить від сфери господарювання. Так, наприклад, мережі, що працюють у сфері харчування – «Chicken Hut», «Burgers Buffet», «Mafia», «Ді Патіо» та ін., перевіряються не тільки на відповідність вигляду точки стандартам мережі, але і на дотримання кожним працівником технологічної карти.

Таким чином можна сказати, що особливості соціально-трудових відносин при франчайзингу роблять даний вид ділового співробітництва надзвичайно вигідним для усіх його учасників. Франчайзинг забезпечує постійну підтримку усієї мережі, включаючи як франчайзі, так і його працівників. Разом з тим, франчайзер обов'язково запроваджує систему контролю за діяльністю кожної точки – франчайзі і їх працівників. Тому характерною особливістю соціально-трудових відносин при франчайзингу, яка відрізняє їх від звичайних відносин найму, стає багаторівневість навчання і контролю на рівнях «франчайзер - франчайзі», «франчайзі - наймані працівники», «франчайзер - наймані працівники франчайзі».

Література

1. Грішнова О.А., Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О.А. Грішнова. – 5-те вид., оновлене. – К. : Знання, 2011. – 390 с.
2. Методическое пособие для будущих участников франчайзинговых сетей: Издание пятое. / Руководители авторского коллектива А. А. Кривонос, Е. А. Кривонос. – Киев: Ассоциация франчайзинга, Издательский центр, 2012. – 87 с.
3. Презентація франшизи компанії «Універсальний прибиральник» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://prybyrnyk.com.ua/publ/franchising_klining_franchising_universalnyj_prybyrnyk/franchising_v_ukraini_franchising_klining/4-1-0-15
4. Презентація франшизи компанії «Fit Curves» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://fitcurves.org/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=151
5. Франчайзинг : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, Т. В. Мирончук, І. З. Салата, Л. В. Марчук; за ред. О. Є. Кузьміна. – К. : Знання, 2011 – 267 с.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Тривалість та успішність ринкових перетворень багато в чому визначається роллю людини, її трудовими здібностями та можливостями, їх реалізацією як головної продуктивної сили суспільства. Тільки за цих умов можливо економіко-соціальне зростання та підвищення добробуту в цілому. Отже, ефективність нової господарської системи залежить не тільки від наявності та раціонального використання природних багатств, але й від того, яке місце займає людина у процесі виробництва: або вона є придатком машини, або розглядається як головна ланка цього процесу. Так чи інакше, ефективність будь-якого процесу залежить від того, наскільки розвинутий, затребуваний та реалізований трудовий потенціал людини з урахуванням його розширеного відтворення. Таким чином, забезпечення розширеного відтворення трудового потенціалу сьогодні – це не тільки засіб та умова розвитку суспільного виробництва, але й пріоритетна мета якісного поліпшення сучасної української економіки. Реалізація цієї мети можлива лише за умови реформування управління, зокрема трудовим потенціалом, процесом його відтворення, використання, примноження, що стає необхідним елементом регулювання соціально-економічних відносин у суспільстві.

Трудовий потенціал, з одного боку, необхідно розглядати як складну відкриту систему, на стан та розвиток якої впливає безліч чинників. З іншого боку, у системі «трудовий потенціал» зв'язок між компонентами настільки щільний, що зміна одних викликає зміну інших. Кожна з компонент трудового потенціалу утворює окрему систему із своїм входом та виходом. В результаті визначення компонент трудового потенціалу утворюються передумови структурного його представлення для удосконалення управління ним. Головне завдання управління трудовим потенціалом складається у тому, щоб найповніше урахувати особливості його розвитку у відповідності із вимогами критеріїв ефективності суспільного розвитку [2].

Систему показників трудового потенціалу умовно можна розділити на дві групи: кількісні та якісні [1].

Якісні показники трудового потенціалу підприємства містять певні складові.

Психофізіологічний потенціал (здоров'я, здібності та ін.). Психофізіологічний потенціал характеризується фізичними можливостями людини, станом її здоров'я і працездатності, що знаходить відображення в показниках росту, ваги, сили рук, захворюваності тощо. Психофізіологічний потенціал припускає доповнення елементів характеристик показниками середньої тривалості життя населення та більшою мірою залежить від генотипу людини, її вроджених здібностей і властивостей [3].

Інтелектуальний потенціал виконує функцію забезпечення праці, адекватної вимогам виробництва, реалізації особистості, знаходження нею соціального статусу і забезпечення особистих потреб у результаті трудової взаємодії [3].

Важливою умовою реалізації інтелектуального потенціалу особистості є високий рівень мотивації, спрямованої на вирішення проблем, а також створення умов для творчої діяльності. Мотиваційний потенціал – найважливіша складова трудового потенціалу, що значно впливає на інші його елементи.

Соціально-психологічний потенціал має складну структуру, сутнісним елементом якої виступають психологічні характеристики людини (тип темпераменту, уваги, мислення тощо). Ця компонента залежить тільки від природних особливостей людини з урахуванням рівня її соціалізації.

Нормативно-рольовий потенціал забезпечує залучення особистості до засвоєння запропонованих соціальних норм та ролей і виконує функцію інтеграції працівника в середовище, координації дій людей у суспільстві. Цей потенціал визначається як процес, за допомогою якого індивід відбирає, організує й інтерпретує інформацію, що надходить, для створення значимої картини навколишнього середовища [3].

Адаптаційний потенціал (активність, творчий потенціал, мобільність) забезпечує безпосередні контакти і взаємини з зовнішнім середовищем, сприйняття і перетворення останньої, а також зміну внутрішніх елементів трудового потенціалу під впливом зовнішніх факторів [3].

Резерви, які підвищують ефективність використання трудового потенціалу, формуються під впливом таких умов:

Матеріально-технічні умови характеризують ступінь розвитку продуктивних сил і пов'язані з нагромадженням виробничого потенціалу, його якісним складом, рівнем розвитку науки і техніки, а також соціально-економічними особливостями трудових ресурсів. Науково-технічний прогрес зумовлює зростання технічної оснащеності виробництва, яка відображає ступінь озброєності працівників засобами виробництва і є одним із найважливіших показників розвитку продуктивних сил суспільства. На практиці технічна оснащеність виражається через показники фондоозброєності і механізації та автоматизації. У міру розвитку продуктивних сил, прискорення науково-технічного прогресу відбувається зростання обсягу засобів виробництва порівняно з кількістю працівників, що приводять їх у дію. Зменшення чисельності працівників відносно маси засобів виробництва залежить не тільки від кількісного зростання технічної озброєності праці тією мірою, якою воно зумовлено технікою, а й від її якості. Важливою умовою, що

впливає на ефективність використання трудового потенціалу, є рівень його загальної освіти, обсяг накопиченого виробничого досвіду, дисципліна праці та ставлення до неї, економічна активність і мобільність робочої сили. Ця умова характеризує якість трудового потенціалу [1].

Соціально-економічні умови використання трудового потенціалу цілком залежать від існуючої економічної системи. В її умовах і визначається ефективність використання усіх видів ресурсів, зокрема і трудових. У різних країнах існують різні моделі економічних систем, але вони різняться: за формою власності на засоби виробництва; за способами управління та координації економічної діяльності [1].

Таким чином, для того, щоб ефективно використовувати трудовий потенціал, усі компоненти його системи повинні бути організовані, інтегровані та взаємоузгоджені. У такому випадку трудовий потенціал формується в залежності від виробничих потреб, кон'юнктури ринку праці і системи соціально-економічних відносин.

Література

1. Пилипів М. І. Трудовий потенціал, перспективи його розвитку // Регіональна економіка. – 2001. – №7. – 212–216 с.
2. Сасенко М., Палюх М. Трудовий потенціал як складна соціально-економічна система // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. – 2002. – №8. – 137 – 143 с.
3. Умерова С.Е. Трудовий потенціал як одна из основних економічних характеристик регіону // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Наука і освіта 2004». Том 13. Управління трудовими ресурсами. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. – 99–101 с.
4. Левченко О. М. Управління якістю трудового потенціалу регіону. Монографія. Кіровоград: «КОД», 2002. — 136 с.
5. Семикіна М.В. Трудовий потенціал Кіровоградської області : стан та перспективи розвитку (колективна монографія) – Кіровоград : ВАТ «Кіровоградське видавництво», 2008. -304 с.

Бобир О.О., студ. 2 курсу спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ІНОЗЕМЦІ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Проблема пошуку і утримання кваліфікованих кадрів сьогодні надто актуальна. Сучасні компанії витрачають величезні ресурси на послуги рекрутингових агенцій, на інструменти матеріального і нематеріального стимулювання персоналу. І трапляється так, що навіть цих зусиль не вистачає для залучення хорошого працівника, який би виконував і перевиконував плани працедавця. Принаймні не завжди його вдається знайти в Україні. З цієї причини, для роботи в Україні залучаються іноземці.

Дослідженню теоретичних та практичних питань праці іноземців в Україні присвячено роботи науковців: В. Г. Кравченка, В.П. Кохана, О.П. Горбаня, А. М. Слюсара, В. Башмакова, О. В. Журби, С. В. Попова та ін.

Метою даної статті є розгляд теоретичних аспектів права на працю іноземців в Україні, визначення наслідків міграції робочої сили до України та внесення пропозицій по вдосконаленню сфери договірних відносин між іноземцями та українськими роботодавцями.

Для дослідження теоретичних аспектів права на працю іноземців в Україні насамперед необхідно з'ясувати зміст самого поняття «іноземці». Поняття «іноземець» розкривається як особа, що проживає на території даної держави, не є її громадянином, але має достатньо доказів належності до громадянства іншої держави. До «достатніх доказів» належності до громадянства іншої держави відносять паспорт (закордонний паспорт) або інше законне дійсне посвідчення особи [2, ст. 157-158].

Іноземцям для укладення трудових відносин необхідно спочатку отримати дозвіл на імміграцію, а потім посвідчення на постійне проживання. З моменту його отримання такі особи мають право працювати на підприємствах, в установах чи організаціях або займатися іншою трудовою діяльністю на підставах і в порядку, встановлених для громадян України [1, с.1-2].

За розгляд заяви на працевлаштування іноземця центр зайнятості бере понад 4 тисячі гривень. Ці гроші роботодавцю доведеться заплатити навіть, у випадку відмови. А ще потрібно зібрати 14 документів. Усі мають бути перекладені українською і нотаріально засвідчені. Окрім довідок, що у роботодавця все гаразд зі сплатою податків та соціальних внесків, він повинен ще й обґрунтувати, чому саме іноземець йому потрібен [4, с.207].

Підставою для відмови у видачі дозволу на працевлаштування іноземця може стати недостатня обґрунтованість необхідності залучення праці іноземця. Тобто це досить оціночне судження. Але плата за розгляд заяви буде стягнута.

Новий Порядок видачі, продовження терміну дії та анулювання дозволів на використання праці іноземців та осіб без громадянства можна охарактеризувати так: складність і затратність процедури прийому на роботу осіб, які не мають українського громадянства, доведені до абсурду. А це, у свою чергу, відкриває необмежені можливості для корупції. Адже чим складніша передбачена законодавством процедура, тим дорожче обійдуться домовленості з чиновниками.

Тому необхідно внести зміни до Порядку видачі, продовження терміну дії та анулювання дозволів на

використання праці іноземців та осіб без громадянства, а також дозволити для одержання дозволу направляти відразу загальний список іноземних громадян – претендентів на роботу.

Серед легальних працівників-іноземців в Україні близько третини співробітників є вихідцями з країн СНД, половина з яких - громадяни Росії. Крім того, в Україні спостерігається тенденція до збільшення числа працівників з Білорусі та Узбекистану. Активними учасниками ринку праці в Україні є турки, поляки, китайці, німці, румуни, в'єтнамці. Половина з мігрантів працюють в Україні до одного року, а кожен третій - більше трьох років. Переважна більшість з них - чоловіки віком до 40 років [3, с.128].

За даними 2012 року найбільше іноземців працювало у сфері торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (1 тис. 624 осіб), у будівництві (1 тис. 308 осіб) та переробній промисловості (1 тис. 268 осіб) [5]. Щодо працевлаштування росіян в Україні у 2012 році, то найбільше зайнятих у промисловості (31,2%) і сільському господарстві (23,4%).

Проаналізувавши ситуацію в країні, можна зробити висновок, що мало хто з іноземних громадян бажає отримати в Україні легальну роботу – це і низькі зарплати, і невідповідна кваліфікація і незнання мови. Але не слід забувати, що половина економіки держави знаходиться в тіні. І саме в тіньовому секторі економіки працює переважна більшість іммігрантів. Разом з тим, і легальна, і нелегальна міграція, не лише забирає робочі місця українців, але й, інвестуючи у власний бізнес, стимулює розвиток українського ринку праці та допомагає створенню робочих місць для українських громадян.

Трудова міграція іноземців може бути причиною зниження реальної заробітної плати, зростання безробіття, розвитку криміналітету, а також економічних і особливо соціальних проблем у країні. Але, водночас, праця іноземців може позитивно впливати на ефективність виробництва, залучати достатню кількість молодих, активних і до того ж професійно сформованих працівників. Цивілізоване вирішення питань працевлаштування іноземців допоможе уникнути соціальних проблем.

Література

1. Горбань О.П. Зміст і особливості права на працю іноземців та осіб без громадянства за чинним трудовим законодавством України / О.П. Горбань // Збірник наукових праць. – 2010. – с.1-4.
2. Кельман Л.М., Попович Д.-М.Ю. Теоретичні аспекти права на працю іноземців в Україні / Л.М. Кельман, Д.-М.Ю. Попович // Науковий вісник. – 2012. – №3. – с.156-163.
3. Кравченко В. Г. Тенденції трудової міграції в Україні / В.Г. Кравченко // Часопис Київського університету права. – Київ. – 2012. – № 2. – с. 125-129.
4. Римар І. А. Особливості правового регулювання індивідуально-трудова відносин за участю іноземців / І. А. Римар. // Науковий вісник – 2011. – с. 203-209.
5. Міграційна політика України: стан і перспективи розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.anthropotok.archipelag.ua/text/a192.htm>

Бойко М.М., перший заступник директора ТзОВ «Фірма«Надія», аспірант
Прикарпатський університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА ЇЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.

Фундаментальні положення теорії соціального капіталу стверджують, що розвинений соціальний капітал в організації робить співробітників соціально активними і відповідальними, соціально-трудова відносини – більш гармонійними, а саму організацію – конкурентоздатною та динамічною.

Соціальний капітал в наукових дослідженнях одностайно визначено як новітній ресурс розвитку і чисельні розвідки зосередились на вивченні реального стану та перспектив його нарощення. Українські науковці досліджували можливості соціального капіталу стати особливим ресурсом розвитку Української держави на макроекономічному рівні (А.Бова, М. Горожанкіна, О.Лазоренко, М.Лесечко, Е.Лібанова). Вивчення соціального капіталу надало нового змісту дослідженням соціально-трудова відносин (О.Грішнова, А.Колот, Л.Лісогор, О.Макарова, М.Семикіна). Започатковано також досліджень соціального капіталу на рівні організації як цілісного явища, здатного значно підвищити ефективність її матеріальних і людських ресурсів (Н.Коба, Л.Смоляр, В.Степаненко, А.Халімон). Саме на рівні організації соціальний капітал диференціюється як корпоративний та індивідуальний і в цих своїх проявах вимагають поглибленого вивчення.

Завданням публікації є визначення індивідуального та корпоративного соціального капіталу і виявлення закономірностей їх взаємозв'язку. На основі виявленого взаємозв'язку корпоративного і індивідуального соціального капіталу сформувати модель соціального капіталу організації, яка би включала інструменти формування, моніторингу та управління. Важливо також визначити набір управлінських дій, які здатні «запускати» існуючий потенціал соціального капіталу організації та активувати продуктивні властивості індивідуального соціального капіталу та виділити з них ті, які дійсно сприяють економічному прогресу.

Корпоративний та індивідуальний рівень формування соціального капіталу можна було визначити на основі визнання персоналом присутності його компонентів як в діяльності кожного окремого

співробітника, так і в роботі організації в цілому. Оскільки проблема полягає в тому, щоб визначити напрями формування соціального капіталу організації, то важливо констатувати вихідний (наявний) рівень соціального капіталу та визначити джерела його формування та розвитку. Для вирішення цих завдань було ініційовано проведення соціологічних досліджень на підприємствах готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Івано-Франківської області. Гіпотезою дослідження передбачалось, що соціальний капітал в діяльності людини проявляється як спрямованість на конкретні види економічної поведінки, яка обумовлена стійкими нормами та цінностями сприйнятої організаційної культури та визнаним рівнем довіри. Тому в процесі соціологічного дослідження було поставлено завдання дослідити прояви та роль соціального капіталу в професійній трудовій діяльності людини, виявити, наскільки працівники усвідомлюють стан власного соціального капіталу, його складові, способи використання, примноження та конвертації в інші форми капіталу. Для проведення дослідження було розроблено два пакети анкет. Пакет «Індивідуальний соціальний капітал» включав дві анкети рейтингової оцінки персоналом факторів формування індивідуального соціального капіталу та визначення персоналом особистих характеристик, які сприяють його формуванню. Пакет «Корпоративний соціальний капітал» також передбачав на основі відповідей на запитання двох анкет виявити рейтингову оцінку персоналом проявів корпоративного соціального капіталу в організації та оцінити власний рівень організаційної ідентифікації. В публікації аналізуються результати соціологічного дослідження в фірмі «НАДІЯ» (опитуванням було охоплено 118 співробітників), яка є диверсифікованою організацією, що об'єднує підрозділи, які надають весь спектр готельно-ресторанних, туристичних та інших послуг. В процесі соціологічного дослідження переслідувалась ще одна ціль – виявити когнітивну та організаційну складові соціального капіталу як були представлені в питаннях як організаційні та особисті фактори.

Перелік факторів в анкеті представлено трьома блоками. Перший – це фактори, які діють виключно за умови цілеспрямованої діяльності особи – це питання 6 з 12 питань і їх сумарний рейтинг складає 6,65. Другий блок – це цілеспрямовані зусилля організації – 3 питання і їх сумарний рейтинг визначається показником 6,56. Третій блок відображає взаємні зусилля персоналу та організації – 3 питання. Якщо сумарний рейтинг перших двох блоків свідчить про їх рівноцінність для формування індивідуального соціального капіталу, то сумарний рейтинг факторів третього блоку значно вищий і складає 8,2, що свідчить про те, що саме фундаментальні засади формування соціального капіталу визнаються персоналом як найважливіші при формуванні індивідуального соціального капіталу.

Дослідження в цілому підтвердило правильність обраного шляху ідентифікації індивідуального соціального капіталу, нагромадження якого в організації адекватно інноваційним процесам як за змістом, так і за результатами. Результатом дослідження стала розробка програм формування, генерації та активації індивідуального соціального капіталу. При визначенні можливостей інвестування в розвиток індивідуального соціального капіталу виявляється його спорідненість з людським капіталом. В той же час, є такі риси, які притаманні виключно соціальному капіталу і які можуть стати об'єктами інвестицій.

Висновки. В діяльності організації проявляється два рівні соціального капіталу – індивідуальний та корпоративний і зв'язок між ними реалізується в позитивному напрямку якщо є відкритість індивідуального капіталу та його спрямованість на інтеграцію, а не капсулювання. Зростання позитивного соціального капіталу організації формує позитивні риси соціально-трудових відносин – довіру, співпрацю, командну роботу, взаєморозуміння, порозуміння при вирішенні конфліктних та нестандартних ситуацій, взаємну відповідальність. Соціальний капітал формується і нагромаджується виключно в процесі активного використання. Формування соціального капіталу організації - це не одноразове перетворення соціально-трудових відносин, а постійний процес, який включає принесення в управління якісно нових елементів, здатних суттєво змінити ресурсні можливості розвитку підприємств.

Література

1. Грішнова О.А. Нагромадження людського, інтелектуального і соціального капіталу підприємства як форма його капіталізації//Вісник донецького університету економіки та права.-2011.-№1-с.10-13.
2. Коба Н.В. Вплив соціального капіталу на процес комерціалізації знання в організації//Бізнес-інформ-2013-№9-с.208-214.
3. Кузьмин А.И. Социальный капитал в развивающихся организациях//Экономический простір-2008-№16-С.107-113.
4. Смоляр Л.Г., Халімон А.А. Роль соціального капіталу у стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства//Актуальні проблеми економіки - №2(104) – 2010 – с.201-209.
5. Степаненко В.П. Социальный капитал в социологической перспективе. Теоретико-методологические аспекты исследования// Социология: теория, метод, маркетинг -2004-№2-С.24-41.

Бондаренко Ю.М. студ. гр. МЕ-11

Науковий керівник: к.е.н., доц. Глевацька Н.М.

Кіровоградський національний технічний університет

УКРАЇНА НА РОЗДОРІЖЖІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.

Сучасні тенденції світового розвитку ставлять перед Україною нові проблеми та потребують від неї активної участі в їх рішенні. Характерною рисою сучасного світового соціально-економічного розвитку є

бурхлива динаміка інтеграційних процесів у світі та Європі зокрема. При цьому навіть ті країни, які не входять до складу інтеграційних об'єднань, неминуче відчують на собі їх відчутний вплив. Таким інтеграційним угрупованням є Європейський Союз.

Актуальність теми полягає в тому, що завдання інтеграції України в європейський та економічний простір, характеризують розвиток співробітництва з ЄС. Це зумовлюється необхідністю глибокого всебічного вивчення наслідків вступу нашої держави в європейське співтовариство.

Над даним питанням працюють такі науковці, як І. Бураковський, Г. Немиря, О. Павлюк, В. Маштабей, в роботах яких детально проаналізована нормативно-правова база стосунків Україна – ЄС і привабливість України для ЄС як економічного партнера, розробляються основні заходи щодо подальшої інтеграції України в ЄС. Але треба зауважити на тому, що на даний час замало друкується статистичних даних щодо економічних зв'язків України з країнами Західної Європи, відсутні наукові роботи, присвячені проблемі інтеграції України в Європу.

Метою роботи є вивчення характеру довгострокових та короткострокових факторів впливу процесів європейської інтеграції на українське суспільство, виявлення на цій основі відповідних переваг та недоліків, потенційних вигід і загроз для України за умов її входження до Європейського Союзу.

Європейський Союз – організація, утворена на базі декількох європейських економічних об'єднань. Заснований 9-10 грудня 1991 року в Маастрихті (Нідерланди). Її завданням є об'єднання Європи (при продовженні співпраці з іншими частинами світу). Не просто об'єднання, а утворення стійкого союзу демократичних держав, який відкриє нові можливості для економічного і політичного розвитку країн, розвитку людини. В перспективі – утворення міцної "європейської сім'ї", стабільної і дружельної.

Проте, як будь-яке об'єктивне явище, євроінтеграція має як плюси, так і мінуси, пов'язані, мабуть, з процесом становлення структури ЄС і стратегії розвитку.

До позитивних наслідків вступу України в ЄС можна віднести такі вигоди:

- політичні вигоди: участь в Європейській колективній безпеці та гарантування, за її допомогою, територіальної недоторканості України, що актуально у світлі останніх подій; стабільність політичної системи та адаптація національного законодавства із законодавством ЄС, реформування недієздатного національного судочинства;

- економічні вигоди: макроекономічна стабільність, нові ринки збуту для українських товарів та додаткові інвестиції, в українську економіку, надання субсидій сільському господарству, зменшення митних тарифів та збалансування торговельного сальдо; забезпечення розвитку середнього та малого бізнесу, впровадження стандартів ЄС у виробництві, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств;

- соціальні вигоди: ефективний захист прав людини в інституціях ЄС, відкриття кордонів для вільного пересування населення та розширення можливостей для освіти, роботи й відпочинку, забезпечення високого рівня життя населення; формування середнього класу, реформування освіти, охорони здоров'я, соціального захисту тощо;

- культурні (ідеологічні) вигоди: широкий доступ до інформаційного потенціалу ЄС; поширення української культури в країнах ЄС.

До негативних наслідків вступу України в ЄС можна віднести такі:

По-перше, наслідки дотаційної політики Євросоюзу переважно негативні, що може привести до відмови від видачі великих сум на підтримку слабких країн об'єднання. До того ж, місцева економіка втратить держсуверенітет, адже управління економікою і фінансами буде здійснює ЄС.

По-друге, висока конкуренція на європейському ринку продовольчих і промислових товарів залишають українську продукцію без шансів. Усьому провиною застарілі технології і устаткування. Плюс, високі вимоги що висуваються євросоюзом до продукції України. Країни скоріш зацікавлені в зерні, чим до кінцевих продовольчих продуктах. Україні ж, навпаки, дістануться дорогі європейські продукти.

По-третє, промисловість приречена на провал. Європейська структура продемонструвала свою поведінку на прикладі національних компаній, в яких була зроблене значне "чищення", велика частина з них закрита за фактом непридатності для регіональних об'ємів.

По-четверте, значна маса кваліфікованих кадрів кинеться зарубіж у пошуках гідного доходу. А це означає, що країні загрожує голодування на кваліфікаційні кадри, при цьому поглибиться демографічна криза.

Таким чином, Україна перебуває на важливому етапі — пошуку свого місця в новій системі міжнародної спільноти, побудові нових відносин з європейськими структурами. Україна має вигідне геополітичне положення і всі умови для сталого розвитку. Досягти цього можливо тільки за чітко спрямованої, виваженої політики, створення чіткої законодавчої та нормативно-правової бази, відповідних інституцій, які відкривають широкі можливості для реалізації планів економічного і соціального розвитку.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗУРУБІЖНИХ КОМПАНІЙ

Соціальні інвестиції - це системне і раціональне вкладення матеріальних, управлінських та інших ресурсів в соціальну сферу на основі консенсусу між всіма заінтересованими особами (стейкхолдерами) з метою отримання економічного і соціального ефекту в середньостроковому та довгостроковому періоді. Соціально відповідальне інвестування набирає все більше обертів як в США, так і в країнах Європи. Так, в США обсяги соціальних інвестицій становлять 3,07 трлн дол. США, в ЄС – 5 трлн. Євро [1]. На європейському ринку соціального інвестування переважно працюють інституціональні інвестори, частка яких складає 92% усього ринку. Розвиваючись значними темпами, вже зараз соціальні інвестиції стали займати значну частку цінних паперів – практично кожний восьмий долар під професійним управлінням в США інвестується з урахуванням соціальних, екологічних чи етичних факторів, а в ЄС – кожний десятий. Соціальні інвестиції лідируючих компаній світу у 2012р. у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах склали в загальній сумі 15,5 млрд. дол. США, з них у грошовій формі – 46%, у матеріальній - 35%, а в нематеріальній – 19% [3]. Показники обсягів соціальних інвестицій провідних компаній представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Соціальні інвестиції провідних світових компаній

Показник	Всі компанії N=183	Fortune 100 N=63	Інші компанії N=120
Загальна сума соціального інвестування, млн. дол. США	22,10	53,02	14,60
% соціальних інвестицій від доходу	0,11	0,09	0,12
% соціальних інвестицій від валового прибутку	0,91	0,96	0,87
% готівкових соціальних інвестицій від валового прибутку	0,69	0,66	0,77
Соціальні інвестиції на одного працівника, дол. США	628	639	626

Джерело: складено автором на основі [3]

Міжнародні компанії інвестують в середньому у глобальне середовище близько 12% від повної суми всіх соціальних інвестицій. В Україні енергійно функціонуючими у сфері КСВ є, насамперед, представництва іноземних компаній, які інсталюють в українських реаліях сучасні світові практики, принципи і стандарти. Крім цього, активними соціальними інвесторами є найбільші вітчизняні підприємства.

Для українських підприємств характерне хибне ототожнення понять «благодійність» і «соціальні інвестиції». Благодійність є емоційним проявом, що ґрунтується на суб'єктивному рішенні особи і не має відношення до підприємницької діяльності. На Заході благодійність являє добру волю особистості, в Україні ж особиста благодійність розвинена слабо і здійснюється в основному бізнес-структурами, що не позитивно для підприємств. Для порівняння, на Заході нерідко співробітники компаній відраховують відсоток від заробітної плати в благодійні фонди. Більше 70% американців щорічно жертвують кошти, що складає більше 75% всіх коштів, витрачених на благодійність. Благодійні пожертвування бізнесу складають в США всього 4,8%. У Німеччині кожен другий громадянин старше 14 років бере участь у благодійності власними коштами, середній розмір яких складає 108 євро. У Великобританії близько 60% населення жертвують хоча б раз на місяць, а бізнес-благодійність не перевищує 12% [2]. У табл. 2. наведено порівняння рис соціального інвестування між вітчизняними та іноземними компаніями за обраними критеріями.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика соціального інвестування міжнародних і вітчизняних компаній

Критерії	Міжнародні компанії	Вітчизняні компанії
1	2	3
Суб'єкти соц. інвестування	Великий і середній бізнес	Великий бізнес
Обсяги соціальних інвестицій	Раціональні і системні вкладення	Нераціональні й хаотичні вкладення, підміна понять «благодійність» і «соціальні інвестиції»

1	2	3
Стейкхолдери	Персонал, споживачі, місцеві громади, міжнародні організації, громадські організації, акціонери і ТОП-менеджери, інвестори і фінансові структури, постачальники і партнери, академічні і наукові кола, медіа та інші.	Держава, власники, персонал, місцеві громади.
Цілі суб'єктів соціального інвестування	- Гармонізація цілей компанії відповідно до концепції сталого розвитку. - Створення внутрішнього і зовнішнього комфортного середовища. - Підтримка позитивного іміджу компанії. - Отримання довгострокових конкурентних переваг.	- Прихильність з боку державних органів - Створення внутрішнього комфортного середовища. - Підтримка розвитку регіону присутності. - Вирішення вузького кола соціальних проблем.
Методи досягнення цілей	- Охорона здоров'я і безпека праці. - Навчання персоналу. - Соціально-відповідальна реструктуризація. - Розвиток місцевих громад. - Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження. - Добросовісна ділова практика.	- Виконання обов'язкових вказівок держави. - Навчання персоналу. - Охорона здоров'я і безпека праці. - Природоохоронна діяльність і ресурсозбереження.
Ресурси	Чистий прибуток	Чистий прибуток
Корегування негативних проявів	Відбувається, як правило, до появи значних соціально-екологічних проблем.	Відбувається, як правило, після появи серйозних ускладнень.

Джерело: складено автором

Порівняння зарубіжних і вітчизняних практик соціального інвестування показує, що соціальне інвестування в Україні перебуває на початковій стадії, хоча в останні роки потужні українські компанії активно працюють у сфері КСВ; міжнародні компанії мають широке коло стейкхолдерів, давно здійснюють системні і раціональні інвестиції, для України ж характерне хибне ототожнення понять «соціальні інвестиції» і «благодійність», відсутність системності і раціональності вкладень, коло заінтересованих осіб зводиться до держави, власників, персоналу й зрідка - до місцевих громад.

Література

1. Костюк О.М., Мозговий Я.І., Соціально відповідальне інвестування: основні тренди в американській та європейській практиці, 2011. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUABS/2011_2/31_04_01.pdf
2. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: учеб. пособие. НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2012. – 236 с.
3. Giving in Numbers. Trends in Corporate Giving: 2011 Edition [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.corporatephilanthropy.org/research/benchmarking-reports/giving-in-numbers.html>

Бутенко Л.Ю., ст. викл., Бондар К. Г., студ.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ

Молекулярна кухня вже не є новинкою для рестораторів, і користується своєю популярністю в найпрестижніших ресторанах світу.

Заклади ресторанного господарства, що використовують авангардні технології приготування продукції харчування, пропонують страви молекулярної кухні: заморожений шоколадний вітер, полуниця зі смаком курки, рідкий хліб, морозиво з гірчицею. Страви молекулярної кухні приваблюють справжніх гурманів і набувають сьогодні величезної популярності.

Сутність молекулярної кухні полягає в спробі нагодувати відвідувачів закладів ресторанного господарства, використовуючи при приготування їжі знання фундаментальної науки та узагальнені всілякі кулінарні феномени, що відбувалися протягом всієї історії гастрономічного мистецтва, і сучасні інноваційні технології.

Ціллю молекулярної кухні є вивчення фізико-хімічних процесів, які відбуваються під час приготування їжі. Між різноманітними продуктами є особливі молекулярні зв'язки, і їх сполучення можуть подарувати зовсім несподівані смакові поєднання. Під час приготування страви зовнішній вигляд продукту може змінюватися, текстура може трансформуватися настільки, що вгадати, що ви їсте, можна

тільки на смак.

Поява поняття «молекулярна гастрономія» пов'язана з роботами неперевершених хіміків-органіків, які будучи любителями кулінарії, серйозно зацікавилися і захопилися описанням хімічних і фізичних процесів, які відбуваються з їжею в процесі її трансформації. Своєму народженню вона зобов'язана паризькому хіміку Ерве Тису та оксфордському фізику Ніколасу Курті. Перший на початку 90-х років минулого століття розробив незвичайне поєднання хімії та кулінарії, він же і склав молекулярні формули всіх французьких соусів. А Ніколас Курті займався аналізом фізичних явищ на кухні. З'ясовуючи особливості приготування їжі науковці здійснили переворот у філософії харчування [1].

Величезний внесок в розвиток цього напрямку зробив англійський шеф-повар Хестон Блюменталь. На сьогодні він є власником і шеф-поваром ресторану «The Fat Duck» («Жирна качка») в Великобританії, який вже є володарем трьох зірок Мішлена. В сучасній кулінарії Хестон Блюменталь сьогодні вважається одним із найбільших новаторів за останні 50 років [2].

Провідні ресторани світу часто використовують молекулярну кухню, використовуючи її як складову меню свого закладу. До закладів, де дегустують найнеймовірніші страви планети можна віднести ще такі як «Alinea» (США), «Iggy's» (Сінгапур), «Варвари» (Росія), «Biko» (Мексика).

Серед 50 найкращих ресторанів світу за 2013 рік другу позицію займає саме ресторан молекулярної кухні - Noma (Копенгаген, Данія) з обслуговуючим персоналом з 65 осіб на 12 столиків у залі. А в минулому він вже три рази займав перше місце. Цей заклад обрав інноваційний та винахідницький підхід до приготування страв, шеф-повар завжди зможе шокувати своїх відвідувачів унікальністю своїх витворів [3].

Особливістю даної кухні є те, що поварі працюють з хімічним складом та агрегатним станом продуктів. При приготуванні страв вони використовують рідкий азот, вакуум, кисень та інертні гази, агар-агар, всілякі хімічні реакції, емульгування, центрифугування і багато іншого. Для прикладу, емульсифікація, внаслідок якої утворюється піна на зразок мильної, якою прикрашають страви або подають просто так. Ще є прийом сферифікації, в результаті якого утворюються гелеві сфери різного розміру, наповнені їстівними субстанціями, які буквально вибухають в роті феєрверком концентрованого смаку [4].

Важливим є те, що страви, приготовлені за «молекулярною» технологією, не тільки отримують новий смак, але й зберігають свої корисні властивості. Така кухня є не просто технологічною новацією, вона корисна для людини. Новий напрям у кухарстві пояснює, як правильно готувати м'ясо і рибу, як зварити овочі так, щоб максимально зберегти зовнішній вигляд і корисні властивості продуктів. Ця кухня у своїх рецептурах використовує тільки натуральні продукти та інгредієнти, тому її страви збалансовані і корисні. Вона також пропонує багато дієтичних страв, вони характеризуються низькою калорійністю і легко засвоюються організмом. За допомогою різноманітних методів, продукт при приготуванні зберігає свій ідеальний вигляд, не втрачає властивих йому жирів і має кращу текстуру, смак насичені ший в порівнянні з тією стравою, що приготовлена традиційним чином.

Кухар повинен не лише вміти добре готувати, а й володіти знаннями з фізики та хімії. Крім звичного кухонного приладдя, він використовує різноманітні інструменти для вимірювання температури і маси, фільтрації, регулювання тиску, кислотного-лужного балансу тощо. Професіонали використовують практично всю таблицю Менделєєва [1].

Але багато людей вважають молекулярну кухню просто абсурдом. За їх думкою можна послідувати на різноманітних інтернет-сайтах. Багато коментаторів скаржаться і проявляють своє невдоволення. Деякі говорять, що м'ясо повинне бути м'ясом, морозиво – морозивом, інші просто помиляються, думаючи, що це все харчові добавки, другим не подобається те, що це недешево задоволення. Більшість просто не розуміють, що це дуже складна праця. Букет негативних думок про молекулярну гастрономію – це природня людська реакція на все нове і незвідане.

Заклади молекулярної кухні, як правило, відкриваються в містах з великим потоком туристів. Люди приїжджають побачити визначні місця і спробувати щось незвичне.

Поряд з цим варто зазначити, що процес впровадження нових кулінарних технологій в практичній діяльності закладів ресторанного господарства відбувається досить повільно. Тільки у 2013 році відкрилися перші з них: ресторан «DK» - новий в Києві ресторан авангардної кухні та ресторан «У темряві» - львівський ресторан молекулярної української кухні. Інші ж заклади просто використовують елементи цієї кухні, а саме: «Піна» (Київ), «Маракеш» (Київ), «Егоїст» (Київ), «Канапа» (Київ), «Маріо» (Донецьк). Ці заклади ресторанного господарства користуються попитом у споживачів, в деяких з них столик потрібно бронювати за місяць чи за декілька тижнів. Найближчим часом планується відкриття таких закладів у містах Рівне та Дніпропетровськ. Все частіше в Україні проводяться різноманітні курси, що дають можливість ознайомитися з основами молекулярної гастрономії.

Отже, можна зробити висновок, що українські заклади харчування вже зацікавилися цією новацією, але наш ринок ще не насичений закладами молекулярної кухні. І маймовірно, що найближчим часом серед українців вона буде набувати популярності. Це зумовлене тим, що:

- по-перше, молекулярна кухня це справа високоінтелектуальна, оскільки для того щоб приготувати страву, потрібно розуміти не лише кулінарні, а й хімічні та фізичні закони;

- по-друге, відвідувачі, що приходять в ресторан повинні бути до цього готові;
- по-третє, заклад ресторанного господарства перетворюється на лабораторію, своєрідний науковий центр; до цього потрібно бути готовим і в технічному питанні, і у фінансовому.

Література

1. Лазерсон И. Как привлечь гостей в ресторан/ Илья Лазерсон, Федор Сокирянский. – М.: Эксмо, 2011. – 288 с.
2. Blumenthal H. In Search of Perfection/Heston Blumenthal: London: Bloomsbury Publishing, 2006. – 320 с.
3. www.theworlds50best.com – The world's 50 best restaurants.
4. www.molecularrecipes.com–Molecularrecipes.

Бутенко Л.Ю., ст. викл., Захарченко Я.І., студ.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ПОСТІЙНИХ КЛІЄНТІВ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Однією з причин, що обумовлюють зростання значущості збутової діяльності, слід зазначити підвищення значення маркетингових методів конкуренції у боротьбі за покупця. В умовах турбулентної конкуренції необхідним стає пошук таких методів впливу на цільову аудиторію, які б сприяли не лише залученню нових покупців, але і забезпечили б утримання постійних покупців. У зв'язку з цим необхідним стає перебудова всієї системи збуту з погляду її спрямованості на покупця.

Теоретичні та практичні дослідження маркетингу показують, що багато підприємств готельного господарства, неповністю адаптують маркетингові принципи у своїй діяльності та розуміють необхідність керуватися маркетинговими критеріями при створенні конкурентних переваг та постійне здобуття клієнта. Однією з цих переваг є заходи спрямовані на підвищення якості надання готельних послуг.

Висока якість приваблює постійних, лояльних до фірми споживачів і приносить їй добру славу. Це важливий фактор в рішенні клієнта скористатися послугами фірми. Якість визначає ступінь задоволення клієнта, яке впливає на його рішення повторно звернутися за послугами і підтримує хорошу думку громадськості. Дослідження показали, що придбати нового клієнта в чотири -шість разів важче, ніж утримати вже наявного. Якщо потенційному клієнту подобається даний готель, важко переконати його, щоб він став зупинятися в іншому. Часто навіть істотне зниження ціни конкурентом не змусить клієнта поміняти готель[1].

Отже найбільші можливості реалізувати свої послуги має підприємство готельного господарства, яке:

- спроможне згідно попиту клієнта задовольнити у найбільш повному обсязі їхні потреби;
- пропонує послуги в оптимальному співвідношенні ціна-якість;
- реалізує новий рівень якості, що стає вагомою мотивацією для прибуття постійних і залучення нових клієнтів.

Кожне підприємство готельного господарства має категорію клієнтів на залучення яких не потрібно використовувати додаткові кошти. Це гості, які одного разу вже скористалися послугами даного готелю[2].

Маркетингове завдання обслуговуючого персоналу складається так, щоб сформувати позитивні відгуки від клієнта та викликати в нього бажання повернутися саме до цього готелю знову. Гість приймає рішення про повернення в готель лише в тому випадку якщо обслуговування відповідало ціні та категорії готелю. Якщо ж рівень обслуговування перевершив очікування гостя, то можна бути певним, що він знову повернеться до готелю, крім цього він ще прорекламує заклад своїм родичам та знайомим.

Досягти якісного обслуговування в готелі можна лише розробивши низку стандартів і чітко контролювати їх використання та дотримання. Для якісного обслуговування важливо не лише досягнення певного рівня, а й підтримання його стабільності. Говорячи про якість обслуговування слід відмітити таку психологічну особливість: гість, що зупиняється в готелі, запам'ятає якість наданих йому послуг і гостинність персоналу, тоді як вартість номеру, більш за все, забуде відразу. Це відіграє важливу роль, адже кожний готель прагне привабити максимально широкий контингент гостей, отримавши при цьому максимальний дохід.

Відомо, що однією з особливостей готельної послуги є те, що вона обмежена в строках, тобто процес виробництва і споживання співпадають у часі та просторі[2]. Таким чином важливу роль в формуванні іміджу готелю відіграє і його вміння пристосовуватись під різний тип споживачів, які можуть не оцінити зусиль керівництва готелю з покращення умов проживання в готелі, атакож прийняти як за «належне» додаткові знаки уваги. Якщо готель виправдовує очікування гостя, то він скоріше за все не буде звертати особливої уваги на цей факт. Проте якщо готель розчарував гостя, то тут є ризик втрати клієнта.

Для уникнення таких спірних ситуацій слід розробити мінімальний набір послуг, які готель може

гарантувати своїм гостям в будь-якому випадку, а набір додаткових послуг (не обов'язково платних) застосовувати тоді коли для цього є можливості та підстави.

Задоволений клієнт також створює хорошу думку у оточуючих про якість обслуговування в даному готелі. У середньому один задоволений гість повідомляє п'яти іншим, тоді як незадоволений гість повідомляє про недоліки десятку і більше людей. Щоб збалансувати позитивну та негативну громадську думку, необхідно, щоб не менше двох клієнтів були задоволені рівнем обслуговування на кожного, хто залишився ним незадоволений. Ринок оцінює готелі чи ресторани, які отримують змішані відгуки постояльців, як посередні. Готель, який прагне завоювати чудову репутацію, повинний працювати набагато краще [1].

Таким чином, проблема формування мережі постійних клієнтів є надзвичайно важливою для стабільного функціонування готелю в умовах постійної конкуренції на ринку послуг. Це питання включає в себе не лише якість послуг та їх різновиди, а й ціну і сам процес отримання послуг (обслуговування), необхідність проведення маркетингових досліджень на підприємстві.

Література

1. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М.: Юнити-Дана, 2007. - 1045 с. - ISBN: 978-5-238-01263-6, 0-13-119378-3 (4-е изд., серия "Зарубежный учебник")
2. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж : учебное пособие / А.Л.Лесник. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.

Бутенко Л.Ю., ст. викл., Книш А.І., студ.
Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сучасний стан розвитку ринку готельних та ресторанних послуг вимагає від виробників більш ефективного керування складною системою маркетингових комунікацій. В процесі формування маркетингової політики важливо не тільки створити конкурентоспроможний продукт, встановити на нього ціни, що відповідають потребам ринку, а й донести детальну і глибоку інформацію про готельний продукт, його цінності та споживчі властивості до кінцевого споживача вчасно та швидко.

Комплекс маркетингових комунікацій, що використовують заклади ресторанного господарства та готельні підприємства складається із чотирьох основних засобів впливу: реклама, стимулювання збуту, пропаганда й особистий продаж.

Особливої уваги заслуговує аналіз особливостей реклами підприємств готельного та ресторанного господарства.

Особливості реклами в індустрії гостинності визначаються насамперед відмінними специфічними рисами готельного-ресторанного бізнесу, якими є робота та спілкування з людьми, бажанням максимального комфорту та якості обслуговування.

Невідчутність послуги вимагає від реклами особливої інформативності. Оскільки споживач не може оцінити якість послуги, не скориставшись нею, залишається тільки вірити рекламі та порадам фахівців, які часто також є видом реклами. Іншими словами, реклама повинна розповісти про послугу якомога більше, а також наочно показати цю послугу: процес використання, результат або ж задоволення від її використання. Невід'ємна риса рекламних послуг - здатність до переконання.

Для реклами готельних та ресторанних послуг характерні закони, сформульовані американським фахівцем А.Політцем:

- Перший закон: реклама стимулює продаж хорошого товару і прискорює занепад поганого. Вона показує, яких якостей продукт не має, і допомагає споживачеві швидко в цьому розібратися.

- Другий закон: реклама, яка називає ту відмінну ознаку товару, яка міститься в незначних кількостях і яку сам споживач не в змозі виявити, допомагає встановити той факт, що дана ознака практично відсутня, і тим самим прискорює занепад товару [1].

Надзвичайно важливим у рекламі послуг підприємств індустрії гостинності є те, якими інструментами вона користується під час поширення серед мас своєї продукції, а саме — послуг, тобто якими засобами інформації користується.

До основних дієвих засобів інформації, які використовують маркетологи готельно-ресторанного бізнесу можна віднести:

1. Газети (переваги: гнучкість, своєчасність, широке охоплення місцевого ринку; недоліки: коротка дія, низька якість ілюстрованого матеріалу);
2. Телебачення (переваги: дозволяє комбінувати зображення, звук та динаміку, висока степінь уваги, широке охоплення аудиторії; недоліки: висока ціна, високий рівень перешкод);
3. Пряме поштове розсилання повідомлень (переваги: індивідуалізація та вибіркова аудиторія; недоліки: відносно висока вартість);
4. Радіо (переваги: широкомасовість, низькі витрати; недоліки: показ повідомлення тільки у

звуковому вигляді, менша ступінь уваги ніж на телебаченні);

5. Журнали (переваги: високий рівень довіри та престижу, гарна якість ілюстративного матеріалу, високий рівень поширення серед аудиторії; недоліки: низька оперативність, тобто необхідність розміщення реклами задовго до виходу журналу);

6. Зовнішня реклама (переваги: гнучкість, повторюваність, низькі витрати, низька конкуренція; недоліки: відсутність виборчого впливу);

7. Інтернет (переваги: велика цільова аудиторія, низька вартість; недоліки: недостатньо грамотно сформованість реклами та дизайну);

8. Внутрішня реклама (здійснюється шляхом поширення серед постійних клієнтів відповідних рекламних матеріалів у вигляді сувенірної продукції та засобів гігієни з символікою готелю, інформаційними листами, буклетами та візитками) — переваги: престижність, індивідуальний підхід; недоліки: відносно дорого [2].

Одним з найбільш ефективних видів реклами в готельному та ресторанному бізнесі є медіа-реклама. Перевага даного виду реклами полягає в тому, що реклама в засобах масової інформації здатна привернути велику цільову аудиторію. Медіа-реклама може бути реалізована у вигляді сайту готелю, банерної і контекстної реклами на різних мережевих ресурсах, а також традиційні види реклами на телебаченні, радіо та в друкованих виданнях.

Веб-сайт є рекламним інструментом, призначеним для просування послуг підприємства індустрії гостинності. Як будь-який інший рекламний інструмент він може бути ефективним, малоефективним або зовсім марним. Мета кожного готельєра та ресторатора — домогтися максимальної ефективності ресурсу. Для цього в інтернет-маркетингу передбачено ряд засобів, серед яких найбільш затребуваними є наступні:

- ✓ SEO (від англ. Searchengineoptimization) або пошукова оптимізація;
- ✓ контекстна реклама;
- ✓ Яндекс.Адреса і Googleplaces - спеціальні сервіси пошукових систем;
- ✓ SMM (від англ. Socialmediamarketing) - просування в соціальних мережах;
- ✓ тематичні розсилки або email-маркетинг;
- ✓ тематичні блоги, форуми і т.д. [3].

Соціальні мережі, розроблені для спілкування та обміну інформацією, сьогодні активно використовуються для просування послуг готельного та ресторанного бізнесу. Головна їх перевага полягає в охопленні широкої аудиторії. На даний момент в Україні існує три соціальні мережі, що займають лідируючі позиції в даному сегменті інтернет-ринку, це: ВКонтакте (73 %), Facebook (30%) і Однокласники (29%).

На сьогоднішню рекламна діяльність будь-якого готельного підприємства стає все більш складною, багаторівневою і багатоструктурною. Різноманіття функцій реклами, універсальний і всеосяжний характер цієї форми маркетингової комунікації робить необхідним більш глибокий аналіз її окремих різновидів. Разом з тим, в даний час не існує єдиної класифікації видів реклами, що значно ускладнює їх вибір при здійсненні маркетингових комунікацій. Разом з тим, все-таки, реклама готелів є невід'ємним атрибутом бізнесу індустрії гостинності.

Підводячи підсумок, можна сказати, що існує багато видів реклами, від газет до інтернет ресурсів, кожна з них має свої позитивні і негативні сторони, проте найбільш оптимальним вважається грамотне поєднання різних видів реклами у відповідності зі специфікою індустрії гостинності.

Література

1. Дурович, А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2008. – 254 с.
2. Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 1046 с.
3. <http://blog.digitalwill.ru/internet-kak-instrument-prodazh>

Бутенко Л.Ю., ст. викл., Шмельова Н.Ф., студ.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Конкуренція на ринку послуг є найсуттєвішим фактором, що спонукає підприємства індустрії гостинності вдосконалювати свої можливості і пропонувати не тільки найкращий продукт, а і впроваджувати інноваційні маркетингові технології.

Сучасні дослідження факторів, що впливають на поведінку споживачів показали, що давно відомі маркетингові прийоми перестають ефективно працювати. Споживачі вже настільки звикли до реклами на радіо і телебаченні, роздатковим матеріалам, що просто перестають на них реагувати, тому все більшу увагу необхідно приділяти нестандартним засобам впливу на покупця.

В ХХІ столітті, коли в напрямках зорового та слухового сприйняття нічого по-справжньому нового вже, мабуть, придумати не можна, появились нові ідеї та устаткування, яке пов'язане із впливом на людину за допомогою запаху. Запах, за оцінками прихильників сенсорного (чуттєвого) маркетингу, є одним з найефективніших засобів впливу на споживача, а області застосування ароматів у бізнесі практично безмежні. В його основі лежить вплив на «підсвідомість людини». Аромати і запахи дуже тісно пов'язані з емоціями людини, тому, застосовуючи їх, можна швидше звернути увагу клієнта на товар прямо на місці продажу і збільшити обсяг продажів.

Технології аромамаркетингу знаходяться на піку популярності в маркетингових колах. Багато питань, які пов'язані з новими способами впливу на споживача, висвітлені в різноманітних наукових статтях, в професійній пресі та літературі. Останнім часом стали з'являтися книги, присвячені даній темі. Також існує багато компаній, які спеціалізуються на аромамаркетингу та пропонують свої послуги різноманітним фірмам для покращення ведення їхнього бізнесу та функціонування.

В Україні з 2004 року у зв'язку з актуалізацією питань якості обслуговування клієнтів у сфері гостинності розпочато проект «Аромати в готелі». Його ініціатори виходять з положень теорії мультисенсорного маркетингу та інноваційних напрямків у дизайні інтер'єрів, де в якості сигналу, зверненого до гостя, використовується аромат. Такі технології називають «клієнт-орієнтованими» і відносять до найбільш ефективних для позиціонування бренду.

Сам термін «аромамаркетинг» став вживатися відносно недавно, в 90-х роках 20 століття. Трохи раніше виникла і наука, яка дала початок аромамаркетингу - аромакологія. Цей напрямок досліджень, що вивчає вплив запахів, в основному летких ароматних речовин на психічний і фізіологічний стан людини. Тісно пов'язане з ароматерапією, психотерапією. Термін почав широко вживатися з 1990-х років [1].

Вперше вивченням питання зв'язку запаху і аромату займався американський психіатр і нейролог – доктор Алан Хірш. Він встановив, що запах безпосередньо пов'язаний з оцінкою споживчих якостей товару і послуг, розробив велику кількість технологій, які здійснюють вплив на споживачів. Переконавшись, що близько 70 % споживачів по запаху оцінюють такі якості як свіжість, вишуканість і навіть потужність, вчений створив серію спеціальних ароматів «на всі випадки життя».

Основне завдання аромамаркетингу – покращити настрій покупця і звернути увагу на послуги, які пропонуються; зробити йому приємність і на пряму пов'язати це відчуття з компанією.

Вченими виділені деякі взаємозв'язки між конкретними запахами й реакцією на них. Наприклад, сьогодні вже розроблено оптимальні запахи для приміщень кафе, барів, ресторанів і кондитерських – це аромати кави, манго, шоколаду і кокосового лікеру, для туристичних агентств - запахи екзотичних фруктів, квітів і моря, для дорогих готелів - ароматами манго і троянди [1].

Сформованих загальноприйнятих напрямків аромамаркетингу поки що не існує. Але на практиці відокремлюють кілька видів аромамаркетингу:

- ароматизація приміщення, яка характеризується наповненням простору стандартним ароматом на вибір замовника;
- аромадизайн приміщення - професійний підбір аромату виходячи з аналізу особливостей, специфіки, цілей і завдань замовника;
- аромаклінінг («нейтралізація») передбачає усунення неприємних, непотрібних запахів: запах сигарет, відходів харчової промисловості і т.п.;
- сезонна ароматизація (послуга особливо має попит під час акцій, свят і т.п.). Так, наприклад, частиною стратегії сезонного поновлення у готелях, підготовкою до певних свят чи подій є не лише зміна музики, меню і декорацій, а й зміна аромату. Готелі мережі Omni змінюють свій запах, наприклад, під час різдвяного сезону, коли він переходить на запах кориці і мускатного горіха. У частині програми Sheraton «Welcoming Warmth», аромат суміші інжиру, бергамоту, жасмину і фрезії доноситься у всіх вестибюлях. На своїх FourPoints володіннях кожен день запах яблучного пирога, запах обраний тому, що згідно з опитуваннями, проведеними FourPoints, він повертає нас до дитинства (27%), будинку (39%) і святах (48%) [3].
- ароматизація заходів («фазова») найчастіше використовується при проведенні PR, BTL, промо акцій;
- аромабрендинг передбачає створення запланованого асоціативного зв'язку певного аромату з конкретною торговою маркою, організацією для ідентифікації продукції цієї організації, а також для відмінності товарів або послуг цієї організації від продукції конкурентів. Всі готелі від Hilton до Hyatt, від Ritz Carlton до Westin використовують аромамаркетинг як брендинг. Брендний аромат споживачі із задоволенням згадують і асоціюють його з готелем, образ якого зміцнюється за допомогою індивідуальних ароматів. Westin створив брендний запах «Білий чай» для використання в громадських місцях у підтримку своєї стратегії щодо зміцнення незабутніх вражень для гостей і введення в спосіб життя [3].

- аромаполіграфія (ароматизація друкованої продукції будь-якого характеру); аромасувеніри [2].

Таким чином, виходячи з вищевикладеного необхідно зробити висновок, що за допомогою впровадження технологій аромамаркетингу на підприємствах готельного та ресторанного господарства

вирішуються такі завдання:

- підкреслення неповторності готелю і дизайну його приміщень;
- нейтралізація, при необхідності небажаних запахів;
- посилення почуття комфорту і бажання залишитися довше;
- закріплення в пам'яті образу місця, куди хочеться повернутися;
- підвищення лояльності гостей.

Література

1. Аромамаркетинг.Использование запаха для привлечения покупателя[сайт Аромареклама] / Т. Соколова . – Режим доступу: <http://www.aromareklama.ru/st73.htm>
2. Аромамаркетинг : без значних витрат – відчутний результат [сайт Наукове товариство Івана Кушніра] / А. Кліпаченко . – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=70519>
3. Сайт проекту «Аромати в готелі» . – Режим доступу: <http://www.aromahotel.com.ua>

Вдовиченко Л.В., ст. викл., Чернай А.Є., студ. гр. АТ-10
Кіровоградський національний технічний університет

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для забезпечення прибутковості роботи підприємства, необхідно визначити обсяг виробництва, рівень за якого діяльність підприємства буде прибутковою, або рівень, за якого не буде ні прибутку, ні збитків, тобто зону безпеки. В такій ситуації виникає необхідність визначення кількості продукції або товару, яку необхідно продати (виготовити), щоб не опинитися в зоні збитків. Такий обсяг реалізації називають точкою беззбитковості, а також «критичною точкою», «мертвою точкою», «порогом рентабельності». Знання методів прогнозування обсягів виробництва, за різних стратегій розвитку підприємства, дає змогу використовувати їх у практичній діяльності, а менеджерам усіх рівнів, своєчасно розробляти, аналізувати та приймати рішення, які сприяють ефективній господарській діяльності.

Для визначення цих показників використовують маржинальний аналіз, який ґрунтується на поділі витрат на постійні та змінні [2].

Беззбитковий обсяг продажу та зона безпеки підприємства є основними показниками під час розробки бізнес – планів, обґрунтування управлінських рішень, оцінки діяльності підприємства.

Для визначення обсягу реалізації скористаємось аналітичним і графічним способами. Розрахунки здійснюємо за умовним прикладом.

Вихідні дані для визначення точки беззбитковості представлено в табл. 1.

Беззбитковий обсяг продажу і зона безпеки підприємства наведено на графіку (рис.1).

Фактична виручка підприємства є меншою за точку беззбитковості. Це свідчить про те, що підприємство у звітному році отримало збитки (сума збитку становила 112,9 тис.грн). Отже, на даний час підприємство не має запасу фінансової стійкості.

Таблиця 1

Визначення точки беззбитковості та зони безпеки (зони прибутку)

Показники	Значення
1. Кількість продукції, од.	131
2. Ціна за одиницю, грн.	155738
3. Виручка, тис. грн.	20401,7
4. Постійні витрати, тис. грн.	2532,6
5. Змінні витрати на одиницю продукції, грн.	137267
6. Змінні витрати на весь випуск продукції, тис. грн.	17982,0
7. Прибуток від реалізації, тис. грн.	-112,9
8. Маржинальний дохід, тис. грн.	2419,7
9. Частка маржинального доходу у виручці	0,119
10. Точка беззбитковості, од.	137
11. Точка беззбитковості, тис. грн.	21282,4

Для досягнення точки беззбитковості необхідно збільшити обсяг реалізації на 4,7% або на 880,7 тис.грн. (рис. 2).

За обсягу реалізації, що дорівнює нулю, підприємство зазнає збитків у розмірі суми постійних витрат 2532,6 тис. грн. За обсягу 131 автомобіль, збитки підприємства становили 112,9 тис. грн.

Тобто точка беззбитковості (пори́г рентабельності) буде досягнута за умови реалізації 148 автомобілів або 21282,4 тис. грн. Отже маємо той самий результат тільки простішим способом

Крім графічного методу можна застосувати і аналітичний. Аналітичний метод розрахунку

беззбиткового обсягу продажу і зони безпеки підприємства зручніший порівняно з графічним.

Для визначення беззбиткового обсягу продажу у вартісному вимірі скористаємося наступною формулою:

$$T = \frac{B_{\pi}}{Ч_{м.д.}} = \frac{2532,6}{0,119} = 21282,4 (\text{тис.грн})$$

де: B_{π} – постійні витрати, тис.грн.;

$Ч_{м.д.}$ – частка маржинального доходу у виручці.

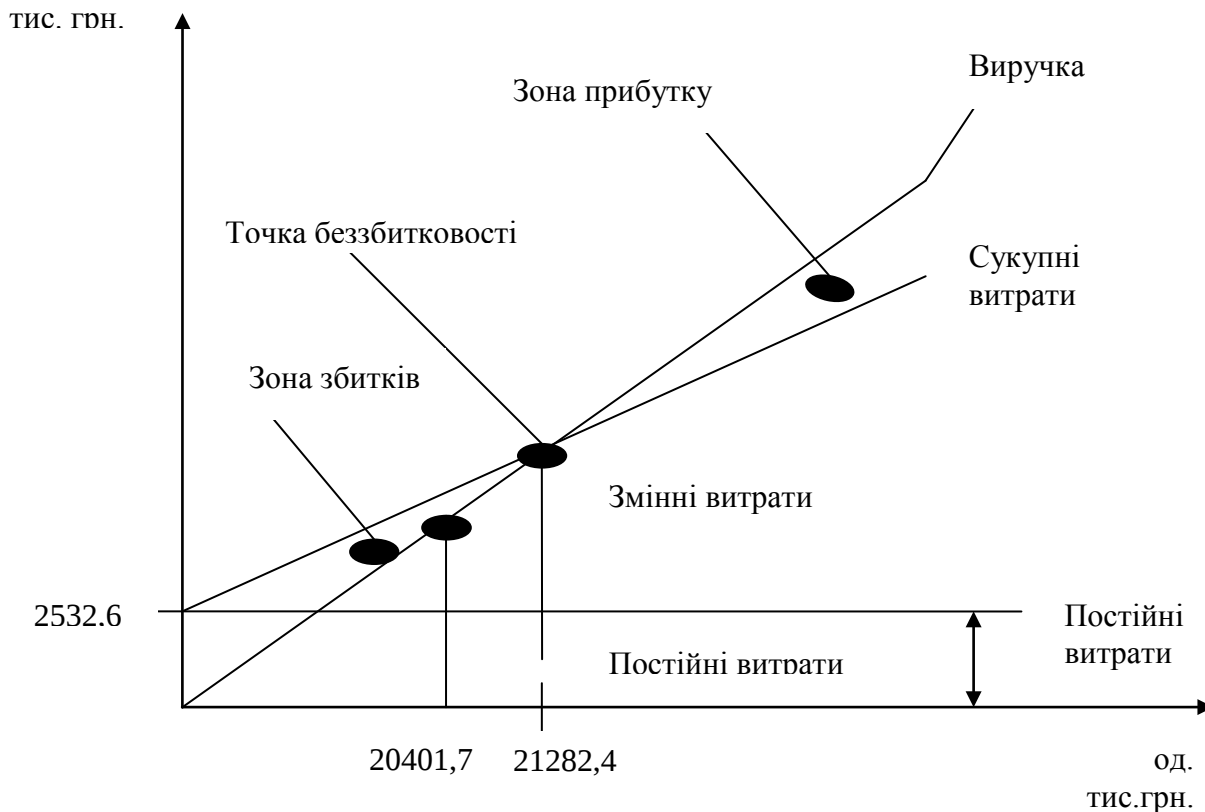


Рис. 1. Графік визначення точки беззбитковості та зони безпеки підприємства

Для одного виду продукції беззбитковий обсяг продажу можна визначити у натуральному вимірюванні:

$$T = \frac{B_{\pi}}{Ц - B_{зм.од}} = \frac{2532,6}{155,7 - 137,2} = 137 (\text{од.})$$

За необхідності можна визначити обсяг реалізації, який забезпечить отримання певної суми прибутку (наприклад 200 тис. грн.):

$$P\Pi = \frac{B_{\pi} + \Pi}{Ц - B_{зм.од}} = \frac{2532,6 + 200}{155,7 - 137,2} = 148 (\text{од.})$$

Отримана величина в 1,1 рази більша порівняно з беззбитковим обсягом продажу у натуральному вимірюванні (148:137). При цьому 137 од. продукції потрібно реалізувати, щоб покрити витрати підприємства, і ще 11 автомобілів – для отримання прибутку на суму 200 тис. грн.

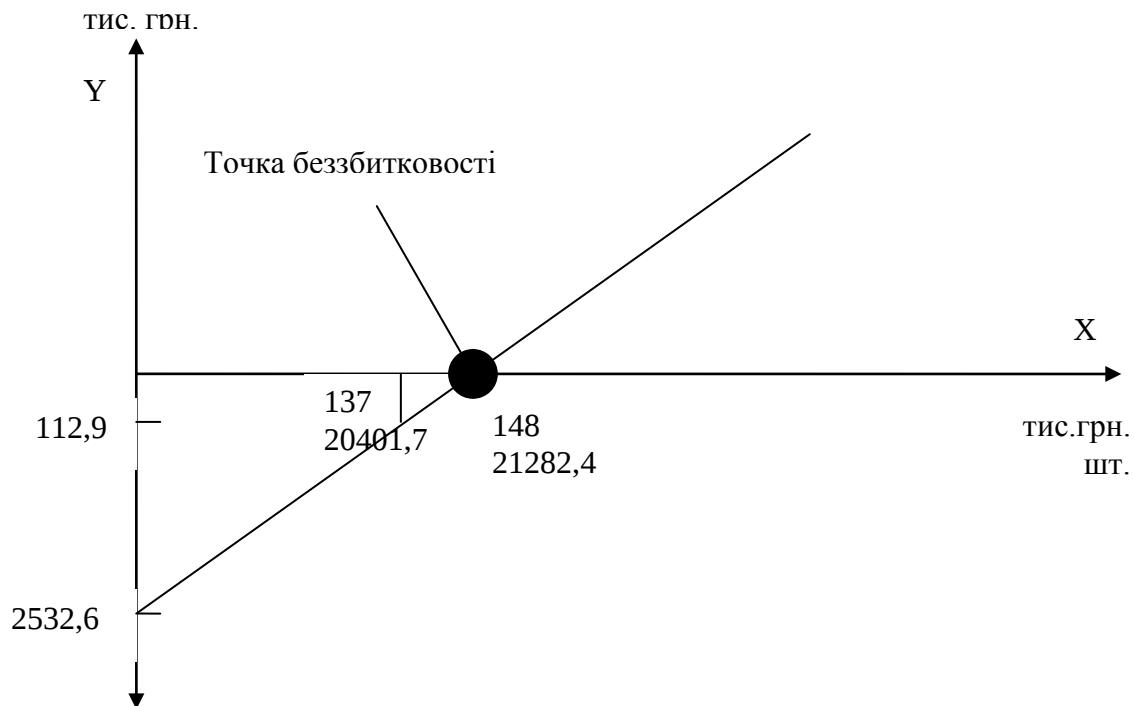


Рис. 2. Визначення точки беззбитковості

Застосування методів маржинального аналізу дозволить спрогнозувати обсяг реалізації, який забезпечить отримання прибутку.

Література

1. Козаченко Т.В., Погорелов Ю.С., Хлапюнов Л.Ю., Макухін Н.А. Управління затратами підприємства. – Монографія. – Київ: Лібра, 2007.- 320с.
2. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / Г.М. Давидов, В.М.Малахова, О.А.Магопець та ін.- К.: Знання, 2011.-389с. (Вища освіта XXI століття).

Волченко А.С., Катюжанська Л.Ю., студ. гр. ЕП-13 ск
Науковий керівник: к.е.н., ст. викл. Бугайова М.В.
 Кіровоградський національний технічний університет

РЕЗЕРВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Основу стійкого економічного зростання спроможний забезпечити інноваційний розвиток України, який сприяє поступовому наближенню життєвого рівня нашої країни до економічно розвинених країн. Таким чином, визначається його роль та місце у забезпеченні стратегічних завдань і інтересів держави. .

Недостатні темпи інноваційної діяльності підприємств пояснюється нестачею коштів і ресурсів для впровадження нововведень, слабкою зацікавленістю виробників у впровадженні нових розробок, руйнування виробничого апарату в промисловості і в інших галузях економіки, що стало причиною зупинки і закриття багатьох підприємств. Тому питання виявлення резервів інноваційного розвитку промислових підприємств України є актуальним для дослідження.

Дослідженню інноваційного розвитку і впровадженню технологічних парків присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених як: Шумпетер Й., Фальцман В., Глазьев С.Ю., Геєць В.М., Семіноженко В.П., Гальчинський А.С., Черваньов Д.М., Гринев В.Ф., Крупка М.І. та інші .

Мета дослідження - це визначення основних проблем інноваційного розвитку в Україні та виявлення резервів активізації інноваційного розвитку.

Інновація, нововведення, інноваційна діяльність та інноваційна політика – це нові категорії, які з'явилися в економічному розвитку нашої країни на етапі формування ринкових відносин. Цих категорій не було у вітчизняній економічній теорії та практиці кількох останніх десятиріч. В радянській економічній науці в цей період проблематику нововведень розробляли лише в межах досліджень науково-технічного прогресу (НТП) [1].

Інновація особливо у промисловості, є одним з суттєвих елементів відновлення економіки. Інновація потребує використання цілого комплексу науково-технічних та промислових факторів, які визначають ринкове середовище, що треба розглядати з точки зору їх впливу на економіку, політику, культуру та

інші сторони життя суспільства. Як відомо, промислова інновація бере свій початок з ідеї, проходячи такі фази, як дослідження, розробки та створення нових зразків продукції, технологій чи послуг.

На підставі нашого дослідження, вважаємо, що Україна має достатньо високий природний ресурсний потенціал (який ще й досі залишається одним з найвищих у світі), який може забезпечити її економіці перехід на інноваційний шлях розвитку. Проте Україна значно поступається економічно розвиненим країнам за ефективністю та рівнем використання основних факторів виробництва. Так, у порівнянні з Францією ми відстаємо за рівнем використання сільськогосподарських земель – у 10-12 разів; трудових ресурсів – у 7-15 разів; основного капіталу – в 2-3 раз; наукового потенціалу – більш ніж у 20 разів [2, с.7].

Основою Інноваційного розвитку промисловості слід вважати нормативно-правове забезпечення. Прийнято Закони України «Про інвестиційну діяльність» (від 18.09.1991 р. №1560-ХІІ), «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» (від 16.07.1999 р. №991- ХІН), «Про інноваційну діяльність» (від 04.07.2002 р. №40 –ГУ), «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (від 16.01.2003 р. №433 – ГУ), низку законів про захист прав інтелектуальної власності. Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» є єдиним діючим механізмом інноваційної політики держави. На сьогодні створено 8 технологічних парків у Києві, Харкові, Донецьку, а реально працюють лише чотири. Слід також зазначити, що їхня діяльність потребує серйозної підтримки та подальшого розвитку.

Зазначимо, що за останні 20 років Україна значно втратила свій інноваційний потенціал і відстала від країн Східної Європи: в 1990 році часта підприємств, що займаються розробкою і впровадженням нової або вдосконаленої продукції, становила 60-70%, а до 2005 року вона скоротилася до 15% порівняно із 70% у розвинених країн і з 30% - у Польщі. Відповідно до звіту про глобальну конкурентоспроможність Всесвітнього Економічного Форуму Україна займає 93-є місце з технологічної готовності економіки і 65-е з інновацій у рейтингу 131держави [3]. Отже навіть за наявності певної інноваційної діяльності її практичний результат обмежений.

Частка застарілого устаткування в окремих галузях промисловості становить 60-70%. Нажаль вітчизняне машинобудування не забезпечує належних темпів оновлення належних засобів. У промисловості також домінують відсталі технології, що призводить до не виправдано високого споживання матеріалів та енергоресурсів, яке є у 4-5 разів вищим ніж у європейських країнах.

Динаміка впровадження інновацій промислових підприємств наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах в Україні

Роки	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації	Впроваджено нових технологічних процесів	У т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	З них нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	125,8	2510	517	3238	897	3,8

На основі викладеного дослідження, вбачаємо вихід з кризового стану та переорієнтацію на сталий розвиток лише за можливості реалізації широкомасштабних інноваційних проектів. Крім того, необхідно збільшити витрати на технологічні інновації на промислових підприємствах, що сприятиме вдосконаленню технологічного процесу, економії ресурсів, відповідності екологічним нормам, а отже, конкурентоспроможності за рахунок поліпшення якості продукції, зниження її собівартості, розширення номенклатури та асортименту продукції, що випускатиметься.

Література

1. Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь./ Под ред. Л.М. Гокберга. – М.: Центр исследований и статистики науки, 1996.
2. Стадник В.В. Системне забезпечення інноваційного розвитку підприємницьких структур : монографія / В.В. Стадник .- Хмельницький : ХНУ, 2009.-271с.
3. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://11021.ucoz.ru/news/2011-06-12-2>

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Ще кілька років тому словосполучення корпоративна культура було маловідоме, хоча насправді вона, природно, існувала завжди. Елементи корпоративної культури багатьох західних компаній з багатими традиціями мали свої аналоги в СРСР: дошки передовиків праці, значки, почесні грамоти і так далі є класичним вираженням корпоративної культури. Формування корпоративної культури, як правило, йде від формальних лідерів (керівництва компанії) чи, що буває рідше, неформальних. Тому важливо, щоб менеджер, який бажає сформувати корпоративну культуру, сформулював для себе (в першу чергу) основні цінності своєї організації або свого підрозділу.

Постійно піддаючись впливу з боку зовнішнього середовища, пристосовуючись до змін, сучасна організація повинна мати здатність формувати і накопичувати потенціал, який може забезпечити не тільки своєчасну і адекватну реакцію на дії зовнішнього середовища, але і дасть можливість активно змінювати навколишню дійсність, ефективно управляти функціонуванням і розвитком численних елементів і підсистем організації.

За даними Асоціації менеджерів, на сьогодні тільки 25% компаній мають спеціальні департаменти, що відповідають за формування корпоративної культури та впровадження інновацій. А адже саме корпоративна культура, що сприяє змінам всередині організації, є основою розвитку і конкурентоспроможності будь-якої успішної організації.

У "класичному" розумінні корпоративна культура розглядається як інструмент стратегічного розвитку компанії через стимулювання інновацій та управління змінами. Корпоративна культура існує в будь-якій компанії - з моменту появи організації і до самого кінця - незалежно від того, створюється спеціальна служба для роботи з нею чи ні. Грамотне ж управління корпоративною культурою надає саме позитивний вплив на бізнес компанії. Зокрема, воно дозволяє скорочувати витрати, причому не тільки на підбір персоналу, але й, наприклад, на зовнішній PR: співробітники, що є провідниками філософії компанії у зовнішній світ, знімають частину функцій з департаменту, який займається PR-політикою організації. Компанія з грамотно розвиненою корпоративною культурою користується великим авторитетом на ринку і приваблює як для потенційних співробітників, так і для партнерів по бізнесу та акціонерів. На практиці фахівці з управління людськими ресурсами по-різному інтерпретують поняття корпоративної культури. Одне з грамотних його визначень звучить так: "корпоративна культура - це система цінностей і методів управління". Перша частина визначення відноситься до нематеріальних активів організації, а друга - до конкретних механізмів. Ці два, на перший погляд, протилежних аспекти поняття і призводять до його неоднозначного тлумачення. Баррі Феган визначає корпоративну культуру як ідеї, інтереси і цінності, що розділяються групою. Сюди входять досвід, навички, традиції, процеси комунікації та прийняття рішень, міфи, страхи, надії, прагнення та очікування, реально випробувані співробітниками. Корпоративна культура - це, як люди ставляться до добре зроблену роботу, а також і те, що дозволяє обладнанню та персоналу працювати разом. Т. Ю. Базаров визначає культуру організації так: "Культура - складний комплекс припущень, бездоказово приймаються всіма членами конкретної організації, і задає загальні рамки поведінки, прийняті більшою частиною організації. Проявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати його поведінку в критичних ситуаціях "

Ми живемо в століття все зростаючого тиску ззовні глобального соціально-економічного, політичного та економічного кризи, і зсередини духовної кризи. І те й інше робить вплив на життя організації.

Корпоративна культура дозволяє відрізнити одну організацію від іншої, створює атмосферу ідентифіковані для членів організації, генерує прихильність цілям організації; зміцнює соціальну стабільність; служить контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини і поведінка працівників.

Зовнішнє середовище значно впливає на організацію, що, природно, позначається на її культурі. Однак, як свідчить практика, дві організації, що функціонують в одному і тому ж оточенні, можуть мати дуже різні культури. Це відбувається тому, що через свій спільний досвід члени організації по-різному вирішують дві дуже важливі проблеми. Перша - це зовнішня адаптація: що повинно бути зроблено організацією для того, щоб вижити в умовах жорсткої зовнішньої конкуренції. Друга - це внутрішня інтеграція: як внутрішньо організаційні процеси і відносини сприяють її зовнішньої адаптації.

Отже, корпоративна культура являє собою велику галузь явищ матеріального і духовного життя колективу: домінуючі в ньому моральні норми і цінності, прийнятий кодекс поведінки й укорінені ритуали, традиції, які формуються з моменту утворення організації і розділяються більшістю її співробітників.

Корпоративна культура все ще занадто хисткий термін для опису всього, що лежить під раціональної,

вимірюваною поверхнею організації. Однак більшість теоретиків погоджуються з тим чи іншим варіантом базового визначення: корпоративна культура - це втілення відносини працівника компанії до ключових цінностей, переконань і традицій у характерних моделях. Культура матеріалізується в корпоративних переказах, церемоніях, святкуванні успіхів, звичаї.

Безсумнівно, що тільки інтенсивна і цілеспрямована робота з персоналом організації може принести як або гідні плоди на ниві плекання корпоративної культури. Проекти, меморандуми, схеми, записки та ідеї так і залишаються незатребуваними паперами, якщо в один прекрасний день керівник не усвідомить, що проект став чимось більшим, а саме, "душею", повітрям організації.

Природно, що корпоративна культура не приносить дохід і прибуток сама по собі, хоча звичка щоранку вставати о шостій ранку і йти працювати в полі, вирощуючи пшеницю - це теж культурна характеристика. Тому стає важливим встановити зв'язок між діяльністю з формування, діагностики і змін, розвитку корпоративної культури та іншими, більш традиційними областями уваги менеджерів і організації.

Але в той же час, навряд чи хто стане сперечатися з тим, що згуртована і прагне до єдиної мети команда, здатна вирішувати поставлені перед нею завдання з набагато більшим ентузіазмом і, як наслідок, ефективністю, ніж розрізнений колектив працівників.

Тому формування корпоративної культури процес складний, що вимагає використання цілого ряду методик та подальшого впровадження.

Література

1. Актуальні проблеми управління персоналом. Під ред. Платонова Ю.П., ділків, СПб, 2003 .- 346 с.
2. Бегюлі Ф. Управління проектом. - Пер. з англ. М.: ГРАНД, 2002.
3. Волкова Т.Р. Системний підхід до підбору персоналу. - Довідник з управління персоналом, 2002, № 2, с. 51 - 61.
4. Гендерні проблеми і розвиток. Вплив розвитку через гендерну рівність у правах, у доступності ресурсів і можливості висловлювати свої інтереси. М.: Весь світ, 2002.
5. Євроменеджмент, [http://www.emd.ru]
6. Ільїн Н.І., Лукманова І.Г. та ін Управління проектами. СПб.: Газпром, 1996.
7. Кадровий менеджмент, 14.11.2003
8. Кузнєцова Н.В. Алгоритм розробки кадрової політики підприємства. - Довідник з управління персоналом, 2002, № 2, с. 12 - 24.

Волянська-Савчук Л.В., ст. викл., Дудко Р., студ.
Хмельницький національний університет

АВТОМАТИЗОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ефективне управління персоналом завжди залишалось ключовим питанням в системі управління підприємством у цілому. Проблемна ситуація полягає в тому, що на сьогодні управління даними про працівників, проведення заходів з підбору та навчання персоналу, оцінка кваліфікації виробничого та управлінського складу є надзвичайно трудомісткими процесами. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є автоматизація дій з управління персоналом, що дозволяє надати оперативний доступ до даних з кадрових ресурсів, підвищити рівень та швидкість прийняття рішень, забезпечити оперативність внутрішнього документообігу, адміністративного контролю тощо.

Дослідження автоматизованого управління персоналом підприємства привертають увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків. Зокрема, ці питання розглядали Глинських А. І., Андрєєва В. І., Титоренко Г. А., Перетятко А. М. та інші.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних положень і методичних підходів щодо автоматизації управління персоналом підприємства.

Автоматизована система управління – це система, що ґрунтується на комплексному використанні технічних, математичних, інформаційних та організаційних засобів для управління складними технічними й економічними об'єктами. АСУ – це сукупність керованого об'єкта й автоматичних вимірювальних та керуючих пристроїв, у якій частину функцій виконує людина [1, с. 54].

Автоматизована система управління персоналом – це інтегрована автоматизована система із застосуванням економіко-математичних методів і сучасних засобів автоматизованої обробки даних, для регулярного розв'язування завдань ефективного управління персоналом підприємства.

Сучасні автоматизовані системи управління персоналом призначені для оптимізації роботи, в першу чергу, керівництва і персоналу кадрових служб підприємств та відіграють велику роль у підвищенні продуктивності їх праці. Зокрема, менеджери з персоналу за допомогою таких систем позбавляються від виконання рутинних операцій при роботі з кадрами, підготовки та обліку наказів (існують оцінки, що тільки на роботу з документацією по персоналу кадровики витрачають до 60% свого робочого часу). Автоматизоване зберігання і обробка повної кадрової інформації також дозволяє ефективно здійснювати підбір і переміщення співробітників. Крім того, автоматизований розрахунок заробітної плати з урахуванням інформації про позиції штатного розкладу, відпусток, лікарняних, відряджень, пільг і стягнень дає змогу працівникам бухгалтерії точно й оперативно виконувати свою роботу [2, с. 138].

Таким чином, створення автоматизованої системи має на меті: автоматизацію роботи відділу кадрів; підвищення продуктивності праці відділу кадрів; зменшення витрат на утримання відділу кадрів.

Основні завдання автоматизованої системи управління персоналом:

- підвищення ефективності виробництва, що виражається в збільшенні випуску продукції, поліпшенні її якості і зниженні собівартості;
- підвищення оперативності і поліпшення якості керування виробництвом, структурними підрозділами і виробничим об'єднанням або підприємством у цілому, що виражаються в застосуванні зробленої системи оптимального і взаємопов'язаного довгострокового, річного й оперативного виробничого планування, а також в оперативному зборі, обробці й аналізі фактичної інформації;
- удосконалення структури апарату управління, що виражається в її спрощенні і створенні таких структурних підрозділів, що при незначній чисельності могли б оперативно впливати на процеси, що відбуваються;
- організація раціональних потоків інформації на підприємстві;
- організація діловодства і диспетчерування з обліком досягнень науково-технічного прогресу і передового досвіду. Відбувається за рахунок комплексного застосування засобів організаційної техніки і диспетчерування, а також наукової організації праці інженерно-технічних працівників і власне керування в цілому.

Існуючі в даний час на ринку автоматизовані системи управління персоналом за їх функціональною спрямованістю можна розділити на такі основні групи [3, 247]: багатофункціональні експертні системи, що дозволяють проводити профорієнтацію, відбір, атестацію співробітників підприємства; експертні системи для групового аналізу персоналу, виявлення тенденцій розвитку підрозділів і організації в цілому; програми розрахунку зарплати; комплексні системи управління персоналом, що дозволяють формувати і вести штатний розклад, зберігати повну інформацію про співробітників, відображати рух кадрів всередині фірми, розраховувати зарплату. Тому кожне підприємство повинне обрати ту систему, яка найбільше задовольняє його вимоги, або ж застосовувати їх в комплексі.

Автоматизація допомагає досягти максимальної керованості кожної компанії, відчувати зміни ринку і мати можливість швидко на них реагувати. Сучасні автоматизовані системи управління персоналом повинні використовуватися для автоматизації кадрової роботи на будь-якому підприємстві.

Література

- 1 Глинських А. І. Про стан ринку автоматизованих систем управління персоналом / А. І. Глинських – М. : "Комп'ютер-Інформ", 2004. – 117 с.
- 2 Андреева В. І. Діловодство в кадровій службі : практичний посібник / В. І. Андреева. – М. : ЗАТ «Інтел-синтез», 2000. – 251 с.
- 3 Титоренко Г. А. Інформаційні системи економіки : підручник для студентів вузів / Г. А. Титоренко – М., 2008. – 2-ге вид., перераб. і доп. – 463 с.

Гагіна Є. М., студ. гр. ОА-12

Науковий керівник: к.е.н., ст. викл. Орлова А.А.

Кіровоградський національний технічний університет

МОНІТОРИНГ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Стратегічний курс України на побудову високорозвиненої, демократичної і правової держави, яка прагне інтегруватися у світовий та європейський простір, передбачає пріоритетність досягнення соціальних цілей, орієнтацію на загальнолюдські цінності, що визначають отримання нової якості та підвищення рівня життя громадян України.

Метою роботи є аналіз рівня життя в Україні на сучасному етапі її розвитку, виявлення причин низького рівня життя та проблем, пов'язаних із його підвищенням.

Вагомий внесок у дослідження даного питання зробили багато науковців і практиків, серед яких Е. Лібанова, С. Аксьонова, А. Іванова, А. Новікова, І. Лавриненко, У. Лоренц, У. Садова, Ю. Сасенко та ін.

Як відомо, рівень життя – це характеристика економічного добробуту населення, що вимірюється реальним доходом на душу населення та чисельністю населення, яке знаходиться за межею бідності. Так, на рівень життя населення впливає ряд економічних, соціальних, політичних, культурних, інноваційних, екологічних та інших факторів [2].

Для того, щоб проаналізувати й оцінити життєвий рівень населення використовують різні показники, такі як обсяг валового внутрішнього продукту, національного і реального доходу на душу населення, народжуваності і смертності населення та інші. Більш детально можемо розглянути деякі з вищеперерахованих показників в табл. 1 [3].

З таблиці нижче, ми бачимо, що кількість народжених зменшилась у 2013р. на 3,7%, разом з цим відбувається відповідне зменшення коефіцієнта народжуваності. До позитивного відносимо те, що кількість померлих також зменшилась на 771 осіб у 2013 р. у порівнянні з 2012 р, і також зменшилась

кількість померлих дітей у віці до 1 року на 7,8% у той час, як показник смертності серед дітей до 1 року в Україні є одним з найвищих в Європі.

Таблиця 1

Основні демографічні показники за 2012 – 2013 рр. в Україні [2]

Показник	2012 р.	2013 р.	Динаміка 2013/2012р.р.,%
Кількість народжених	520 705	503 656	96,7
Коефіцієнт народжуваності	11,4	11,1	97,4
Кількість померлих	663 139	662 368	99,9
Коефіцієнт смертності	14,5	14,6	100,7
Кількість померлих дітей у віці до 1 року	4 371	4 030	92,2
Смертності дітей у віці до 1 року	8,4	7,9	94

На сьогоднішній день Україна переживає складний період розвитку державності, що відображається на її населенні. З 1993 року, чисельність постійного населення країни зменшується приблизно на 300-400 тис. осіб щорічно. За прогнозом Інституту демографії і соціальних досліджень НАН України, до 2050 року чисельність населення України може скоротитися до 35 млн. осіб. Це скорочення зумовлене великою кількістю факторів, серед яких економічна криза, зміна типу і режиму відтворення, негативні тенденції у міграційних процесах, екологія та ін. [1]. Більш детально динаміку чисельності населення ми можемо побачити в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка чисельності населення України (1990 – 2014 рр.) [5].

рік	постійне населення (тис. осіб)	поточний рік до попереднього (%)	зрост. / зменш. населення(% до попередн. року)	поточний рік до 1990 р. (%)
1990	51 556,5			
1991	51 623,5	100,13	0,13	100,13
2011	45 598,2	99,60	-0,40	88,44
2012	45 453,3	99,68	-0,32	88,16
2013	45 372,7	99,82	-0,18	88,01
2014	45 245,9	99,72	-0,28	87,76

З таблиці вище бачимо, що кількість населення весь час зменшується, в 2014 р. зменшилась кількість постійного населення на 12,4% в порівнянні з 1991р. Щорічні темпи скорочення населення становили за цей період 0,6-1%, у той час, як у розвинутих країнах світу його чисельність зростала зі швидкістю від 0,01% (Іспанія, Італія, Німеччина) до 0,04-0,07% (Данія, Франція, Нідерланди) у рік [3].

Наслідком цього є зниження рівня життя основної маси населення України, що супроводжується зростанням безробіття. Незареєстроване безробіття в багато разів перевищує офіційні показники і сягає сьогодні майже п'ятої частини економічно активного населення. В умовах відсутності ефективної системи соціального захисту ця група населення взагалі не має будь-яких засобів до існування.

Виходячи з усього вищесказаного, можемо зробити висновок, що останніми роками спостерігається стрімке зростання соціально-економічної нерівності, що веде до поляризації суспільства. Майже 90 % населення України сьогодні живе за межею бідності, 5 % складають ті, кого можна віднести до середнього класу, і 5 % - до багатих людей [4]. Основною причиною низького рівня життя населення в Україні є: високий показник безробіття, низька оплата праці та існування певних диспропорцій в заробітній платі, важкі умови праці. Високий рівень життя населення спостерігається в тих країнах, де соціально-економічні процеси характеризуються стабільністю, гнучкістю та динамізмом, що забезпечує поступовий розвиток та прогрес. Тому Україна має проводити реформи для покращення розвитку економіки в цілому, що і призведе поступово до підвищення рівня життя населення країни.

Література

1. Борейко І.П. Рівень життя населення: стан і тенденції [Електронний ресурс] / І.П. Борейко, О.Л. Голобородько. — Режим доступу : udau.edu.ua/library.php?pid=1384.
2. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>
3. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О.А. Грішнова. — К. : Знання, 2001. — 254 с.
4. Звіт з людського розвитку в Україні за 2008 рік: Людський розвиток і європейський вибір України. — К. : ПРООН Україна, 2008. — 122 с.
5. Центр політичної інформації. Динаміка чисельності населення України [Електронний ресурс]. — [Режим доступу] : <http://data.com.ua>

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ МУЗИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Українське музичне мистецтво є одним із найважливіших чинників формування характеру, культури, та традицій нашого народу.

На сучасному етапі простежується тенденція до занепаду музичної сфери, головною причиною якої є бар'єри, що перешкоджають молодим талантам працевлаштуватися і, як наслідок, накопичувати людський капітал та передавати свої творчі надбання суспільству.

На основі анкетного опитування серед музикантів нами був зроблений аналіз основних проблем їхнього працевлаштування (рис.1):



Рис. 1 Розподіл опитаних музикантів за проблеми працевлаштування

Представлені труднощі працевлаштування породжують синергетичний ефект, що створює негативну тенденцію до масової еміграції музикантів. Проведене нами анкетне опитування музикантів показало, що 73 % з них планують продовжувати або починати свою кар'єру за кордоном.

Ця величезна частка спричинена комплексом проблем, що характерні для української музичної сфери, які впливають на бажання музикантів працевлаштуватись за кордоном [1]:

1. Потреба в наших музикантах більша в інших державах.
2. Зарубіжжя приваблює музикантів статусом.
3. Відсутність в Україні школи музичного менеджменту.
4. Занепад українського музичного видавництва.
5. В Україні немає сучасного концертного залу для виконання симфонічної музики.

В залежності від виду музичного мистецтва маємо специфічні особливості працевлаштування. Якщо обрати естрадний жанр, то класичним варіантом найму на роботу буде пошук спонсора, працевлаштування в ресторанному бізнесі, робота на корпоративах.

Сучасним методом працевлаштування є також орієнтація на інтернет. Виконавець може самостійно записувати свої пісні та знімати кліпи, а потім викладати їх на YouTube та заробляти за них гроші. Або музикант може продавати свої пісні на сайті iTunes, що являє собою електронний магазин музики. Але наші музиканти ще не використовують його активно. На основі анкетного опитування серед музикантів був зроблений аналіз розподілу естрадних музикантів відповідно до способів реалізації на ринку праці:

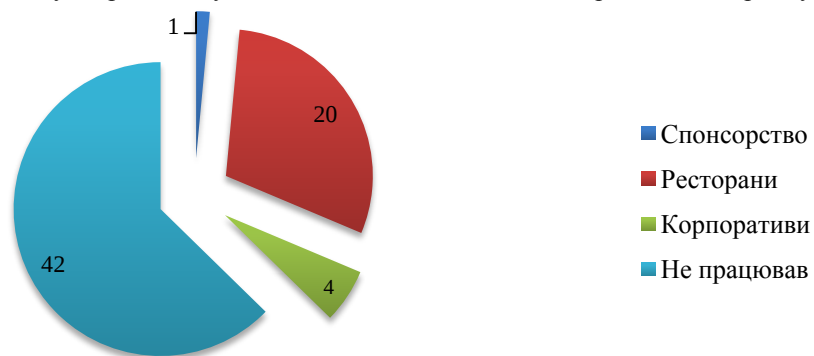


Рис. 4. Розподіл опитаних естрадних виконавців залежно від способів їх реалізації на ринку праці.

Даний розподіл свідчить про неефективність системи працевлаштування музикантів, адже більша частина з них взагалі не працює і не використовує свій людський капітал.

Працевлаштування серед представників академічної музики не відрізняється таким різноманіттям, адже тут зберігається традиційна схема професійного розвитку: музична школа, консерваторія, театр. Проблеми найму в цій спеціалізації пов'язані з непотизмом, що порушує об'єктивний механізм конкурентного середовища.

Досить популярним видом трудової реалізації музикантів обох напрямків є надання приватних уроків.

Поліпшити загальну систему працевлаштування музикантів можливо і необхідно за рахунок протекціонізму, щоб дати можливість вітчизняним музикантам розвинути ринок своєю продукцією. Важлива також боротьба з корупцією, що зробить дану систему максимально прозорою та об'єктивною. Трудова реалізація за допомогою мережі інтернет також має великі перспективи як в Україні, так і в світовому масштабі.

Література

1. Білик Д. Злиденні українські будні сучасної класики [Електронний ресурс] // Deutsche Welle. – 2010. – 18 квітня. – Режим доступу: <http://dw.de/p/MyXr> - Назва з екрана.

Гордієнко М. В., студ. гр. ЕП-13, Чумаченко О.С., к.т.н., доц.
Кіровоградський національний технічний університет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ХЛІБОПЕКАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Хлібопекарська галузь грає значну соціальну і стратегічну роль у житті суспільства. В сумарному обсязі продукції харчової промисловості України вона займає одне з провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення складає 15 %, що підтверджує їх статус як основного продукту харчування. Традиційно цій галузі приділяють менше уваги, ніж іншим, але будь-які зміни, що відбуваються на ринку хліба і хлібобулочних виробів, впливають на економічне та соціально-політичне життя країни [1]. Отже актуальним завданням стає своєчасне виявлення проблем у функціонуванні галузі та визначення шляхів їх вирішення для забезпечення її подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності виробництва.

В умовах негативних тенденцій у галузі 2008-2009 рр., зумовлених фінансовою кризою, уваги потребують питання подолання кризових явищ на хлібопекарських підприємствах, що дозволить збільшити обсяги виробництва, прибуток від операційної діяльності, наростити грошові потоки.

«Хлібний» ринок України на 99,9 % представлений продукцією вітчизняного виробництва. За останнє десятиліття в хлібопекарській галузі зафіксовано спад виробництва [1]. За даними статистики в Україні спостерігалось стійке зниження обсягів виробництва хліба та хлібобулочних продуктів ще з початку 1990-х років. Спад супроводжується ростом цін при зниженні рентабельності діяльності самих підприємств галузі.

Основною причиною падіння обсягів виробництва хліба стало зменшення його споживання внаслідок скорочення населення, зниження купівельної спроможності, більш економічного використання хліба, значного збільшення випікання хліба невеликими приватними пекарнями, пекарнями супермаркетів і сільським населенням самотійно, реальні обсяги якого не враховані статистикою. Їх частка за різними даними складає 30-35 % [2].

Найбільші виробничі потужності хлібопекарської галузі зосереджені, переважно, у регіонах найбільшого виробництва борошна, а також у великих промислових центрах і столиці. Потужності промислових хлібо заводів використовуються на 30-40 %, за винятком хлібо заводів Києва і деяких великих міст, де заводи працюють на повну потужність.

Особливості хлібопекарського виробництва вимагають зменшення транспортних, енергетичних та інших витрат, оптимізації шляхів просування продукції, обґрунтованого ціноутворення. Необхідно забезпечити умови ефективного використання технологічних ліній хлібопекарського виробництва, мінімізувати витрати праці всіх категорій працівників.

Інша проблема – моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання, на якому здебільшого працюють «спадкові підприємства» – у минулому потужні підприємства з часів СРСР. На сьогоднішній день практично всі хлібо заводи приватизовані. В основному шляхом перетворення у відкриті та закриті акціонерні товариства. На думку фахівців галузі, низькі темпи оновлення обладнання на вітчизняних хлібо заводах зберуться і надалі через низьку рентабельність виробництва та відсутність державної підтримки галузі. Також ситуацію із модернізацією ускладнило введення в 2005 р. обов'язкової сплати ПДВ на імпорт обладнання, яке вноситься в статутний фонд підприємства. Сьогодні більшість хлібо заводів мають потребу в проведенні реконструкції, заміні технологічного устаткування на більш сучасне, енергозберігаюче, розширення переліку техніки і обладнання та внесення до нього сучасного технологічного обладнання для підвищення ефективності їх діяльності. Важливим завданням

подальшого розвитку ринку хлібобулочних виробів є фінансування наукових досліджень на ринку хлібних виробів, суттєве поліпшення забезпечення попиту споживачів якісними хлібними виробами промислової випічки за прийнятними цінами.

Зниження попиту на промислові хлібні вироби, певною мірою, обумовлене оприлюдненням даних про негативний вплив на здоров'я пекарних дріжджів – грибової флори, вирощеної штучним шляхом, на основі яких зараз готують практично весь хліб і хлібобулочні вироби. Мікробіологічні дослідження свідчать, що грибки дріжджів, які при випічці повністю не гинуть і поступово накопичуються в організмі, дають поштовх до переродження, мутації нормальних клітин, виникнення і розвитку пухлинних процесів, знижують імунітет, роблять сприйнятливим до різних захворювань. З наслідками цього мають справу лікарі: педіатри – з дисбактеріозами дітей, нескінченними алергіями і простудами; вузькі фахівці – з гормональними порушеннями в різних варіантах. Дріжджі закисляють кров, змінюючи її РН-параметр з нейтрального на кислий, провокують збої травного ланцюга, що приводять до різних діагнозів, оскільки пригнічується імунітет.

В той же час, спостерігається зростання попиту на традиційний бездріжджевий хліб, позбавлений зазначених недоліків, який має високий вміст вітамінів групи В, РР, мінеральних речовин, що зберігаються після випічки. Вживання такого хліба зміцнює імунітет і знижує зайву вагу. Бездріжджевий хліб має оздоровчий ефект і високі споживчі властивості: довго не черствіє, при тривалому зберіганні не втрачає смакові якості, корисний при складнощах із травленням, вживання дозволяє заощадити на вітамінах і мікроелементах. Окремі хлібозаводи, враховуючи ці тенденції, вже перейшли на випуск саме бездріжджевого хліба, відновлюючи старовинну рецептуру, проводять власні пошуково-дослідні роботи.

Отже, стратегічні перспективи галузі пов'язані з посиленням її комплексного розвитку, основними напрямками якого є технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нових продуктів; зниження матеріало- та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Література

1. Вся правда про хліб / В. Макаренко // Агро Перспектива. – 2007. – №6, 7. – С. 24-27, 34-37.
2. Маркетингові аспекти діяльності суб'єктів ринку хлібобулочних виробів / І. О. Соловійов, О. О. Мурзак // Економіка АПК. – 2005. – № 2. – С. 100-106.

Горпинчук В., Лужняк А., студ.
Науковий керівник: к.е.н., доц. Атаманюк Е.А.
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО СПОЖИВЧОГО КОШИКА В УКРАЇНІ

Мінімальний споживчий бюджет – це набір продовольчих і непродовольчих товарів та послуг у натуральному і вартісному вираженні, що забезпечує задоволення основних фізіологічних і соціально-культурних потреб людини [1]. Мінімальний споживчий бюджет формується нормативним методом на основі системи споживчих кошків.

До споживчих кошків включаються науково обґрунтовані, збалансовані за потребою стандартні набори товарів і послуг, основані на мінімальних нормах і нормативах споживання, що розробляються науковими установами та організаціями відповідного профілю. Мінімальний споживчий бюджет розробляється для основних соціально-демографічних груп у середньому на душу населення та на одного члена сім'ї різного складу.

Натурально-речова структура мінімального споживчого бюджету формується із споживчих кошків за такими основними статтями видатків людини або сім'ї: продукти харчування (м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти, масло тваринне, яйця, риба і рибопродукти, картопля, овочі і баштанні культури, фрукти і ягоди, хліб і хлібопродукти, олія та маргарин, цукор та кондитерські вироби, інші продовольчі товари); одяг, білизна, взуття; предмети санітарії, гігієни, ліки та медикаменти; меблі, посуд, культтовари та інші предмети культурно-побутового та господарського призначення; витрати на житло та комунальні послуги; витрати на культурно-освітні заходи та відпочинок; витрати на побутові послуги, транспорт, зв'язок; витрати на перебування дітей в дошкільних закладах; витрати населення на ведення особистого підсобного господарства в межах, що забезпечують задоволення особистих потреб; обов'язкові платежі.

Склад споживчих кошків затверджується Кабінетом Міністрів України і періодично, але не рідше одного разу на п'ять років, переглядається з урахуванням реальних можливостей економіки республіки та зміни стандартів споживання.

Величина вартості мінімального споживчого бюджету визначається виходячи із середніх цін купівлі відповідних товарів і послуг з урахуванням усіх видів торгівлі. Вартісна оцінка мінімального споживчого

бюджету переглядається з урахуванням індексу цін на споживчі товари та послуги, але не рідше одного разу на рік.

Відомості про структуру та величину вартості мінімального споживчого бюджету регулярно публікуються в офіційних виданнях і доводяться до відома населення іншими засобами масової інформації.

У світі існує 2 види споживчих кошиків – соціальний, який враховує культурні потреби населення, та фізіологічний – необхідний для фізичного виживання людини на випадок війни. Сьогодні споживчий кошик українця не витримує порівняння ні з яким іншим європейським аналогом. Він є більше фізіологічним, ніж соціальним, незважаючи на те, що в українському наборі товарів та послуг культурні потреби передбачені, про що свідчить відповідна глава постанови Кабінету Міністрів «Послуги культури». Отже, держава враховує у розмір мінімальних зарплат естетичні потреби українців і закладає у витрати сімейний похід до кіно, театру, музею раз на місяць. Натомість добову норму у 100 грамів хліба на день, 5 грамів сала, пів яйця порівнюють із пайком німецьких військовополонених у сталінських таборах у 1941 році, який становив 600 грамів харчів на день.

Практично у всіх країнах Європи у споживчий кошик входять алкогольні напої та тютюнові вироби. У Великобританії навіть комп'ютерні ігри, шампанське, пиво, MP3-плеєр, акустична гітара, витрати на садівника, перелік товарів для дому, включаючи дверні ручки.

Французи у свій споживчий кошик заклали витрати на відвідування перукарні, придбання лаків для волосся, гелів для душу (в українському кошику засоби гігієни представлені лише 76 кусками мила й 17 тюбиками зубної пасти), апарати для виправлення зубів, оренду автомобілів, проїзд на таксі (в українському кошику вираховано лише 524 поїздки на міському громадському транспорті та 95 на приміському), кошти на їжу для котів та собак.

Межа бідності, визнана у світі, – споживчий кошик вартістю 17 доларів на день. Таку суму товарів та послуг споживають нині 80 відсотків українців [2].

Важливість складу споживчого кошика полягає у тому, що цей набір відображає, що пересічні люди їдять щодня та якими речами чи послугами користуються. Ці дані, які на сьогодні не переглядалися 13 років, використовуються для розрахунку прожиткового мінімуму в актуальних цінах. А вже прожитковий мінімум для урядовців – це базовий показник, від якого розраховують усі соціальні гарантії – мінімальні пенсії і зарплати та соціальні виплати.

Саме тому, зважаючи на вищевикладене, слід запровадити обов'язковий перегляд споживчого кошика кожні два роки та автоматичне збільшення прожиткового мінімуму, якщо інфляція перевищить закладену в бюджеті більш ніж на 1%.

Варто також закріпити механізм перегляду прожиткового мінімуму: якщо прожитковий мінімум перевищить затверджені показники більш ніж на 1%, Мінсоцполітики мусить готувати зміни до держбюджету для коригування розміру прожиткового мінімуму відповідно до зростання цін і тарифів. На основі цих пропозицій уряд буде зобов'язаний внести до парламенту зміни до держбюджету.

Література

1. Про мінімальний споживчий бюджет [Електронний ресурс] : Закон України № 1284-ХІІ від 3.07.1991 р. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1284-12>.
2. Потребительскую корзину могут расширить [Електронний ресурс] : Минфин. – 2.02.2012 р. Режим доступу : <http://minfin.com.ua/2012/02/02/536543/>.

Грешнікова М.О., студ. гр. ФК-13М

Науковий керівник: к.е.н., доц. Іщенко Н.А.

Кіровоградський національний технічний університет

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки є актуальною і сьогодні, оскільки, з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, тобто його досягнення, а з іншого – визначає передумови розвитку підприємства. Потребу такого аналізу можна пояснити, насамперед, тим, що досить часто підприємства не здатні правильно оцінити свій фінансовий стан, що в майбутньому створює серйозні перешкоди для здійснення його ефективної діяльності.

Питання оцінки фінансового стану підприємств розглядалися у працях зарубіжних науковців і практиків, зокрема: М. І. Баканова, І. Т. Балабанова, О. М. Волкової, А. І. Ковальова, В. В. Ковальова, М. Н. Крейніної, Д. С. Молякова, В. П. Привалова, В. М. Родіонової, Н. О. Русак, Сайфуліна, Г. В. Савицької, М. О. Федотової, А. Д. Шеремета, Л. Бернстайна, А. Гропелі, Т. Карліна, Б. Коласса. Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки фінансового стану вітчизняних підприємств внесли такі вчені-економісти: О. І. Барановський, А. І. Даниленко, І. В. Зятковський, В. М. Івахненко, Л. А. Лахтіонова, В. О. Мец, О. В. Павловська, В. В. Сопко, О. О. Терещенко, Т. Є. Унковська, М. Г. Чумаченко та інші.

Метою дослідження є визначення напрямів вдосконалення фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. За ринкових умов господарювання, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їх ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності.

Фінансова діяльність будь-якого підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів з метою забезпечення фінансової стійкості. Для відновлення фінансової стійкості підприємства розроблено систему напрямів, які передбачають удосконалення управління основними показниками й процесами за сферами діяльності.

Перший напрям відновлення фінансової стійкості полягає в модернізації виробництва. Цей напрям є основним, а його реалізація вплине на результати за всіма видами діяльності, на ефективність інших напрямів відновлення стійкого становища.

Другим напрямом відновлення фінансової стійкості підприємства виділено вдосконалення управління витратами, величину яких потрібно мінімізувати, на що спрямовується модернізаційний процес.

Третій напрям відновлення фінансової стійкості – удосконалення управління ціновою політикою на підприємстві – прямо залежить від попередніх двох: зменшення собівартості продукції, яке можливе за умов проведення модернізації виробництва, дозволяє корегувати ціни в менший бік, що посилює конкурентоздатність продукції та стимулює попит на неї серед існуючих і нових покупців.

Одним із основних напрямків покращення фінансового стану підприємства є збільшення його прибутку. Резерви зростання прибутку – це кількісні можливості збільшення прибутку завдяки: збільшенню ціни на продукцію, надані послуги та виконану роботу; аналізу використання ресурсів підприємства, собівартості виготовленої продукції; збільшенню обсягу реалізації продукції; зменшенню витрат на реалізацію продукції (товарів, послуг).

Наступним етапом покращення фінансового стану підприємств є підвищення ліквідності. Оптимізація ліквідності підприємства реалізується за допомогою системи заходів, спрямованих, з одного боку, на зменшення фінансових зобов'язань, а з іншого, на збільшення грошових активів, що забезпечують ці зобов'язання. Фінансові зобов'язання підприємство може зменшити за рахунок: зменшення суми постійних витрат; зменшення рівня умовно-змінних витрат; продовження строків кредиторської заборгованості за товарними операціями. Збільшити суму грошових активів можна за рахунок: рефінансування дебіторської заборгованості; прискорення оборотності дебіторської заборгованості; оптимізації запасів товарно-матеріальних цінностей.

Одним із головних аспектів поліпшення фінансового стану є: забезпечення фінансового становища підприємства в середньостроковій перспективі, яке виявляється в стабільному надходженні виручки від реалізації продукції, в достатньому рівні ліквідності активів, підвищенні рентабельності продукції, забезпеченні достатності фінансових ресурсів для покриття нових поточних зобов'язань, скороченні витрат до мінімально допустимого рівня, створенні оптимальної структури балансу та фінансових результатів.

Отже, фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності кожного підприємства, а оцінка фінансового стану – важлива складова управлінської діяльності. Тому, виникає об'єктивна необхідність оцінювання фінансового стану суб'єктів господарювання з метою раціонального використання їх фінансових ресурсів. Це уможливить критичне оцінювання фінансових результатів діяльності підприємства як у статисті за певний період, так і в динаміці – за ряд періодів, дасть змогу визначити «больові точки» у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення.

Данилюк Ю., магістр. гр. ЕП-13м, Матієнко С.С., викл.
Кіровоградський національний технічний університет

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Діяльність будь-якого підприємства орієнтується на певний результат, який є вираженням поставленої перед ним мети. Мета, у свою чергу, визначає конкретну форму вираження результату діяльності підприємства.

В економічній літературі, наукових дослідженнях та практичній діяльності зустрічається багато термінів, які предметно характеризують той чи інший результат діяльності підприємства.

Однак показники, що пропонуються різними авторами для визначення цих термінів, доволі часто не узгоджуються між собою, а за змістом — не відповідають своєму терміну (назві показника).

Серед показників, що формалізують категорію «результат підприємства», прибуток є найбільш

поширеним і важливим.

В умовах економіки ринкового типу основа економічного розвитку будь-якого підприємства – прибуток – виступає показником ефективності роботи підприємства, джерелом його життєдіяльності. Збільшення прибутку створює фінансову основу для забезпечення виробничої діяльності підприємства власними фінансовими ресурсами, забезпечення розширеного відтворення та задоволення соціальних та матеріальних потреб трудових колективів.

Прибуток – це абсолютний показник ефективності діяльності підприємства, позитивна форма фінансових результатів у вигляді перевищення суми доходів над сумою витрат, які були понесені для отримання цих доходів, що в майбутньому формує фінансові ресурси підприємства та держави.

Сутність категорії «прибуток» змінювалась, доповнювалась і оновлювалась відповідно до тенденцій розвитку економічної теорії.

Змістовним є визначення прибутку І. О. Бланка, який стверджує, що прибуток – це втілення у грошовій формі чистого доходу підприємства на вкладений капітал, який характеризує його винагороду за здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупними доходами та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності.[1]

Інші визначення поняття «прибуток» у сучасній економічній літературі подано у таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «прибуток» у сучасній економічній літературі

Автор	Визначення
Бикова А.	Прибуток – це частина доходу підприємства, кінцевий фінансовий результат його господарської діяльності, одне з джерел засобів на підприємстві.
Мочерний С. В.	Прибуток – одна з форм чистого доходу в умовах розвинутих товарно-грошових відносин, що виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту, за своєю величиною – це різниця між продажною ціною товару і витратами на його виробництво.
Золотогоров В. Г.	Прибуток – це сума коштів, на яку дохід підприємства перевищує витрати.
Бандурко О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І.,	Прибуток підприємства – це перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень.
Грузинов В. П., Грибов В. Д.	Прибуток – це економічна категорія, яка відображає чистий дохід, створений у сфері матеріального виробництва у процесі підприємницької діяльності.
Петрова К. Я.	Прибуток – це перевага від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів.
Бойчук І. М.	Прибуток – це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодувань усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.
Покропивний С. В.	Прибуток – це частина виручки, яка залишається після відшкодування усіх витрат на операційну та комерційну діяльність підприємства. Однак такий підхід обмежується лише кількісною величиною прибутку, при цьому ігнорується економічний зміст цієї категорії.
Завгородній В. П.	Прибуток – це економічна категорія, різниця між валовим викупом (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг).
Грязнова А. Г.	Прибуток – це різниця між доходами, отриманими від реалізації продукції, основних засобів та іншого майна, виконаних робіт, надання послуг, здійснення позареалізаційної діяльності та нарахованою сумою витрат на виробництво, реалізацію продукції та здійснення інших видів діяльності.
Грибов В. Д.	Прибуток – це різниця між валовими доходами і сукупними витратами.
П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати»	Прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.
Райзберг Б.А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.	Прибуток – це перевищення доходів від продажу товарів та послуг над затратами на виробництво та продаж цих товарів.
Савицкая Г. В.	Прибуток – це та частина чистого доходу, створеного в процесі виробництва та реалізованого в сфері обігу, який безпосередньо отримують підприємства.

Проаналізувавши визначення поняття «прибуток» у сучасній економічній літературі, ми можемо сказати – прибуток є однією з основних категорій виробництва. Це передусім виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва. Водночас прибуток є однією з важливих форм розподілу національного доходу. Відтак прибуток характеризує відносини, які

складаються в процесі первинного розподілу національного доходу, його перерозподілу і кінцевого використання.

Висока роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників і персоналу визначають необхідність ефективного і безперервного управління ним. Управління прибутком є процесом розробки і ухвалення управлінських рішень по всіх основних аспектах його формування, розподілу і використання на підприємстві.

Забезпечення ефективного управління прибутком підприємства визначає ряд вимог до цього процесу, основними з яких є:

1. Інтегрованість з спільною системою управління підприємством.
2. Комплексний характер формування управлінських рішень.
3. Високий динамізм управління.
4. Багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рішень.
5. Орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства.

У бізнесовому середовищі вельми поширена думка, що пріоритетним завданням управління прибутком є забезпечення його максимізації. Таку думку слід розглядати як вельми спірну. Річ у тому, що максимізація прибутку на конкретному етапі діяльності підприємства не забезпечує автоматичного зростання його ринкової вартості (тобто зростання добробуту власників в перспективному періоді). Так, одержана висока сума прибутку може бути повністю витрачена на споживання, внаслідок чого підприємство буде позбавлено основного внутрішнього джерела формування фінансових ресурсів для забезпечення свого розвитку (а підприємство, що не розвивається, втрачає в перспективі свою конкурентну позицію на ринку, що призводить до зниження його ринкової вартості). Крім того, висока сума прибутку підприємства може досягатися при високому рівні господарських ризиків і загрозі банкрутства в подальшому періоді, що також може зумовити зниження його ринкової вартості. Тому в ринкових умовах максимізація суми прибутку підприємства може виступати як важливе, але не пріоритетне завдання.

Ефективний механізм управління прибутком дозволяє в повному об'ємі реалізувати цілі і завдання, що стоять перед підприємством, сприяє результативному здійсненню функцій управління.

Крім того, успішне функціонування системи управління прибутком підприємства багато в чому визначається ефективністю її організаційного забезпечення. Система організаційного забезпечення управління прибутком є взаємозв'язаною сукупністю внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розробку і ухвалення управлінських рішень з окремих питань формування, розподілу і використання прибутку, і що несуть відповідальність за результати цих рішень.

Література

1. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: “Ника- Центр”, “Эльга”, 2000. – 544 с. – (Б-ка фин. менеджера).
2. Економіка підприємства : пошук шляхів розвитку / за ред. М.П.Денисенко. – К.:Знання,2002. – 317с.
3. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998, - 352 с.

Дворняк О. С., Шишадська К., курсанти факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бондар Ю. А.

Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах загострення ринкової конкуренції між підприємствами за нові ринки збуту готової продукції оцінка інвестиційної привабливості окремого суб'єкта, що господарює, є важливим питанням при прийнятті інвестиційного рішення. Практично будь-який напрям бізнесу у наш час характеризується високим рівнем конкуренції. Для збереження своїх позицій і досягнення лідерства підприємстві вимушені постійно розвиватися, освоювати нові технології, розширювати сфери діяльності, що в свою чергу неможливо без притоку інвестицій, які дають їй додаткові конкурентні переваги і часто стають найпотужнішим джерелом розвитку. Останнім часом однією з основних цілей залучення інвестицій є збільшення вартості підприємства за рахунок їх ефективного використання, що підвищує загальну інвестиційну привабливість підприємства.

В літературі поняття сутності й аналізу основних підходів оцінки інвестиційної привабливості розглядалися у низці робіт відомих вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема І. О. Бланка, С. А. Буткевича [1], Хобта В.М., Мешков А.В. [6], Мамуль Л. О. [3], Малютін О.К. [4], Юр'єва О. Г. [5], Гаврилюк О.В. [2].

Макроекономічне дослідження інвестиційної привабливості включає вивчення динаміки макроекономічних показників, законодавчого регулювання інвестиційної діяльності, розвиток фондового і грошового ринків. З позицій інвестора інвестиційна привабливість розглядається як узагальнена характеристика переваг і недоліків об'єкта інвестування. При вивченні інвестиційної привабливості інвестором здійснюється суб'єктивна оцінка інвестиційної ситуації, що складається в тій чи іншій країні.

Інвестиційна привабливість визначається досягненням компромісу інтересів між інвестором і реципієнтом інвестицій [1, с. 154].

На мотивацію іноземного інвестора впливають політичні, економічні, виробничі, конкурентні, маркетингові, екологічні фактори. Рівень інвестиційної привабливості підвищується за швидкого досягнення консенсусу інтересів між суб'єктами інвестиційного процесу.

Для оцінки інвестиційної привабливості використовуються різноманітні методики, що дозволяють визначити її на макро, галузевому, регіональному рівнях, а також на рівні підприємства. Більшість учених дотримуються такої точки зору, що тільки комплексна оцінка всіх складових інвестиційного клімату країни, виявлення їх специфіки, встановлення взаємозв'язку між окремими елементами, а також забезпечення узгодження політики на рівні держави, регіону, галузі та підприємства, мають бути враховані щодо створення інвестиційного привабливого економічного середовища.

Виділяють два основні підходи для оцінки інвестиційної привабливості. Відповідно до першого підходу проводиться індивідуальна оцінка параметрів інвестиційного потенціалу й інвестиційного ризику, що дозволяє найбільш повно визначити значущість даних чинників при реалізації інвестиційного проекту. Зокрема пропонується здійснювати розрахунок показника якості інвестиційного клімату, що надає можливість ранжувати області за наступними групами:

- 1) найбільш сприятливі умови для розвитку інвестиційної діяльності;
- 2) достатньо сприятливі умови;
- 3) середні умови;
- 4) несприятливі умови;
- 5) несприятливі умови для розвитку інвестиційної діяльності [3, с. 88].

Інвестиційна, як і будь-яка економічна діяльність, об'єктивно пов'язана з ризиками. Система чинників, що характеризують інвестиційні ризики, зрештою може бути зведена до оцінки загальних умов господарювання в економіці. Чим більше сприятлива інвестиційна привабливість, тим менше ризик і навпаки. Економетричні дослідження підтверджують відсутність кореляційної залежності між окремими складовими поняття «інвестиційна привабливість» і розміром інвестиційного ризику. Поведінка інвесторів у кожний заданий момент часу будується з урахуванням двох груп чинників: 1) розмір ринку країни-реципієнта капіталу, ресурсна забезпеченість реальної економіки; 2) стан економічної кон'юнктури, законодавча база для інвестицій, політичний ризик.

Інший підхід, який застосовується для оцінки інвестиційної привабливості, ґрунтується на вивченні інвестором співвідношення прибутковості й ризику, а також їх взаємозв'язку. Для оцінки інвестиційної привабливості регіонів ученими запропоновано використання п'яти груп показників: 1) оцінка економічного розвитку регіону; 2) оцінка рівня розвитку інвестиційної інфраструктури; 3) оцінка демографічної характеристики регіону; 4) оцінка рівня розвитку ринкових відносин та інфраструктури; 5) оцінка інвестиційного ризику [1, с. 44]. Розглянуті вище методи визначення інвестиційної привабливості ґрунтуються на оцінці визначеної групи аналізованих показників, що не дозволяє одержати цілісного уявлення про досліджуваний об'єкт.

При оцінці інвестиційної привабливості підприємства важливу роль відіграють так звані чинники ринкової інфраструктури. До них відносяться котирування й обсяги продажу акцій даного підприємства на фондових ринках. Стан ринкової інфраструктури характеризує розвиток і ефективність використання ринкового інструментарію в діяльності підприємства, наприклад, маркетингу, що відіграє в сучасних умовах визначальну роль в економічному успіху підприємства.

Слід зазначити, що одним з найважливіших компонентів інфраструктури є розвиненість інформаційної складової, що стимулює підприємство використовувати сучасні інформаційні технології. У цьому зв'язку важливо оцінювати ступінь інформатизації підприємства, а також його місце і діяльність у всесвітній комп'ютерній мережі Інтернет.

Таким чином, отримані у процесі оцінки інвестиційної привабливості підприємств результати дозволяють визначити напрями пріоритетного інвестування й економічного розвитку підприємств галузей, що визначають технічний прогрес. Вироблення загальних критеріїв і показників оцінки при проведенні рейтингів сприятиме об'єктивному аналізу економічних процесів. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства відкриває нові можливості диверсифікації для вітчизняних й іноземних інвесторів, підвищує гарантію вкладення коштів іноземних інвесторів в інвестиційні проекти.

Література

1. Буткевич С. А. Инвестиционная привлекательность аграрного сектора экономики. – К.: Изд-во Епрон. ун-та, 2003. – 251 с.
2. Гаврилюк О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України // Фінанси України. – 2008. – № 3 (148). – С. 79–93.
3. Мамуль Л. О., Чернявська Т. А. Нові методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості регіонів // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 1(7). – С. 83–89.
4. Малютін О.К. Концепція поліпшення інвестиційного клімату в Україні // Фінанси України. – 2008. – № 11(156). – С. 65–74.
5. Юр'єва О. Г. Теоретико-методологічні аспекти оцінки інвестиційного клімату // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – 2002. – 3 (10). – С. 250–255.
6. Хобта В.М. Мешков А.В. Порівняльна оцінка методів визначення інвестиційної привабливості підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 182: В 3 т Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. – С. 284 - 293.

БЕЗРОБІТТЯ: СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Постановка проблеми. Однією з основних проблем соціально-економічного розвитку України на сучасному етапі розвитку є проблема безробіття населення. Попри те, що безробіття виступає головним чинником, що стимулює активність працюючого населення, воно виступає як дестабілізуючий процес для економіки країни. Немає жодної країни світу, котра б не намагалася подолати безробіття шляхом впровадження різноманітних програм зайнятості, удосконалення трудового законодавства, однак ліквідувати безробіття повністю ніде і ніколи ще не вдалося.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблемою. Дослідження проблеми безробіття та способів його подолання мало місце ще у працях економістів – класиків: Д. Рікардо, А. Сміта, К. Маркса. На сучасному етапі аналізованою проблемою займаються І. Л. Петрова, О. А. Грішнова, Е. М. Лібанова, Д. П. Богиня, Федоренко В. Г. та інші.

Мета роботи. Метою роботи є з'ясування сутності безробіття та пошук шляхів його подолання в Україні.

Виклад основного матеріалу. Безробіття — складне економічне, соціальне та психологічне явище. Водночас безробіття — це економічна категорія, яка відбиває економічні відносини щодо вимушеної незайнятості працездатного населення. Згідно з законом України «Про зайнятість населення», безробітний - особа віком від 15 до 70 років, яка через відсутність роботи не має заробітку або інших передбачених законодавством доходів як джерела існування, готова та здатна приступити до роботи [1].

Аналізуючи стан безробіття в Україні, було виявлено, що чисельність безробітних, зареєстрованих у Державній службі зайнятості на 2012 рік становила 467,7 тис. осіб, що на 37,6 тис. осіб менше, ніж за 2011 рік (505,3 тис. осіб). Що ж до чисельності безробітних за методологією МОП, то їх чисельність значно вища, ніж зареєстрованих у Державній службі зайнятості, і на 2012 рік становила 1657,2 тис. осіб (на 77,5 тис. осіб менше, ніж за 2011 рік). Рівень безробіття населення працездатного віку (за методологією МОП) у 2012 році становив 8,1 %. [3]

Разом з тим потрібно зазначити, що у порівнянні з іншими країнами Європи, ситуація в Україні з безробіттям не є критичною та досить стабільною протягом останніх років. Так, показники рівня безробіття у Греції та Іспанії у 2012 році становили 25,0 % та 25,3 % відповідно, Італії - 12,2 %, у Франції - 10,9 %, Німеччина - 5,3 %, Велика Британія - 7,7 %, Естонії - 8,3 % [4].

Проте, безробіття є не тільки економічною, але й серйозною соціальною проблемою, оскільки незайнята робоча сила означає недовикористання трудового, економічного потенціалу суспільства, прямі економічні втрати, падіння раніше досягнутого рівня життя населення, що викликає необхідність реалізації дієвих заходів щодо зменшення безробіття населення в країні.

До найефективніших, на нашу думку, заходів щодо зменшення чисельності безробітних, як свідчить зарубіжна практика, можна віднести організацію і проведення громадських робіт.

Оплачувані громадські роботи – це загальнодоступні й такі, що не потребують, як правило, спеціальної професійної підготовки, види трудової діяльності безробітних або частково незайнятих громадян. Громадські роботи організовують з метою надання тимчасової роботи громадянам, котрі втратили роботу, а також для забезпечення роботою осіб передпенсійного віку і для трудової реабілітації тих, хто мав значну перерву у трудовій та професійній діяльності. Залучення до громадських робіт є засобом кращим, порівняно з виплатою допомоги у зв'язку з безробіттям з позиції як окремої особи, так і держави.

Роль громадських робіт у подоланні безробіття постійно зростає. Про це свідчить зростання чисельності зайнятих на них громадян. Якщо у 1997 р. тих, хто працював на громадських роботах, нараховувалось 15,8 тис. осіб, то у 2004 р. їх чисельність збільшилася до 323,6 тис., або більше, ніж у 20 разів. На 2011 рік чисельність осіб, які брали участь у громадських роботах становила 210,0 тис. осіб, а вже 2012 рік їх чисельність склала 215,1 тис. осіб, що на 2,4 % більше. Однак це – не межа. Залучення безробітних до громадських робіт слід заохочувати і надалі, в тому числі й за рахунок нових видів, на яких можна буде застосувати і висококваліфіковану працю [5].

Висновки і пропозиції. Для якнайшвидшого і найефективнішого подолання або хоча б зниження безробіття необхідно провести цілий ряд реформ на державному рівні. Насамперед необхідно брати курс на активну політику зайнятості, зокрема на створення додаткових сфер зайнятості, субсидування підприємств на заробітну плату, збереження і створення нових робочих місць на підприємствах державної власності, сприяння розвитку малого підприємництва. Важливе місце має посідати організація і проведення громадських робіт, залучення якомога більшої чисельності безробітних до таких заходів.

Література

- 1 Про зайнятість населення : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-12](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/803-12) (дата звернення : 16.02.2014).
- 2 Економіка праці і соціально-трудова відносини : навч. посібник / М. Д. Ведерніков, О. В. Хитра, О. А. Гарват, О. О. Чернушкіна та ін. - Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 430 с.
- 3 Ринок праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 23.02.2014)

4 Динаміка та географія безробіття в Україні та ЄС у 2012-2013 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // infolight.org.ua/content/dinamika-ta-geografiya-bezrobittya-v-ukrayini-ta-ies-u-2012-2013-rr](http://infolight.org.ua/content/dinamika-ta-geografiya-bezrobittya-v-ukrayini-ta-ies-u-2012-2013-rr) (дата звернення : 23.02.2014).

5 Лютий Ю. М. Громадські роботи як чинник вирішення проблем безробіття / Ю. М. Лютий, О. В. Римар // Дніпропетровська державна фінансова академія. - № 3. – 2012. – С. 14-17.

Діманова К.Г., магістр. гр. УП-13М
Науковий керівник: к.е.н., доц. Сочинська-Сибірцева І.М.
Кіровоградський національний технічний університет

НЕМАТЕРІАЛЬНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

З переходом національної економіки на новітні методи господарювання, постало багато проблем у системі управління. Для підтримання конкурентоспроможності підприємств на ринках, а саме підвищення продуктивності праці стає визначальним у забезпеченні достатнього рівня загальної ефективності їх діяльності. Технічна оснащеність виробництва може стати ключовим чинником покращення умов та результатів праці. Проте, враховуючи, що за сучасних умов підприємствам не вистачає коштів для оновлення матеріально-технічної бази цей спосіб не завжди є можливим.

Особливої актуальності набуває проблема більш ефективного використання наявної у підприємства технічної бази, а відповідно збільшення продуктивності праці за рахунок методів, які не потребують значних фінансових ресурсів, проте позитивно впливають на ставлення працівників до виконуваної ними роботи. До таких методів можна віднести нематеріальне стимулювання трудової діяльності [2].

У дослідження проблеми стимулювання праці найманих працівників істотний внесок зробили такі вчені, як, Ю. Беженар, Л. Городецька, К. Капустянin, О. Прозман що знайшли глибоке обґрунтування шляхів ефективного управління персоналом та його мотивації. Однак, саме проблемам нематеріального стимулювання присвячена незначна кількість праць. В цьому напрямку працюють Л. Безтелесна, А. Богословський, А. Єськов, А. Колот, М. Магура, М. Семикіна, Н. Полянський та ін.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності застосування нематеріальних методів стимулювання та визначення їх впливу на працівників.

Основними напрямками нематеріального стимулювання є сприятливий режим робочого часу, надання додаткового вільного часу, підкреслення важливої ролі працівника, розподіл влади, нагородження різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, перерозподіл робочого часу, покращення умов праці, планування кар'єри тощо.

На поведінку людей у процесі діяльності все більший вплив справляє трудова мотивація. Остання породжується самою роботою, тобто її змістом, умовами, організацією трудового процесу, режимом праці тощо. Отже, ідеться про складову внутрішньої мотивації праці, про сукупність внутрішніх рушійних сил поведінки людини, що пов'язані з роботою як такою.

Безперечно, кожна людина має потребу в змістовній, цікавій, корисній роботі, пристойних умовах праці. Вона прагне до визначеності перспектив свого зростання. Кваліфікований працівник відчуває самоповагу, самоствердження, коли результати його роботи оцінюються високо як ним самим, так і суспільством [1].

Керівники до сьогодні використовують традиційні методи стимулювання праці, які не відповідають вимогам ринкової економіки. Проте, нематеріальне стимулювання є не менш важливим ніж матеріальне.

На нашу думку, основним завданням для вітчизняних підприємств на сьогодні, залишається сформулювати цілісний механізм правильного застосування нематеріальних методів стимулювання, їх пристосування до особливостей кожного окремого працівника. Адже тільки комплексне та правильне застосування усього спектру стимуляційних методів може забезпечити максимальне підвищення продуктивності праці.

Література

1. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник / Колот А. М. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
2. Нестерович А.В. Нематеріальні методи мотивації працівників сільськогосподарських підприємств. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=901>

Дима Р.С., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

РОЛЬ КОЛЕКТИВНОГО ДОГОВОРУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Колективний договір є найбільш дієвим механізмом врегулювання соціально-трудових відносин. Це зумовлює актуальність аналізу сутності, стану, об'єктивних основ колективного договору, визначення напрямів його удосконалення в контексті удосконалення соціального партнерства на підприємстві та

забезпечення його ефективної діяльності. Аналізом ролі колективного договору в регулюванні соціально-трудових відносин, а також питань удосконалення механізму колективно-договірного регулювання займаються вчені-економісти О.А. Грішнова, А.Л.Єськов, А.М.Колот, М.В.Семикіна, О.М. Чала, О.В. Є.І.Чернявська та ін. Метою цієї роботи є вивчення економічної сутності колективного договору, з'ясування його ролі в забезпеченні ефективної діяльності підприємства та обґрунтування необхідності активізації колективно-договірних процесів.

Трудові відносини між найманими працівниками та роботодавцем на підприємстві мають складний характер. Вони укладаються у формі трудового договору. Але на підприємстві працівник стає ще й членом трудового колективу. Тоді трудові відносини між найманими працівниками як колективом і роботодавцем складають вже колективні трудові відносини, які є основою соціального партнерства, і які виливаються у форму колективного договору. Проаналізувавши елементи соціально-трудових відносин, що висвітлюються в колективному договорі, ми можемо прийти до висновку, що багато з них водночас є умовами розвитку трудового потенціалу.

І саме колективний договір є досконалою організаційною формою, що дозволяє на підставі переговорів, консультацій безперервно вдосконалювати формування та використання трудового потенціалу організації, відносини між найманими працівниками і роботодавцями в контексті підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності підприємства. Колективний договір дозволяє суттєво знижувати трансакційні витрати, що пов'язані з наймом, дисципліною, виробничою поведінкою найманих працівників, він також є впливовим фактором формування трудового колективу організацій.[3, 269]

Не зважаючи на позитивні приклади соціального партнерства на українських підприємствах, процеси, що розвиваються сьогодні в Україні під гаслом цього соціального партнерства, істотно відрізняються від тих, що декларуються. Скажімо, у розвинутих країнах колективний договір – це документ, який дає змогу працівникам досягти значного поліпшення свого соціально-економічного становища. За вітчизняних умов колективний договір – це, здебільшого, формальний документ, який мало що дає працівникам.

Крім того, проаналізувавши статистичні дані, ми дійшли висновку, що частка підприємств, які уклали колективний договір з трудовим колективом у 2012 році складала всього лише 16,34 % (розраховано автором на основі даних [5]). Виникає питання щодо тієї частини підприємств, на яких не укладені колективні договори. Згідно Господарського Кодексу України на всіх підприємствах, які використовують найману працю, між власником або уповноваженим ним органом і трудовим колективом або уповноваженим ним органом повинен укладатися колективний договір.[1] Виходить, що 83,66% підприємств порушують Господарський Кодекс, але в законодавстві не вказані покарання та санкції щодо цих підприємств. Відсутність колективного договору на підприємстві та низька заробітна плата сили призводить також до того, що працівники не бачать сенсу в підвищенні продуктивності та вияві ініціативи в праці, що призводить до неефективної діяльності підприємства в цілому.

За такого становища функцію організатора соціального партнерства має взяти на себе держава. В Україні ще не сформувалися остаточно організації, що представляють та послідовно відстоюють інтереси окремих соціальних груп. Саме тому тут слід задіяти інституції громадянського суспільства, адже без їх активної участі важко говорити про дієву систему соціального партнерства. Досвід розвинутих країн свідчить, що формування інститутів громадянського суспільства і становлення системи регулювання соціально-трудових відносин на основі соціального партнерства – це процеси взаємопов'язані й взаємодоповнюючі [4, 139].

Інститут колективно-договірного регулювання все ще потребує законодавчого удосконалення в контексті обов'язковості його на підприємствах, введення в дію системи санкцій щодо тих підприємств, які не уклали колективний договір, а також у контексті підвищення заробітної плати, наближення її до реальної вартості робочої сили.

Але головне на сьогоднішній день, на нашу думку, - це усвідомлення учасниками економічної діяльності того, що відносини між ними, як умова ефективного розвитку, повинні мати дійсно партнерський характер. І головну роль в донесенні цієї ідеї до учасників соціально-трудових відносин має відіграти держава. Таке усвідомлення є основою забезпечення ефективної діяльності підприємств, прогресивних змін в розвитку економіки України, а разом з цим і суспільства.

Література

1. Господарський Кодекс України від 11.10.2013 // [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>
2. О.А. Грішнова. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / О.А. Грішнова. – К.: Знання, 2011. – 390 с.
3. Ефимочкина А.Н. Коллективный договор как регулятор социальной деятельности предприятия / А.Н. Ефимочкина // Правничий часопис Донецького університету. – 2011. – №1. – С.269-273.
4. Кудряченко А.І. Соціальне партнерство: Європейський досвід і Україна / А.І. Кудряченко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – №3. – С.132-141.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: РОЗВИТОК В СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ УМОВАХ

Динаміка сучасних процесів світової економіки багато в чому визначається їх інноваційністю, присутністю фактора науки в виробництві, наукоємністю економічного прогресу. Процеси динамічного розвитку науки і техніки приводять до зміни місця і ролі людини та людського капіталу в суспільно-виробничому процесі. В сучасній економіці розвиток людського капіталу відіграє визначальну роль у економічному зростанні та досягненні конкурентних переваг. Для досягнення успіху в сформованих економічних умовах необхідно нарощувати знання, інтелект та творчий потенціал.

Проблемами розвитку і використання людського капіталу займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як О.А. Гришнова, А.М. Колот, В.М. Петюх, В.М. Данюк, В.І. Куценко, Г.І. Євтушенко, Т.І. Шпарага, Я.М. Дуткевич, В.П. Антонюк, І.Н. Лашенко, Ю.Б. Скаженик, А.В. Кудлай, Г.С. Беккер, Дж. С. Мілль, В. Петті, А. Сміт.

Сучасний розвиток науки приділяє увагу дослідженню економіки, яка основана на новітніх технологіях, системі безперервного навчання та є визначальною у розвитку країни серед інших держав світу. В умовах процесу інтелектуалізації праці особливого значення набуває проблема збереження та примноження людського капіталу.

Людський капітал — це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій та інших продуктивних якостей, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері економічної діяльності, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника. [2]

Інноваційний розвиток економіки пов'язаний з взаємодією науки, виробництва і підготовки кадрів. За рахунок цього здійснюється безперервний процес розробки новітніх технологій і просування нових видів продукції на ринки. Тому основним принципом удосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів є узгодження із завданнями інноваційного промислового виробництва.

Важливим чинником формування і розвитку людського капіталу виступають інвестиції. Інвестиції у людський капітал можна розділити на такі, що відображені у національному обліку (охорона здоров'я, мотивація, освіта, міграція, екологія, здоровий спосіб життя, пошук інформації про ціни і доходи на людський капітал, підготовка на виробництві, наукові розробки та розвиток інтелекту) і ті, які не обліковуються – втрачені заробітки і вільний час. [1]

При визначенні людського капіталу слід звертати увагу на сукупність здібностей, особисті риси характеру та мотивацію людини, що були сформовані і розвинуті внаслідок інвестицій, перебувають в особистій власності індивіда, використовуються ним в економічній діяльності та мають здатність впливати на збільшення власних заробітків, доходів фірм і збільшення національного доходу.

З усіх видів інвестицій в людський капітал найбільш важливими є вкладення в здоров'я та освіту. З розвитком інноваційних технологій роль освіти та навчання була суттєво посилена. Одержання освіти та кваліфікації - це інвестування в інноваційний тип розвитку промисловості, що забезпечуватиме підвищення рівня прибутковості національних підприємств на довгострокову перспективу. Для цього необхідна гнучка чітко налагоджена система підготовки та перепідготовки кадрів, що є професіоналами у сфері інноваційної діяльності, спеціалістів високої кваліфікації, здатних до реалізації комплексних проектів, відтворення та розвитку на інноваційній основі вітчизняних підприємств. Загальна і спеціальна освіта покращують якість, підвищують рівень і запас знань людини, збільшують об'єм і якість людського капіталу. Інвестиції ж у вищу освіту сприяють формуванню висококваліфікованих фахівців. Вища освіта є важливою для проведення і розвитку інноваційних досліджень, а також застосування їх результатів.

Разом з освітою найбільш важливими є капіталовкладення в здоров'я. Це призводить до скорочення захворювань і смертності, продовження працездатного життя людини, а отже, часу функціонування людського капіталу. Стан здоров'я людини – це його природний капітал, частина якого є спадковою, а інша – придбаною в результаті витрат самої людини і суспільства. Протягом життя людини відбувається знос людського капіталу. Інвестиції, пов'язані з охороною здоров'я, здатні уповільнити даний процес. [3,4]

Отже, перехід до інноваційної економіки вимагає змін і розвитку людського капіталу, зростання ролі науки та освіти для суспільного прогресу. Людський капітал відіграє особливу роль при проведенні інновацій, виступає необхідною умовою становлення економіки знань. Освіта, виховання, здоров'я, розвиток творчих здібностей виступають чинниками формування якісного людського капіталу. Саме тому, головним завданням стає розвиток людського капіталу за рахунок здійснення інвестицій, що забезпечить у майбутньому високий рівень особистого та суспільного доходу, здатність швидко реагувати на глобальні виклики.

Література

1. Горячук В.Ф. Інвестиції у людський капітал та віддача від них//Економіка: реалії часу.–2012. –№1(2). –С. 34–39

2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник. – К.: Знання, 2006. -559 с.
3. Чечель О.М. Інвестування у розвиток людини як пріоритетний напрям формування людського капіталу // Економіка та держава.–2010.–№ 3. – С. 86–88.
4. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.lib.uau.net/diss/cont/26987.html#introduction>.

Добровольська Ю.О., магістр. гр. ЕП-13м, Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.
Кіровоградський національний технічний університет

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Основою кадрової політики підприємства в сучасних ринкових умовах, не залежно відкрита вона чи навпаки закрита, є формування його кадрового потенціалу. Формування потенціалу є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості його реалізації.

Вітчизняні вчені приділяють увагу вирішенню питань формування кадрового потенціалу, зокрема, Г.А. Дмитренко, Й.С. Завадський тощо.

Метою публікації є дослідження питань формування кадрового потенціалу підприємств.

Виклад основного матеріалу: однією з першочергових умов формування кадрового потенціалу і покращення його використання є розробка і впровадження дієвих способів по підбору, просуванню і розташуванню, зокрема управлінського персоналу. Поряд з тим при формуванні кадрового потенціалу необхідно враховувати специфічні методологічні аспекти: визначальне місце керівника та їх незмінність в системі виробничих відносин; відповідальність керівників; компетентність; побудова відповідної кадрової вертикалі; вміння керівника формувати команду.

Вибір кадрової політики залежить від обраної стратегії (рис. 1), а отже і від багатьох чинників, таких як: умови і фактори зовнішнього середовища, сфера діяльності підприємства, номенклатура та асортимент її продукції, тривалість життєвого циклу товарів, можливість здійснювати моніторинг науково-технічної інформації щодо ринку новачків тощо.

Однією з методологічних передумов компетентності керівників є стратегічність мислення. Характер діяльності керівників потребує від нього далекоглядності в передбаченні процесів, ситуацій та явищ для майбутнього вирішення проблем, щоб спрямувати виробничі відносини на досягнення поставленої мети. Керівник повинен володіти передбаченням розвитку суб'єкта, яким управляє, і на цій основі завчасно відпрацьовувати напрями та механізми, які будуть регулювати даний процес.

Персонал	кадрова політика при слабкій ринковій позиції	кадрова політика при сприятливих інноваційних можливостях
Політика підбору персоналу	Заповнення наявних вакансій	Створення робочих місць для ключових працівників
Політика розвитку персоналу	Поглиблення знань згідно з існуючою спеціалізацією	Здобуток знань у суміжних сферах діяльності
Мобільність персоналу	Мінімальна, здебільшого за ієрархічною градацією	Можливість горизонтальних і вертикальних переміщень згідно з розв'язуваними завданнями
Мотивація бажаної поведінки	Заохочення виконавчої дисципліни, оплата на основі витрат часу	Заохочення ініціативності, оплата на основі досягнутих результатів
Організаційна культура	Переважають формальні, знеособлені стосунки	Розвинута організаційна культура, дух корпоративної єдності

Рис. 1. Матриця вибору моделі кадрової політики підприємства

Обов'язковим методологічним аспектом формування кадрового потенціалу є постійне навчання, спеціальна підготовка кадрів управління. Керівник повинен володіти науково-технічними знаннями, тим самим підтверджуючи свою кваліфікацію та компетентність у нових соціально-економічних умовах. Методологічний аспект формування кадрового потенціалу полягає в тому, що розвиток (динаміка) виробничих відносин повинні забезпечуватись випереджаючим динамізмом практичної підготовки керівника.

На підприємстві має бути відпрацьований дійовий механізм добору, розстановки і просування працівників по ієрархічних сходинках системи управління, формування кадрового резерву. Важливим організаційним моментом постає єдність заходів формування кадрового потенціалу на всіх рівнях

управління.

Одним з методологічних принципів формування кадрового потенціалу є вміння керівника формувати команду. Кадрова складова включає в себе професійні знання, вміння і навички, що обумовлюють професійну компетентність.

Технологія формування кадрового потенціалу включає також підвищення змістовності праці, адаптації молоді й заново прийнятих працівників на підприємстві; освітнього, професійного і кваліфікаційного рівня персоналу та їх просування по службі. Кадрова складова потенціалу підприємства пов'язана з формуванням працівника як головної продуктивної сили.

Формування кадрового потенціалу має ґрунтуватися на таких засадах як науковість, динамізм, ситуаційність.

Процес формування кадрового потенціалу повинен мати науковий підхід, бути неперервним, тому має проводитись постійна цілеспрямована робота із забезпечення динамізму - відповідності розвитку кадрового потенціалу потребам суспільного розвитку і виробництва.

Основні принципи формування кадрового потенціалу (кп): корисності (кп має вартість, вигідний роботодавцю, якщо може бути використаний для реалізації певних виробничих та невиробничих функцій в процесі споживання); граничної корисності (витрати пов'язані з підвищенням рівня освіти і кваліфікації, дозволять збільшити вартість спеціаліста, а доходи від його використання значно перевищать витрати на підвищення рівня освіти та кваліфікації, проте інвестиції у кп доцільні до певної межі, після якої приріст доходу стає меншим за приріст інвестицій); збагачення структури кадрів (складові кп мають поєднуватися між собою у визначених пропорціях) тощо.

Для характеристики зміни показників у часі, показу послідовних значень, виявлення закономірностей і тенденцій розвитку процесів використовують динамічні ряди. Аналіз їх дає змогу визначити напрям зміни показників, наявність тенденцій у зміні показників, середній рівень показників і варіацій. Для повнішої характеристики змін і тенденцій у динаміці використовуються такі додаткові показники: абсолютний приріст, темпи зростання і приросту.

Для реалізації методики формування кадрового потенціалу основну увагу необхідно зосередити на узагальненнях існуючих методів формування кадрового потенціалу; розробці способів формування кадрового потенціалу визначеного рівня якості; визначенні ступеня впливу кількісних та якісних показників кадрового потенціалу на результати діяльності.

Доренська А.О., асистент, Даркіна В.О., студ. гр. ДІ-11
Кіровоградський національний технічний університет

СОЦІАЛЬНІ ВАЖЕЛІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ РИЗИКОНЕБЕЗПЕЧНИХ ПРОФЕСІЙ

За умов світової глобалізації й загострення міжнародної конкуренції майбутнє незалежної України великою мірою визначається засвоєнням моделі інноваційного розвитку економіки, якій притаманна дієва система спонукання до продуктивності праці та прояву науково-технічної творчості.

Тема продуктивності праці не є новою і має значну ступінь вивчення та дослідження в науковій літературі. Так теоретичні, методологічні та методичні аспекти ефективності праці окремого працівника та підприємства загалом розглянуті у наукових працях таких відомих вітчизняних економістів як: А.Г. Бабенко, Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, В.М. Гончаров, О.В. Додонов, А.М. Колот, Є.І. Капустін, Н.Д. Лукьянченко, О.Ф. Новикова, І.Л. Петрова, М.В. Семікіна, Л.М. Фільштейн та ін.

Але недостатньо вивченою є тема ефективності діяльності працівників ризиконебезпечних професій. Тож і метою дослідження є важелі впливу на продуктивність праці працівників ризиконебезпечних професій, зокрема аварійно-рятувальних підрозділів МНС та основних стрес-факторів в ході виконання професійних обов'язків.

У науковій літературі загальноприйнято визначати продуктивність праці як рухливий і динамічний показник результативності та ефективності праці, який коригується низкою факторів, має визначальне значення в розвитку як окремої організації, так і країни в цілому [1, с. 244]. Тому першочерговим завданням в процесі дослідження продуктивності праці працівників аварійно-рятувальних служб (АРС) постає необхідність уточнення особливостей змісту праці рятувальників.

Праця рятувальників характеризується низкою специфічних особливостей: об'єктом праці – життя та здоров'я людини, а також цілісність та порятунок матеріальних і культурних цінностей та захист довкілля від дій НС; підвищена складність праці; високий рівень творчості; значна частка живої праці; високий рівень розумової та нервової напруги, через надзвичайні умови професійної діяльності, ненормований час роботи та відпочинку, неможливість контролювати обставини, за яких виникла складна робоча ситуація, високий рівень відповідальності за якість виконання професійних обов'язків; наявність високого ризику втрати життя та здоров'я самими працівниками підрозділів АРС через роботу під час НС гідрометеорологічного, геологічного, природного чи біологічного характеру, перебуваючи на

хімічно-, пожежо-, вибухонебезпечних, гідродинамічних, радіаційних об'єктах.

Характерні особливості змісту праці породжують специфіку прояву її результатів та можливість обрахунку продуктивності [2, с.16]. По-перше, результат не має прямого зв'язку з обсягом витрат на його досягнення. По-друге, важко окреслити часові рамки адже час, інтенсивність або сила впливу негативних факторів непередбачувані. По-третє, результати праці носять нематеріальний характер, що і ускладнює їх оцінку.

З огляду на викладені вище положення, під ефективною діяльністю працівників АРС слід розглядати таку працю, яка за умови найбільш раціонального використання наявної матеріально-технічної бази та власної професійної майстерності дозволяє отримати найвищі в кожному окремому випадку результати, що відповідають вимогам суспільства, цілям діяльності аварійно-рятувальних підрозділів МНС, а також особистим моральним та матеріальним трудовим очікуванням працівника.

Ступінь готовності працівника до виконання своїх обов'язків та подолання стрес-факторів ризиконебезпечної діяльності значною мірою залежить від наявних соціальних гарантій для працівника та його родини, від ступеню соціальної безпеки та захищеності, впродовж всього свого трудового життя працівники АРС зіштовхуються з численними ризиками, які загрожують їхньому здоров'ю, професійній реалізації, нормальному відтворенню та розвитку.

Основними соціальними важелями у забезпеченні продуктивної праці працівників ризиконебезпечних професій мають стати: забезпечення справедливої винагороди за працю, гарантія продуктивної та високооплачуваної зайнятості; правове та організаційне забезпечення гарантій зайнятості; розвиток соціального партнерства та соціального діалогу; підвищення доступності та якості професійного навчання; забезпечення безпечних умов праці.

Результатом подолання соціальних небезпек та активізації даних важелів підвищення ефективності праці працівників ризиконебезпечних професій має стати перехід діяльності служб на новий якісний рівень. А впровадження організаційно-економічних інновацій в роботу аварійно-рятувальних служб гарантуватиме підвищення рівня забезпечення захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру, а також адаптації служби до європейських стандартів та ефективного використання ними обмежених бюджетних коштів на зазначені цілі.

Література

1. Мала гірнича енциклопедія. В 3-х т. / За ред. В. С. Білецького. — Донецьк: «Донбас», 2004. — 640 с.
2. Коженівський Л. Управління безпекою / Л. Коженівський // Безпека життєдіяльності. — 2003. — №12. — С. 2-5
3. Соціальна безпека: теорія та українська практика: Монографія/І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колот, О.Ф. Новикова та ін; за ред. І.Ф. Гнибіденка, А.М. Колота, В.В. Рогового. — К.: КНЕУ, 2006.-292с.
4. Томашкова К. Т. Механізм державного управління економічною безпекою особистості: дис. канд. наук з державного управління: 25.00.02 / Томашкова Катерина Тимофіївна. — Донецьк, 2009. — 216с.

Дроботова М.В., к.е.н., доц., Маскіса А.А. студ.
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ УКРАЇНИ ДО ТРАНСКОРДОННИХ ПРОЕКТІВ «КУЛЬТУРНІ ШЛЯХИ»

Динамічність розвитку, урізноманітнення суспільних функцій та зростання ролі туризму як галузі господарства в умовах глобалізації потребують розробки питань узгодження туристської діяльності з природними, соціокультурними, еколого-економічними, інформаційно-технологічними можливостями як окремих країн і регіонів, так і світового господарства в цілому. Все це свідчить про те, що роль міжнародного співробітництва набуває все більш актуального значення. На сьогоднішній результат такого співробітництва є розробка транснаціональних проектів — культурних шляхів.

Достатньо складно знайти теоретичні виклади щодо «культурних шляхів» як міжнародних проектів — це або нормативні документи Ради Європи (так як поки що це переважно європейські міжнародні проекти), або одиничні згадування в публікаціях з менеджменту туризму, інновацій та міжнародного туризму.

Результати теоретичних досліджень «культурних шляхів» дозволило визначити такі загальні аспекти.

«Європейські культурні шляхи» можуть бути:

- транснаціональні проекти (декілька країн беруть участь);
- трансрегіональні (декілька регіонів беруть участь);
- регіональні проекти (якщо культурно-історичні, художні та соціальні інтереси проектів не виходять за кордони регіону або держави).

Історія культурних шляхів починається у 1964 році, коли робоча група «L'Europe continue» Ради Європи взяла за основу географію культури Європи для створення туристичної мережі. Але ця ідея здійснилась тільки у вісімдесяті роки ХХ ст., коли Рада з культурного співробітництва офіційно визначила: «Культурний шлях Європи» — це шлях через одну або декілька країн чи регіонів, що

займається темами, які через історичні, мистецькі та соціальні інтереси є європейськими, чи на підставі географічного пролягання шляху, чи по змісту та значенню.

Включення вибраних цікавих місцевостей та шляхів до туристських маршрутів повинно розбудити свідомість спільної культури Європи.

Здійснювання програми «Культурні шляхи Європи» державами-членами Ради Європи переслідує 3-х кратну ціль: зробити очевидно і цінною спільну культурну ідентичність європейських громадян, а повсякденне життя живішим, по праву оцінити та зберігати європейську культурну спадщину, запропонувати нові можливості культурного туризму в інтересі поліпшення життєвого стандарту та соціального, економічного і культурного розвитку громадян Європи в їхньому дозвіллі.

Пріоритетом шляхів завжди є культура. «Культурні шляхи» особливо придатні для того, щоб піднести на належний рівень такі духовні цінності як толерантність та солідарність і перемогти безробіття, виключення з суспільних процесів, проявлення расизму і націоналізму.

Проект «Культурні шляхи Ради Європи» існує не тільки для культурних і туристичних результатів, він хоче здійснити: захист культурних цінностей Європи, обмін інформацією та досвідом, організацію нових утворень кооперації між різними областями дослідження, нових форм зустрічей молоді Європи, популяризацію незнайомих культурних цінностей.

Програма «Культурні шляхи Європи» є по-своєму неповторною тому, що вона інтегрує дії та об'єднує культури. І щоб надалі посилено займатися культурною кооперацією в Європі, потрібна постійна підтримка держав-учасниць Ради Європи та Європейської культурної конвенції [1].

На сайті Ради Європи можна знайти 24 культурних шляхи (табл.1), які сертифікувала ця поважна пан'європейська організація. Самі назви цих транскордонних проектів (одна з умов сертифікації – участь в проекті бодай двох європейських країн) є свідченням того культурного розмаїття, що ховається за словом Європа [2].

Таблиця 1

Список культурних шляхів Ради Європи

№	Назва англійською	Назва українською
1.	Santiago De Compostela Pilgrim (1987)	Маршрути паломництва Сантьяго-де-Компостела
2.	The Hansa (1991)	Ханса
3.	The Heinrich Schickhardt Route (1992)	Шлях Генріха Шикхарда
4.	The Viking Routes (1993)	Маршрути Вікінгів
5.	The Via Francigena (1994)	Віа Франчіджена
6.	The Vauban and Wenzel Routes (1995)	Шляхи Воубана та Венцеля
7.	The Routes of El Legado of Andalus (1997)	Шляхи Ель Легадо з Андалусі
8.	European Mozart Ways (2002)	Європейські шляхи Моцарта
9.	The Phoenicians Route (2003)	Шлях фінікійців
10.	The Pyrenean Iron Route (2004)	Піренейський Залізний шлях
11.	The Saint Martin of Tours Route (2005)	Шлях Святого Мартіні Турського
12.	The Cluniac Sites in Europe (2005)	Cluniac сайти в Європі
13.	The Routes of the Olive Tree (2005)	Маршрути оливкового дерева
14.	The Via Regia (2005)	Королівський шлях
15.	Transromanica (2007)	Романський шлях
16.	The Iter Vitis Route (2009)	Живий
17.	The European Route of Cistercian abbeys (2010)	Європейський маршрут цистерціанських монастирів
18.	European Cemeteries Route (2010)	Маршрут європейських цвинтарів
19.	Prehistoric Rock Art Trail (2010)	Шлях доісторичного наскельного мистецтва
20.	European Route of Historical Thermal Towns (2010)	Європейський маршрут історичних термальних міст
21.	The Route of Saint Olav Ways (2010)	Шляхи Святого Олава
22.	The European Route of Jewish Heritage (2010-2011)	Європейський маршрут єврейської спадщини
23.	The Casadean Sites (2012)	Сайти касадени
24.	The European Route of Ceramics (2012)	Європейський маршрут кераміки

Наразі через Україну проходить 4 культурних шляхи: Шлях вікінгів, Via Regia або Королівський шлях, путь Св. Мартіна Турського та Європейський шлях єврейської спадщини. Сліди на місцевості та веб-сайт українською мовою має тільки Via Regia. Втім навіть у цих нечисленних проектах Україна бере участь у ролі молодшого партнера, оскільки всі вони були ініційовані далеко за її межами. І це проблема не тільки України: так склалося, що жоден з 24 культурних шляхів Ради Європи не був ініційований у Європі Східній [2].

У грудні 2012 року Луцьк запропонував об'єднати зусилля українських областей, міст, селищ та потенційних іноземних партнерів задля спільної промоції культурно-історичної спадщини і став ініціатором створення міжнародного проекту «Шлях Гедиміновичів» [3]. Засновниками асоціації виступають окрім Луцька, Кам'янець-Подільський, Острог, Дубно, Ізяслав та Хотин. Суть проекту – у створенні туристичного шляху, що пролягатиме територією трьох країн (України, Литви, Білорусі) й об'єднуватиметься історичними подіями, тобто культурно-історичної спадщини Великого князівства Литовського, Руського та Жемайтійського. Ініціатори сподіваються, що до 2015 року, отримавши загальноєвропейське визнання, проект буде включено до переліку культурних шляхів Ради Європи. А відтак «Шлях Гедиміновичів» стане першим культурним шляхом Ради Європи, ініціатором створення котрого виступила Україна[4].

Реалізація проектів «культурні шляхи», що особливо актуальне для України, несе економічні вигоди від розвитку туристичної сфери (надходження в місцеві бюджети, створення нових робочих місць, фінансування інфраструктури гостинності та культурно-історичних пам'яток), а також буде сприяти розвитку загальної культури населення та його історичного усвідомлення. Але неможливо не зазначити, що найбільш складним в реалізації цих проектів буде залучення туристських потоків за «культурними шляхами», тому необхідно буде розробити комплексну маркетингову стратегію цього проекту.

Література

1. Via Regia – культурний шлях Ради Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.via-regia.org/ukr/index.php>
2. Луцьк очолив похід «Шляхом Гедиміновичів» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://volynmedia.com/articles/497/>
3. У Луцьку підпишуть міжнародні договори про співпрацю у рамках проекту «Шлях Гедиміновичів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://p-p.com.ua/articles/36785/>
4. Луцьк – на шляху Гедиміновичів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://volga.lutsk.ua/view/666/>

Дубінко Є.В., магістр. гр. ЕП-13м, Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.
Кіровоградський національний технічний університет

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Аналізуючи діяльність сучасного підприємства як самостійного господарського механізму, необхідно відзначити, що особливості його діяльності та практика фінансово-економічного планування, що склалася, спричиняють несумісність ряду задач оптимального фінансово-економічного планування.

Мета публікації – дослідити шляхи економіко-математичного моделювання господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Ситуація, коли модель математичного програмування, розв'язувана відповідно до реального економічного завдання, є невласною (нерозв'язуваною) виникає дуже часто. Звичайно, у цьому випадку, виходячи з тих чи інших евристичних міркувань, можна зняти чи послабити ряд обмежень, скоригувати вихідні дані і добитися того, що задача буде розв'язуваною. Проте більш важливий і доцільніший підхід, який базується на використанні об'єктивних процедур для корекції такої моделі, тобто для перетворення її в розв'язувану.

Отже, можна сформулювати таке поняття невласної задачі: це задача, яка не має властивості одночасного розв'язання прямої і двоїстої задач і збігу їх оптимальних значень. Для знаходження розв'язку невласної задачі лінійного програмування коригується і система обмежень, і сама функція [1].

Основні причини появи несумісних задач фінансово-економічного планування діяльності підприємства можуть бути виявлені лише шляхом вивчення поведінки реальної виробничої системи, на яку впливають як внутрішні так і зовнішні чинники. Відзначимо, що господарську діяльність, як систему підприємства, можна розглядати як обмежену, яка визначена основними питаннями об'єктивних економічних законів розвитку.

Суперечливі теоретичні моделі, застосовувані у фінансово-економічному плануванні підприємства, в ринкових умовах відображають складні соціальні й техніко-економічні ситуації.

Причинами виникнення невласних моделей, що описують задачі фінансово-економічного планування і управління на підприємствах, є: ресурсний дефіцит; напруженість плану; відсутність резервів виробничих потужностей; неточність і недостовірність економічної інформації; урахування суперечливих директив тощо. Наведений перелік неповний, тільки деяких причин виникнення суперечливих моделей, що мають більш-менш загальний характер.

Необхідно також відзначити, що підвищення ефективності та інтенсифікації виробництва викликає необхідність постійних нововведень, швидкого впровадження нових наукових розробок, зміни структури й номенклатури продукції, що виробляється. У цьому випадку об'єкт фінансово-економічного планування повинен мати деякі резерви ресурсів для підвищення мобільності підприємства, його сприйнятливості до реалізації сучасних інноваційних досягнень.

Одним з шляхів ефективності господарської діяльності є планування оптимального асортименту продукції підприємства, яке має на меті встановлення таких обсягів продукції, що зможуть забезпечити досягнення мети підприємства з урахуванням ряду внутрішніх та зовнішніх обмежень. До числа таких

обмежень можна віднести: попит на продукцію конкретного виду, виробничі потужності підприємства, обмеження на ресурси певного виду та на значення цільових економічних індикаторів.

Цільові економічні індикатори відображають досягнуті або встановлені стратегічним планом рівні основних показників розвитку підприємства [2]. Обмеження буде мати вигляд:

$$\sum c_{qi} \cdot x_i \geq (\leq) C_q,$$

де c_{qi} – значення q -го показника для i -го виду продукції;

x_i – показник попиту на продукцію i -го виду;

C_q – рівень q -го індикатора.

При цьому, як правило, відтворюється як внутрішні інтереси підприємства (прибуток, соціально-економічний розвиток тощо), так і зовнішні інтереси споживачів. Тобто, дану модель необхідно розглядати як системну, багатоцільову, що вимагає використання методів пошуку обґрунтованого компромісу.

З метою відображення в моделі впливу конкурентного середовища доцільно на підставі конкурентного аналізу в обмеження і функцію мети включити умовну продукцію (продукцію конкурентів) з відповідними якісними, нормативними та ціновими характеристиками. Наявність в оптимальному проекті плану виробництва і збуту продукції умовних виробів буде свідчити про перевагу продукції конкурентів за сукупністю характеристик. Оптимальний варіант плану виробництва продукції може служити орієнтиром при формуванні портфеля замовлень або для певних підприємств – основою для затвердження виробничої програми підприємства.

Таким чином, одним з шляхів покращення ефективності господарської діяльності є обов'язкове проведення її планування із застосуванням економіко-математичних методів для визначення оптимального асортименту продукції або, наприклад, математичну теорію оптимальних процесів – через максимум Понтрягіна для управління ресурсами тощо.

Література

1. Крамаренко Г.О., Чорна О.С. Фінансовий аналіз. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 302с.
2. Свірска О. Використання конкурентного аналізу при плануванні виробничої програми підприємства // Міжнародна науково-практична конференція. Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики. Збірник тез доповідей. – Львів: Вид-во Національного ун-ту „Львівська політехніка”, 2006. – С. 158–159.

Євсєєва Д.І., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розробка маркетингової стратегії є важливою складовою розвитку підприємства, яка набуває все більшої актуальності за сучасних умов становлення ринкових відносин в Україні. Саме тому, для ефективного функціонування підприємства на ринку туристичних послуг доцільним є застосування у своїй маркетинговій діяльності певних стратегічних підходів. Вибір маркетингової стратегії розвитку туристичного підприємства дає йому можливість стати більш успішним і конкурентоспроможним. Тому, дослідження наявних стратегій в сфері туризму є важливою частиною організації маркетингової діяльності на підприємстві.

Особливості стратегічного маркетингу в сфері туризму досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені: В. Квартальнов, Ф. Котлер, Дж. Боуен, О. Азарян, А.М. Пономарьова, В.Ф. Кифяк, Н.Є. Кудла, Дурович А.П. та інші.

За визначенням Ф. Котлера [1], маркетингова стратегія — це вибір цілей, принципів чи правил, які у певному часі зумовлюють напрям маркетингової діяльності фірми, визначаючи поєднання і використання засобів та ресурсів відповідно до мінливої ринкової ситуації, умов оточення і конкуренції.

Маркетингові стратегії окремих підприємств повинні будуватися на основі реального стану речей, вмінні використовувати власні ресурси та можливості мінливого оточення. Майбутнє фірми залежить від того, як вона зуміє реагувати на зміни у сфері купівельної спроможності споживачів, способів проведення ними вільного часу, курсів валют, податків тощо. Такі реагування можуть мати творчий або характер наслідування. Створювати стратегію потрібно в такий спосіб, як робили це інші, або у цілком новий та оригінальний спосіб [2].

Підприємство сфери туризм не може дотримуватись однієї визначеної стратегії та застосовувати її у всіх напрямках своєї діяльності. Туристична агенція, яка реалізує велику кількість туристичних продуктів країни, зазвичай застосовує різні стратегії щодо залучення клієнтів. Аналогічно повинно діяти підприємство, яке пропонує різні послуги, спрямовані на різноманітні кола споживачів. Підприємство може прекрасно поєднувати продаж запланованих красознавчих екскурсій чи побутового відпочинку (стандартна стратегія) з можливістю закупівлі додаткових розваг у місці перебування (диференційована стратегія) [4].

Формування відповідної та дієвої маркетингової стратегії позначається на розвитку туристичного

підприємства.

Стратегію проникнення на ринок туристичне підприємство повинно реалізовувати тоді, коли воно намагається повніше використати можливості існуючих цільових ринків і пропонованих продуктів. Цю стратегію варто застосовувати у разі насиченого і відносно стабільного ринку, з урахуванням тих продуктів, які перебувають у відповідних фазах циклу життя.

Стратегія розвитку ринку полягає в пошуку нових покупців і нових ринків збуту для пропонованих послуг. Новим ринком є не тільки нова географічна територія, а також новий сегмент ринку і так званий додатковий ринок, тобто нове застосування існуючого продукту, розширення ознак існуючої пропозиції послуг під кутом потреб і переваг клієнтів.

Стратегія розвитку продукту безпосередньо пов'язана з аналізом життєвого циклу, інноваційною політикою та формуванням асортиментної політики підприємства сфери туризму. Вона полягає в пропонуванні ринку нових або модифікованих послуг. Ця стратегія є ефективною в тому випадку, коли фірма має значну групу покупців і пропонує їй продукти, які мають на ринку добру марку.

В умовах сучасного розвитку ринку туристичних послуг в Україні доцільним є застосування стратегії зниження витрат виробництва-цінове суперництво. Ця стратегія передбачає внесення таких нововведень, що забезпечать реалізацію туристичного продукту за привабливими цінами.

Вибір тієї чи іншої стратегії залежить від ресурсного забезпечення підприємства і його готовності ризикувати. Якщо фірма володіє значними ресурсами, але не хоче ризикувати, то вона може використовувати стратегію розвитку продукту. Якщо ресурсів недостатньо, можна вибрати стратегію розвитку ринку [3].

Отже, для ефективного функціонування підприємства сфери туризму в сучасних ринкових умовах необхідно обрати саме таку маркетингову стратегію, як б забезпечила зниження ступеню невизначеності та ризику для підприємства на ринку.

Література

1. Вісник Чернігівського національного технологічного університету. Маркетингові стратегії розвитку туристичних підприємств: стаття. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=1&id=24>
2. Все про туризм. Туристична бібліотека. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. 4. Маркетингові аспекти туристичних послуг. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo_45.htm
3. Підручники онлайн. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: http://tourlib.net/books_ukr/kudla_n_e_marketing_turizma.htm
4. Все про туризм. Туристична бібліотека. Дурович А.П. Маркетинг в туризмі. Навчальний посібник. - Мінск: Нове знання, 2003. - 496 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу до документу: http://tourlib.net/statti_ukr/chaplinskyj3.htm

Журило І.В., к.е.н., доц., Гетьман Р.В., магістр. гр. ЕК-13М
Кіровоградський національний технічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Досягнення українськими підприємствами стійких конкурентних переваг на внутрішніх і зовнішніх ринках неможливе без створення ефективної системи стратегічного управління.

Не зважаючи на достатньо широке суб'єктивне усвідомлення необхідності впровадження стратегічного управління, воно ще не знайшло широкого розповсюдження на вітчизняних підприємствах, зокрема через складні умови господарювання, брак коштів для впровадження інноваційних процесів, не зовсім цивілізовані форми конкурентної боротьби, консервативне мислення деяких керівників. Основна ж причина, на наш погляд, полягає у відсутності кваліфікованих спеціалістів із стратегічного управління та методики його впровадження на вітчизняних підприємствах.

У численній науковій літературі приділяється значна увага дослідженню методології стратегічного управління. Проте, варто зауважити, що більшість літературних джерел присвячено застосуванню систем стратегічного управління в умовах досконалих ринкових відносин і не враховують особливості адаптації методологічного інструментарію стратегічного управління до сучасних вітчизняних реалій.

Можна стверджувати, що науковці здебільшого розглядають стратегічне управління як замкнений управлінський процес, спрямований на досягнення місії та цілей організації. Наведемо кілька таких визначень:

- стратегічне управління являє собою динамічний процес аналізу, вибору стратегій, планування, забезпечення і реалізації розроблених планів організації, що полягає в повторюваному циклі реалізації її основних завдань (етапів) [1];
- стратегічне управління – це процес прийняття та здійснення стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічне планування, засноване на порівнянні ресурсного потенціалу організації з можливостями і загрозами зовнішнього середовища, у якому вона діє [3];
- стратегічний менеджмент – це процес, за допомогою якого менеджери встановлюють

довгострокові напрямки розвитку організації, її специфічні цілі, визначають стратегії їх досягнення з урахуванням усіх можливих внутрішніх і зовнішніх обставин та реалізують обрані плани дій [6];

– стратегічне управління – це багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [7];

– стратегічне управління являє собою процес формування цілей організації та процес управління для їхнього досягнення [8].

Подібні визначення представлено також у джерелах [9, 10, 11].

Як бачимо, ідея розглядати модель стратегічного управління організації з позицій процесного підходу є досить популярною серед багатьох зарубіжних науковців. Підтримують її і деякі українські дослідники.

Процес, безперечно, є однією з можливих форм опису менеджменту організації. Проте, на нашу думку, застосування процесного підходу в якості категоріально-термінологічного апарату тлумачення концепції стратегічного управління викликає складності у розумінні механізму його впровадження і реалізації на практиці.

Стратегічне управління – це перш за все складна система, у якій відбуваються процеси аналізу, розробки, реалізації та контролю стратегій, направлених на досягнення місії та цілей функціонування організації. Крім того, за визначенням С.А.Попова, це «високопрофесійна управлінська діяльність зі своєю власною структурною спеціалізацією» [5, с. 40]. Таким чином, процес є одним із динамічних елементів, складовою частиною та основою загальної системи стратегічного управління на підприємстві як циклічної професійної діяльності, що має свою власну, достатньо складну структуру та різні напрямки внутрішньої спеціалізації.

Передусім слід виділити такі основні складові системи стратегічного менеджменту, як суб'єкт та об'єкт управління.

На думку авторів [4]: «об'єкт стратегічного управління – це потенціал підприємства, який включає трудові, матеріальні, фінансові, інформаційні ресурси, залучені в господарську діяльність підприємства і які здатні визначати конкурентоспроможність підприємства в довгостроковому періоді. Суб'єкт управління – вища, іноді середня ланка управління підприємством, спроможна сформулювати, розробити й реалізувати стратегію розвитку».

Погоджуючись з такою позицією, ми все ж вважаємо, що об'єктом системи стратегічного управління є не лише внутрішній потенціал організації, а й система взаємозв'язків між організацією та оточенням, які дозволяють їй добиватися своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і сприяють прийнятливості до зовнішніх викликів.

Література

1. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
2. Гуиар Ф.Ж., Келли Д.Н. Преобразование организации : Монография; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2000. – 375 с.
3. Кадыров М.С. Система стратегического управления как основа реструктуризации бизнеса // Вестник ТИСБИ. – 2000. – №2. – С. 12-14.
4. Осовська Г.В., Фішук О.Л., Жалінська І.В. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003. – 196 с.
5. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 4. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 304 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов /Пер. с англ. под ред. Л.Г.Зайцева, М.И.Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
7. Шершньова З.Є., Оборська С.Є. Стратегічне управління – К.: КНЕУ, 2000 – 260 с.
8. Hatten K.J., Hatten M.L. Effective Strategic Management, Englewood Cliffs. – NJ: Prentice-Hall, 1988.
9. Higgins J.M. Organizational Policy and Strategic Management: Text and Cases. – 2nd ed. – Chicago: The Dryden Press, 1983.
10. Schendel D.E., Hatter K.J. Business Policy or Strategic Management: A BroaderView for an Emerging Discipline //Academy of Management Proceeding. – 1982. – August.
11. Smith G.D., Arnold D.R., Bizzel B.G. Business Strategy and Policy. – Boston; Houghton Mifflin, 1988.

Журило І.В., к.е.н., доц., Желізняк І.Ю., магістр. гр. ЕП-13М
Кіровоградський національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Аграрний сектор економіки є важливою складовою економічної системи України. Від його стабільного функціонування залежить стан економіки країни та її продовольча безпека. Тому особливій уваги вимагає вирішення проблеми забезпечення і підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств АПК.

У даний момент в Україні недостатньо ґрунтовних досліджень, присвячених управлінню конкурентоспроможністю підприємств АПК. Праці вітчизняних і закордонних економістів, переважно присвячено методам оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств, а особливості підприємств аграрного сектору економіки вивчено недостатньо.

Між тим керівники вітчизняних підприємств АПК, прагнучи посилити свої конкурентні позиції у

складних ринкових умовах, відчувають нагальну необхідність у розробці та застосуванні механізму управління конкурентоспроможністю. Цей механізм передбачає перш за все розуміння сутності та підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Не зважаючи на велику кількість визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства», які зустрічаються в наукових джерелах, вони мають загальний недолік, пов'язаний з відсутністю системного підходу до досліджуваного питання. Вважаємо, що цей недолік усуває наступне визначення: конкурентоспроможність підприємства – це синтетична категорія, що характеризує спроможність підприємства функціонувати та розвиватися відповідно до намічених стратегічних цілей, конкуруючи своїми товарами з іншими учасниками відповідного ринку обігу подібних за основним призначенням товарів у певному інтервалі часу, при існуючому рівні та характері впливу факторів зовнішнього середовища, задовольняючи запити конкретної групи споживачів [1].

Особливості галузі сільськогосподарського виробництва обумовлюють характер конкуренції між виробниками продукції, яка має такі особливості:

1. Обсяги реалізації зернових, а, отже, і прибутковість господарства залежить, зокрема, від таких об'єктивних факторів, як природно-кліматичні та сезонні умови. У сприятливі періоди високої врожайності зернових культур, коли пропозиція перевищує попит, суперництво зростає між всіма виробниками району та навіть області. Виграє той, хто швидше реалізує продукцію за вищою ціною, тому що з часом, в міру насичення ринку, ціна знижуватиметься. У періоди падіння врожайності – навпаки – зерно слід притримати, бо ціна на нього з часом зростає.

2. Найважливішим чинником конкуренції, особливо для сусідніх фермерів, є оренда землі. Саме за її рахунок фермери мають можливість значно збільшувати площу свого землекористування. Як свідчать дослідження, фермерські господарства укладають договори на оренду землі з власниками земельних паїв, як правило, строком від 2 до 5 років, що пояснюється, очевидно, бажанням селян добре вивчити надійність орендаря землі виконувати договірні зобов'язання, насамперед тих, які стосуються розрахунків за орендною платою. Щоб мати реальні переваги перед конкурентами та отримувати більші орендовані площі керівники господарств мають здійснювати орендну плату грошима та по можливості зменшувати долю розрахунків у натуральній формі.

3. Вагомим фактором конкурентоспроможності фермерського господарства є його розмір. Це один з основних чинників ефективності господарювання. Треба мати на увазі, що розмір господарства повинен формуватися так, щоб забезпечити раціональніше використання машинно-тракторного парку, повну зайнятість трудових ресурсів протягом року та гарантувати найбільшу віддачу на одиницю вкладеного капіталу.

4. Вагомим фактором конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства є наявність у ньому високо освічених спеціалістів та керівників.

5. Серед цих двох чинників, які визначають конкурентоспроможність аграрної продукції, головним є її якість, яка забезпечує виробнику конкурентні переваги, хоча часто все залежить від ситуації на ринку. Основними в оцінці рівня якості сільськогосподарської продукції є показники призначення (біологічна цінність продукту, органолептичні параметри, гігієнічні та токсикологічні характеристики, а також стабільність властивостей). На якості сільськогосподарської продукції, наприклад зернових, може впливати певні чинники, що знижують рівень її класності, зумовлюючи тим самим сферу застосування цієї продукції.

6. За сучасного механізму ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції, держава регулює умови відтворення в АПК, встановлюючи цінові межі та визначаючи рекомендовані ціни. У цих умовах, ціни на зернові, що їх сплачують споживачі та посередники виробникам, є відносно стабільними протягом сезону і залежать від рівня якості, обсягів і періоду продажу продукції. Проведений нами аналіз показав, що наявність у підприємства сучасного сховища зернових, дозволяє якісно збережену продукцію реалізувати у більш пізні періоди, коли ціни на неї різко зростають, збільшивши, тим самим свою прибутковість.

Для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства у нинішніх умовах посткризового періоду слід обирати, на нашу думку, методичний підхід, який по-перше, не потребує великих витрат коштів та часу для його застосування, а по-друге, передбачає одночасне проведення діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства.

З цією метою вважаємо за необхідне доповнити систему показників конкурентоспроможності продукції та конкурентної позиції підприємства на ринку показниками-індикаторами кризового стану підприємства та загрози його банкрутства. Основними методологічними принципами формування такої системи показників є:

- відповідність системи показників завданням діагностичного дослідження;
- наявність необхідної інформації для розрахунку значень показників, необхідних для динамічного та порівняльного аналізу;
- можливість підбору статистичної бази стосовно рівня та динаміки зміни показників;
- охоплення показниками усіх напрямків та сфер оцінки фінансово-економічного стану підприємства, які відображають кризові явища або передумови для їхнього виникнення;

- оптимальний набір показників з кожного напрямку дослідження, який виключає їхнє дублювання;
- чітке та однозначне визначення нормативних величин показників або їх динаміки.

Враховуючи згадані вище вимоги, ми обрали методику оцінки конкурентоспроможності підприємства, запропоновану авторами [2], відповідно до якої пропонується проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства у три етапи:

1. Оцінка конкурентоспроможності товару.
2. Оцінка критеріїв конкурентоспроможності підприємства.
3. Визначення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Дану методику було апробовано на прикладі ТОВ «Діметра Л», розташованому Кіровоградському районі. Воно спеціалізується на виробництві зерна, кукурудзи та соняшнику, а також має власну переробну базу. Аналіз показав, що рівень конкурентоспроможності підприємства знаходиться на досить високому рівні, проте протягом останнього року має тенденцію до зниження через:

- несприятливі природно-кліматичні умови, що вплинули на зменшення врожайності культур;
- зростання цін на ПММ, добрива, засоби боротьби з шкідниками;
- деякі показники фінансового стану, що не відповідають нормі, а саме: коефіцієнти абсолютної та загальної ліквідності, коефіцієнт покриття.

Література

1. Азоев Г.Л., Челенкова А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: ГАУ, 2000. – 459 с.
2. Конкурентоспособность продукции и предприятия /Под ред. Б.В. Буркинського. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2002. – 132 с.

Журило І.В., к.е.н., доц.; Козуля М.М., магістр. гр. ЕП-13МБ
Кіровоградський національний технічний університет

СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку вітчизняним підприємствам необхідно вирішувати проблему формування й утримання конкурентних переваг. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на ринку.

Не зважаючи на значні досягнення в теорії і практиці управління конкурентоспроможністю підприємств, є ряд проблем, які залишаються предметом обговорень і дискусій науковців. Зокрема потребують удосконалення та розвитку понятійно-категоріальний апарат теорії конкурентних переваг, технологія та інструментарій управління ними тощо. Відсутня цілісна та обґрунтована концепція формування конкурентних переваг, яка б враховувала вітчизняну специфіку, а також специфіку діяльності підприємств різних галузей промисловості й допомагала б їм виживати та досягати успіху в складних умовах перехідної економіки.

Тому наші дослідження спрямовано, перш за все, на теоретичне осмислення сутності конкурентних переваг підприємства та визначення методичних аспектів управління ними, зокрема для підприємств з виробництва будівельних матеріалів.

Нині поняття «конкурентної переваги» по-різному трактується як зарубіжними, так і вітчизняними вченими-економістами. Критичний аналіз цілої низки визначень даної категорії дозволив обрати, на наш погляд, найбільш точне з них:

Конкурентна перевага – це будь-яка ексклюзивна цінність, якою володіє підприємство, що забезпечує йому першість серед конкурентів. Конкурентні переваги утворюються унікальними активами, якими володіють підприємства, тими стратегічно важливими для даного бізнесу сферами діяльності, які утворюють ланцюжок цінностей підприємств і дозволяють перемагати у конкурентній боротьбі [1].

Ми не погоджуємося з позицією М. Портера, який підкреслює, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. Він вважає, що «на відміну від можливостей, – це факт, що фіксується в результаті реальних і очевидних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності» [2].

На противагу такій думці, Р. А. Футхудинов, розвиваючи підхід до розуміння конкурентної переваги крізь призму поняття «цінність», вважає (і ми з ним згодні), що цінність – це не лише те особливе, чим система володіє (утримує в собі), а й те, що прагне зберегти або мати у майбутньому. Ось чому він виділяє реальні і віртуальні цінності. На нашу думку, більш вдало вони мали б називатися: реальними (фактичними) і потенційними (стратегічними). Фактична конкурентна перевага є реальною і реалізується на конкретному ринку. До потенційної переваги система прагне в результаті стратегічних дій. На цьому, власне, і побудована теорія стратегічного управління.

Стратегія підприємства має бути спрямована не лише на підтримання вже досягнутих конкурентних переваг, а й на формування нових, оскільки конкурентне середовище є досить динамічним. У ньому змінюються пріоритети держави, оновлюються технології, асортимент продукції, потреби споживачів,

з'являються нові, набирають силу або слабшають і переорієнтовуються існуючі конкуренти. Тому підприємства, які перебувають у постійному пошуку напрямків утримання чи посилення своїх конкурентних позицій, повинні, перш за все, проводити діагностику зовнішнього середовища свого функціонування, а також внутрішніх процесів, які відбуваються на підприємстві.

ТОВ «Кіровоградський завод будівельних матеріалів №1» («КЗМБ №1») є одним з найбільших підприємств Кіровограда з виробництва цегли та інших будівельних виробів. Жорстка конкуренція на ринку їх споживання потребує від підприємства стабільності, надійності та відповідальності у відносинах зі споживачами та партнерами по бізнесу.

Основним конкурентом аналізованого підприємства є ПрАТ «Слобожанська будівельна кераміка», яке на сьогоднішній день є найпотужнішим підприємством України з виробництва цегли, що використовує свої виробничі потужності на 100%. Сьогодні компанія СБК займає 40% українського ринку лицевої керамічної цегли та 10% цегляного ринку України за обсягами продажів. У той час як ТОВ «КЗМБ №1» контролює лише 2,54% ринку. Проте, на нашу думку, це свідчить не про слабку конкурентну позицію підприємства, а про дотримання ним стратегії фокусування на окремому сегменті ринку.

Нами встановлено перелік наявних конкурентних переваг ТОВ «КЗМБ №1», що до них належать:

- висока репутація у споживачів та сприяння зростанню їх лояльності;
- імідж надійного партнера;
- наявність надійних каналів збуту;
- можливість диверсифікації у сферах з великим ринковим потенціалом;
- вигідне географічне розташування ;
- досвід роботи на ринках виробництва будівельних матеріалів, та пов'язана з цим наявність ключових навичок для ефективної конкуренції;
- наявність висококваліфікованих кадрів та творчого підприємницького менеджменту;
- контролювання значної долі ринку Кіровоградської області.

Нами було проведено SWOT-аналіз діяльності підприємства, на основі якого розроблено заходи щодо покращення його конкурентної позиції:

- подальше зміцнення стосунків з існуючими клієнтами (споживачами);
- дослідження найважливіших стратегічних груп, їх сильних та слабких сторін та виявлення конкурентних переваг (власних та конкурентів);
- організація досліджень про стан ринку та потреби покупців;
- пошук шляхів для скорішого оновлення потужностей, зниження собівартості продукції;
- застосування ефективних методів ціноутворення;
- пошук напрямків диференціації продукції і послуг;
- вивчення та впровадження технологічних та інноваційних змін;
- впровадження на підприємстві дільниці з виробництва облицювальної цегли (розрахунки економічного ефекту, який становить близько 15 тис. грн., доводять доцільність даного заходу).

Література

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М., 2000. – 459 с.
2. Портер Майкл Е. Стратегия конкуренции. Пер. з англ. – К. Основи, 2002. – 390 с.
3. Фатхутдинов Р. А., Осовська Г. В. Управління конкурентоздатністю організації: підручник / ред. Г. В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. 470 с.

Івасечко В.О., магістр. гр. ЕК-13 МБ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Харченко І.В.

Кіровоградський національний технічний університет

ІНВЕСТИЦІЇ В ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНІСТЬ ТА РИНКОВА ПРИВАБЛИВІСТЬ

В статті порушується питання щодо обґрунтування доцільності виробництва продукції на українському підприємстві.

Для України як незалежної держави важливим є повне енергозабезпечення власних потреб, тобто енергонебезпечність в зв'язку з дефіцитом енергетичних потужностей і палива. Особливо гостро така проблема стоїть в гірських та віддалених місцевостях. Враховуючи незначний попит на електроенергію в таких місцевостях, місцеві Обленерго не зацікавлені в спорудженні ліній електропостачання.

Як можна вирішити такі питання? Шляхом використання місцевих енергоресурсів – вітру, води, сонця. Наприклад, шляхом створення міні-ГЕС. Це дасть можливість достатньо легко і дешево вирішити проблеми енергопостачання в місцевостях, які розташовані далеко від ЛЕП, проведення в місцевості ліній електропостачання вимагає значних коштів, часу та кваліфікованих кадрів.

Нагромадивши досвід роботи в умовах конкуренції і маючи в своєму розпорядженні кваліфіковані кадри фахівців, керівництво ПАТ «Цукрогідроماش» має намір шляхом впровадження цілого ряду заходів підвищити ефективність роботи і розвивати новий напрям по енергозберігаючим технологіям. У зв'язку з

дефіцитом енергетичних потужностей і палива, перебудовою організації робіт з питань енергозбереження і з метою економії витрат електроенергії. В ПАТ «Цукрогідромаш» розроблені конструкції і виготовлені дослідні зразки насосів, сучасна система управління яких дозволяє економити до 50% електроенергії. Ці насоси можуть також використовуватися як міні-ГЕС в місцевостях, де є водні ресурси з достатньою швидкістю течії (гори Криму, Карпати).

Але проблема полягає в тому, що підприємство не має достатньо коштів для початку цього проекту. В такому випадку залучають інвесторів та складають бізнес-план.

Бізнес-план складається для зовнішніх та внутрішніх користувачів. Добре підготовлений бізнес-план може служити основою для виправдання довіри інвесторів і кредиторів, переконання їх у потенційних можливостях керівництва компанії компетентно представляти їхні інтереси і таким чином підтверджувати, що ці керівники заслуговують на фінансову та стратегічну підтримку [1,2,3,4,5,6. с.101].

Він також має важливе значення для самого управлінського персоналу, забезпечуючи йому можливість визначення майбутніх стратегічних напрямків діяльності й того, яким чином та в які терміни ці стратегічні цілі можуть бути досягнуті. Бізнес-план точно визначає зміст цілей підприємства, а також час і шляхи їхнього досягнення. Понад це, бізнес-план служить основою механізму поточного планування оперативної і фінансової діяльності [9].

Тобто бізнес-план - це критична стартова позиція і базис всієї планової та виконавчої діяльності підприємства. Це найбільш важливе джерело стратегічної інформації, напрямків діяльності керівництва, що будуть прямо впливати на майбутні результати роботи підприємства. Бізнес-план дає раціональне обґрунтування заходів, що вживаються для підвищення прибутковості підприємства [1,2].

Складання бізнес-плану - це також процес самооцінки компанії. Саме даний аспект процесу розробки бізнес-плану робить його дуже важливим для діючого підприємства. Така робота повинна здійснюватися на регулярній основі, навіть якщо залучення додаткового фінансування не є основним завданням. Самооцінка компанії, наприклад, може бути здійснена у зв'язку із складанням бюджету витрат капіталу на найближчий рік

Весь бізнес-план або окремі його розділи повинні широко обговорюватися. Залежно від виду бізнесу до роботи в команді можуть бути залучені фахівці з маркетингу, матеріально-технічного постачання, зв'язків з громадськістю, організації праці, фахівці з юридичних питань, різноманітні технічні фахівці та інші. Якщо є потреба, то окремі фахівці можуть залучатися для даного випадку.

Майбутнім покупцям ми хочемо запропонувати параметричний ряд осьових насосів, заради виробництва якого задумується весь проект В ПАТ «Цукрогідромаш» розроблені конструкції і виготовлені дослідні зразки насосів двостороннього входу з горизонтальним роз'ємом, осьових та інших, сучасна система управління яких дозволяє економити до 50% електроенергії. Осьові насоси можуть використовуватися як міні-ГЕС в місцевостях, де є водні ресурси з достатньою швидкістю течії (гори Криму, Карпати).

Насоси осьові - О-35, О-42, ОВ2-2500-4,2, для цукрової промисловості, систем зрошування, теплових та атомних електростанцій, великих та середніх промислових підприємств, великих та середніх сільськогосподарських підприємств державної і колективної форм власності, що будуть використовувати насоси ОВ для зрошування с/г угідь (Крим); підприємств або приватних власники, що захочуть улаштувати міні-ГЕС.

Важливим показником для отримання прихильності кредитора або інвестора є визначення внутрішньої норми доходності проекту. Для її визначення треба розрахувати щорічні грошові потоки повернення грошей інвестору або кредитору, виходячи з графіку сум повернення кредиту та виплат дивідендів.

Таблиця 1

Визначення суми грошових потоків

Рік	Величина повернених інвестицій, тис. грн.	Сума винагород, тис. грн.	Загальна сума грошового потоку, тис. грн.
1-й рік	600	200	800
2-й рік	400	400	800

Внутрішня норма доходності визначається за умови, що Чиста Теперішня Вартість (різниця між величиною інвестованого капіталу та дисконтованих грошових потоків) повинна бути рівною нулю. За даними проекту внутрішня норма доходності дорівнює 38%, що перевищує вартість капіталу. Доведемо це розрахунком.

Таблиця 2

Перевірка величини ВНД

Рік	Загальна сума грошового потоку, тис. грн.	Відсотковий фактор при 38% дисконтуванні	Поточна вартість грошового потоку, тис. грн..
1-й рік	800	0,7246	580
2-й рік	800	0,525	420
Загальна сума			1000

Таблиця 3

Визначення Чистої Теперішньої Вартості проекту

Роки	Грошові надходження, тис. грн.	Грошові витрати, тис. грн.	Різниця доходів і витрат, тис. грн.	Коефіцієнт дисконтування при 25% нормі	Дисконтований грошовий потік, тис. грн.
0		1000	1000	1	-1000
1	9900	8495	1405	0,8	1124
2	19800	13914	2886	0,64	1847
Всього ЧТВ					1971

Ринкова економіка чутлива до змін умов господарювання. Це її сила. Але це може мати і зворотну дію. Тому треба визначити чутливість проекту до зміни умов реалізації.

Таблиця 4

Визначення чутливості ЧТВ проекту до зміни умов реалізації проекту

Найменування показника	Одиниця виміру	Значення показника
ЧТВ проекту при нормі дисконту 25%	Тис. грн.	1971
Чутливості ЧТВ проекту до зміни обсягів реалізації	%	6,4
Чутливості ЧТВ проекту до зміни цін реалізації	%	6,4
Чутливості ЧТВ проекту до зміни цін ресурсів	%	4,4

Таблиця 5

Визначення ризику проекту методом сценаріїв

Найменування показника	Одиниця виміру	Значення показника
ЧТВ проекту при нормі дисконту 25%	Тис. грн.	1971
Умови песимістичного сценарію		
1. Зменшення обсягів реалізації	%	5
2. Зменшення цін реалізації	%	5
3. Збільшення цін ресурсів	%	5
Песимістичний рівень ЧТВ	Тис. грн.	276
Ризик реалізації проекту при песимістичному сценарії	Тис. грн.	1695

Таким чином ми довели доцільність реалізації даного проекту.

Література

1. Гальчинський А.С. Кінець тоталітарного соціалізму. Що далі? - К.: Укр.пром.етей. 1996 - 160 с
2. Бизнес-план инвестиционного проекта. Практическое пособие /Под ред. Иванниковой Й.А. - М.: Экспертное бюро, 2007, 112 с.
3. Бизнес-план. Методическое материалы /Под ред. Маниловского Р.Г. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 160 с.
4. Бизнес-план: Отечественный и зарубежный опыт: Современная практика и документация /Под общ.ред.Попова В.М. - Чебоксары-. : Волго-Вятский региональный центр Ассоциации Российских вузов, 2008. - 262 с.
5. Блэквелл З.Как составить бизнес-план. Пер.с.англ.-М.;ИНФРА - М, 2006. - 160 с.
6. Липенц И.В. Бизнес-план - основа успеха: Практическое пособие. - М.: Машиностроение, 2002. - 80 с.
7. Пелих А.С. Бизнес-план. - М.: Ось-89, 1996. - 96с.
8. Пособие ЗРНСТ енд ЯНГ по составлению бизнес-плана /Пер. с англ. - М.: Джон Уайли енд Санз, 2005. - 224 с.
9. Сахгидромаш“-50 лет на рынке насосного оборудования. Імперія нерухомості.Всеукраїнський журнал. №27, 2012 рік

Ігнатчук Я.М., студ., Гарват О.А., к.е.н., доц.
Хмельницький національний університет

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з найважливіших проблем на сучасному етапі розвитку економіки України є проблема підвищення ефективності використання ресурсу робочої сили підприємств. При всьому різноманітті існуючих підходів до розв'язання цієї проблеми в різних промислово-розвинених країнах основними найбільш загальними тенденціями є такі: формалізація методів і процедур відбору кадрів, розробка наукових критеріїв їх оцінки, аналіз потреби в управлінському персоналі, формування резерву кадрів, підвищення обґрунтованості кадрових рішень та розширення їх гласності, системна ув'язка господарських і державних рішень з основними елементами кадрової політики.

Проблеми у сфері використання персоналу і повсякденна робота з кадрами, в найближчій перспективі будуть постійно перебувати в центрі уваги вищого керівництва. Тому метою даного дослідження є висвітлення найбільш значимих засад ефективного формування та використання персоналу підприємств.

Аналіз останніх результатів досліджень в сфері праці показав, що проблемам ефективності праці

присвячена велика кількість наукових праць відомих зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема І. М. Бойчука, Д. П. Богині, В. М. Данюка, В. М. Петюха, К. І. Якуби й інших. Широкий діапазон тематики з питань праці ще раз підкреслює своєчасність проведення дослідження за обраною тематикою.

Ефективність економіки будь-якого суспільства в першу чергу визначається якістю наявних трудових ресурсів та способом їх включення в виробництво, адже основною продуктивною силою є люди з їхніми здібностями та можливостями. Якісне управління трудовими ресурсами є одним з основних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства [1, с.77].

Персонал є одним із найбільш важливих ресурсів, як у виробництві, так і у сфері надання послуг. Його якісні та кількісні характеристики, а також ефективне використання безпосередньо впливають на кінцеві результати діяльності суб'єктів господарювання. Праця була і залишається одним із вирішальних факторів успішного розвитку економічних процесів у будь-якій країні світу. Сучасний стан розвитку соціально-економічних відносин в Україні зумовив нагальну необхідність проведення подальших досліджень в сфері праці з питань встановлення рівня її ефективності в суспільному виробництві. Адже саме це визначатиме успішність системи управління персоналом підприємства в контексті організації праці, її оплати, мотивації та стимулювання.

Забезпечити ефективне управління використанням ресурсу робочої сили можливо за рахунок формування та використання організаційно-управлінського механізму, що включає стратегію управління персоналом та засоби її реалізації. Цей механізм має передбачати: мету (досягнення стратегії підприємства); завдання (кадрове забезпечення, ефективне та безпечне використання персоналу підприємства); функції управління (планування, організація, мотивація, контроль); засоби функціонування (нормативно-правові, управлінські, економічні, соціальні); інструменти їх реалізації (законодавчі і нормативні акти, що стосуються персоналу, організаційна структура підприємства, структура управління підприємством, системи мотивації й оплати праці працівників тощо [2].

Важливе значення мають і демографічні чинники, а саме – міграція населення. Лише протягом 2012 року за даними Державної служби статистики України, з України виїхало 19,7 млн. осіб. Особливо непокоїть, що майже 30 % мігрантів – це висококваліфіковані фахівці, які користуються найбільшим попитом у розвинених країнах. Поступове підвищення рівня смертності, вікова деформація населення, повільне зростання народжуваності та негативні міграційні процеси зумовлюють скорочення обсягів пропозиції робочої сили на вітчизняному ринку праці [3].

З огляду на це, провідною ланкою аналізу ефективності використання персоналу є аналіз продуктивності праці. Важливими факторами зростання продуктивності праці є: необхідність зацікавлення працівника в кінцевих результатах його роботи, важливість додаткових матеріальних винагород та премій, покращення умов праці на підприємствах та розвиток соціальної інфраструктури.

Отже, аналізуючи чинники впливу на стан ситуації з використання ресурсу робочої сили в Україні, слід зазначити, що деформація структури трудових ресурсів поглиблюється внаслідок тривалого спаду в економіці та посилення кризових явищ у соціально-економічній сфері. Підприємства повинні бути зацікавлені в якнайшвидшому усуненні усіх недоліків в роботі працівників, оскільки це дозволить підвищити ефективність праці, а це, у свою чергу, покращить результати діяльності підприємства.

Література

1. Бойчук І. М. Економіка підприємства : навч. посібник / І. М. Бойчук. – К.: Атака, 2010. – 400 с.
2. Менеджмент персоналу : навч. посібник / За ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2012. – 398с.
3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 25.04.13)

Іщук Л.О., студ. гр. ФК-12

Науковий керівник: д.е.н., проф. Семикіна М.В.

Кіровоградський національний технічний університет

ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Трудовий потенціал – це інтегральна характеристика працездатного населення, яка відображає потенційні здібності населення до праці в економіці країни, регіону.. Вона відображає як кількісні складові такої характеристики, так і якісні складові, зокрема здоров'я, рівень освіти, трудовий досвід, набуті професії, притаманні духовні цінності, традиції, особливості менталітету.

Поняття «трудовий потенціал» вважається більш прогресивним, ніж трудові ресурси, яке застосовувалося переважно в радянські часи, коли існував централізований розподіл та використання ресурсів трудових, матеріальних, фінансових тощо. сукупність різних якостей людей, що визначають працездатність. Між тим обидва поняття у вітчизняній літературі часто використовуються як тотожні, хоча з цим можна не погодитися.

Кількісні характеристики трудового потенціалу відображає офіційна статистика (кількість

працездатного населення фіксує Державна служба статистики України). Про якість трудового потенціалу можна, звичайно, теж дізнатися зі статистичних джерел, проте її динаміка потребує системних наукових досліджень. По-перше, складність для оцінок полягає в тому, що якість трудового потенціалу пов'язана зі станом здоров'я, із різними здібностями до праці і бажанням працювати (мотивацією), здатністю до навчання та перенавчання тощо; по-друге, якість відображає загальних та спеціальних знань людини, її трудових навичок та умінь, здатність до певного виду діяльності; по-третє, – відображає дисциплінованість, мобільність, розвинене почуття відповідальності, спрямованість інтересів, ціннісних орієнтацій.

Поліпшення якості трудового потенціалу потребує постійного інвестування з боку держави, роботодавців, профспілкових органів і безпосередньо носіїв трудового потенціалу – працівників або осіб, які шукають роботу.

Трудовий потенціал регіону включає трудовий потенціал підприємств та організацій, а також осіб, які знаходяться у пошуку роботи або тимчасово не працюють з поважних причин. Формування, розвиток і відтворення трудового потенціалу відбувається під дією багатьох чинників – демографічних, економічних, соціальних, політичних, культурних, історичних чинників.

Кількісні характеристики трудового потенціалу України та її регіонів знаходяться під негативним впливом демографічної кризи. Кіровоградська область серед інших регіонів займає передостанню позицію за рівнем демографічного розвитку (у 2014 р. область займала 26 місце), що пояснюється високим рівнем смертності, захворюваності, низьким рівнем народжуваності. Демографічний аналіз чисельності та структури населення Кіровоградської області за 2012-2014 рр. (табл.1) свідчить, що чисельність населення за цей період скоротилася на 14,8 тис. осіб (1,48%), при цьому чисельність міського населення – на 5 тис. осіб (0,8%), а сільського населення – на 9,8 тис. осіб (2,6%). Останнє пояснюємо гіршими умовами життя на селі та обмеженістю доступу до якісних медичних послуг.

Таблиця 1

Динаміка чисельності населення Кіровоградської області у 2012-2014 рр.

	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення			
				2014/2013 рр.		2014/2012 рр.	
				абс., тис.осіб	відн.,%	абс., тис.осіб	відн.,%
Всього, у тому числі	996,0	988,7	981,2	-7,5	0,75	-14,8	-1,48
міське	616,8	614,4	611,8	-2,6	0,4	-5,0	-0,8
сільське	379,2	374,3	369,4	-4,9	1,3	-9,8	-2,6

Такі демографічні тенденції зумовлюють скорочення трудового потенціалу області, оскільки частка молодшої робочої сили одночасно скорочується. Погіршення кількісно-якісних характеристик трудового потенціалу регіону зумовлено також низькою якістю життя, недостатнім інвестуванням в здоров'я, медичне обслуговування, розвиток соціальної інфраструктури за рахунок усіх джерел (держави, домогосподарств та підприємств). Існування зазначених чинників призводить до негативних соціально-економічних наслідків, серед яких слід виокремити такі:

- масштабну депопуляцію населення з погіршенням якісних характеристик при значних міграційних втратах населення продуктивного віку та високого професійно-кваліфікаційного рівня;
 - нераціональну демографічну структуру населення, що веде до збільшення питомої ваги осіб у віці 60 років і старше і зменшення питомої ваги осіб у віці молодшому за працездатний;
 - падіння показників шлюбності, що призводить до зростання віку при одруженні;
 - «відтік умів», у зв'язку з низьким рівнем оплати та умовами праці;
 - масове знецінення освітнього потенціалу за умов дефіциту робочих місць з гідною оплатою праці.
- Для кардинальних змін у відтворенні та розвитку трудового потенціалу поліпшення ситуації, необхідно проводити активну демографічну політику, основними завданнями якої є:
- реалізація комплексу заходів з питань охорони здоров'я населення, створення умов для нормалізації його структури;
 - призупинення негативних тенденцій в демографічній ситуації;
 - підвищення рівня тривалості життя; створення передумов оптимізації народжуваності;
 - формування сімей та сімейних відносин; регулювання і підтримка певних пропорцій міграційних потоків;
 - вивчення та аналіз причин смертності населення в регіоні, відпрацювання заходів щодо їх усунення; встановлення контролю за дотриманням основних вимог до стану навколишнього середовища, умов праці та ін.

Збереження та відтворення трудового потенціалу повинно здійснюватись за такими напрямками:

- постійне відслідковування визначальних показників стану трудового потенціалу в галузях і

регіонах, що дасть можливість їх оцінити і на цій основі розробляти відповідні заходи на державному та регіональному рівнях;

- впорядкування регулюючої функції мінімальної заробітної плати;
- обґрунтування міжгалузевої, міжкваліфікаційної та міжпосадової диференціації заробітної плати;
- застосування цілеспрямованої, суворо вибіркової підтримки висококваліфікованих трудових колективів та окремих категорій спеціалістів;
- перехід до нової моделі відтворення робочої сили, яка забезпечила б відповідність трудового потенціалу вимогам, пов'язаний із процесом входження України до світового економічного простору.

Література

1. Левченко О. М. Управління якістю трудового потенціалу регіону. Монографія. Кіровоград: «КОД», 2002. — 136 с.
2. Про затвердження Стратегії демографічного розвитку України в період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 24.06.2006 р. № 879. — www.zakon.rada.gov.ua
3. Семикіна М.В. Трудовий потенціал Кіровоградської області : стан та перспективи розвитку (колективна монографія) — Кіровоград : ВТ «Кіровоградське видавництво», 2008. -304 с.
4. Клименко О.Ю. Трудовий фактор у системі соціально-економічного розвитку суспільства /О.Ю. Клименко //Вісник ДДФА. — 2009.- № 2. -С. 17-24
5. Фільштейн Л. М., Багрова І. В., Малаховський Ю. В. та ін. Використання трудового потенціалу на регіональному рівні: монографія / ; уклад. : Ю. В. Малаховський ; під заг. ред.: Л. М.Фільштейн; Кіровоград. нац. техн. ун-т, Каф. економіки праці та менедж. - Кіровоград : КОД, 2010. - 495 с.

Карпулевська Ю.Е., магістр. гр. УП-13М
Науковий керівник: к.е.н., доц. Сочинська-Сибірцева І.М.
Кіровоградський національний технічний університет

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із стратегічних пріоритетів розвитку вітчизняної економіки є перехід до інноваційної моделі, реалізація якої можлива шляхом формування та ефективного використання людського капіталу. Розробка новітніх технологій управління та розвитку людських ресурсів є важливим завданням сучасного підприємства. Сьогодні ці питання набувають ще більшої актуальності, що пов'язано з неусвідомленням з боку менеджерів необхідності інвестування коштів в розвиток персоналу. На практиці менеджери віддають перевагу вирішенню фінансових, виробничих та збутових питань, не приділяючи достатньої уваги персоналу, тобто людям, які забезпечують роботу підприємства за всіма цими напрямками.

Дослідженням питань, що стосуються розвитку персоналу, присвячено праці зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Армстронга, Г. Беккера, М. Білопольського, Д. Богині, М. Боровик, В. Вебера, Х. Грехема, А. Грішної, О. Єськова, П. Журавльова, А. Кібанова, А. Колота, Р. Марра, А. Маслоу, М. Мескона, Ю. Одегова, О. Расвєнєвої, В. Савченко, Н. Том, В. Травина, І. Швець, Г. Шмідта, Т. Шульца, Г. Щокіна. В своїх роботах дослідники розглядають питання оцінки рівня розвитку персоналу, методи, форми та види розвитку персоналу, визначають умови формування та розвитку персоналу, акцентують увагу на окремих економічних та психологічних аспектах, що впливають на динаміку розвитку персоналу. Проте до сьогодні залишаються відкритими питання визначення впливу розвитку людських ресурсів на кінцеві результати діяльності підприємства.

Тому метою даної статті є визначення переваг, які отримує підприємство в результаті інвестицій в професійний та соціальний розвиток персоналу.

В умовах конкуренції довгострокових переваг у конкурентній боротьбі може досягти підприємство за рахунок людських ресурсів, їхніх знань й системи цінностей, творчих і новаторських здібностей, їхньої трудової моралі та прагнення до досягнення поставлених цілей. Саме ці фактори, в більшості випадків, дозволяють забезпечити економічне зростання підприємства [3].

На українських підприємствах основною причиною негативної динаміки в системі професійного та соціального розвитку персоналу залишається небажання менеджерів витрачати кошти на навчання персоналу, через можливу зміну місця роботи та власні побоювання втратити інвестовані кошти.

Але в теперішній час розвиток персоналу підприємства відіграє важливу роль, адже основна мета системи розвитку персоналу – збільшення "віддачі" кожного працівника, структурного підрозділу та підприємства в цілому [1]. Це дуже складна і трудомістка задача, яка залежить як від певних внутрішньоорганізаційних чинників, так і від особистісних якостей і характеристик самого працівника.

Варто звернути увагу на кілька принципових моментів: інвестиції в працівників формують запас здоров'я, знань, навичок, здібностей і т.інш., що, у свою чергу, забезпечує одержання корисного результату і зростання продуктивності праці. У результаті відбудеться збільшення заробітків (доходу власника людського капіталу), що і буде стимулом до здійснення наступних інвестицій [2].

Підтримуючи позитивну динаміку показників розвитку персоналу, вітчизняні підприємства матимуть змогу отримати значні переваги, такі як:

- 1) підвищення конкурентоспроможності підприємства, мотивації працівників у процесі розвитку персоналу, планування кар'єри;
- 2) підвищення прибутковості, продуктивності праці, ефективності використання не тільки людських ресурсів, але й фінансових, матеріальних та інформаційних ресурсів організації;
- 3) забезпечення синергетичного ефекту від застосування у виробництві нововведень на основі проведеного навчання персоналу, заходів із підвищення ефективності використання ресурсів підприємства;
- 4) зменшення коштів на заміщення працівників;
- 5) зниження плинності кадрів;
- 6) набуття працівниками знань і розвиток професійних навичок, необхідних для подальшої організаційної діяльності;
- 7) згуртування колективу, поліпшення соціально-психологічного клімату, морального духу в колективі;
- 8) зміцнення лояльності, відданості працівників меті організації.

Таким чином, розвиток персоналу є запорукою успішності підприємства. Саме тому власники підприємств не повинні заощаджувати кошти на формування та удосконалення існуючої системи розвитку працівників. Здатність підприємства навчатися і розвиватися швидше за своїх конкурентів є джерелом його соціальних, стратегічних і економічних переваг. Отже, діяльність вітчизняних підприємств має бути спрямована на формування та ефективне використання людських ресурсів.

Література

1. Бищенко К.В. Управление развитием, №12(152) 2013
2. Лукьянченко Н. Д., Муровец Н. Е. Инвестиция поддержка качества персонала предприятия. — Донецк: ООО «Лебедь», 2003.—178 с.
3. Шилец О.С., Теория та практика стратегического управления международными людскими ресурсами в условиях глобальной конкуренции. — Донецк: ДонНУ, 2011 р.—177с

Киселева Е.А., магістр., Гайсарова А.А., асистент
Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

О ПОДХОДАХ И МЕТОДАХ ДИАГНОСТИКИ КРИЗИСОВ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

За период существования предприятие переживает различные этапы, в числе которых выделяют: зарождение, развитие, стабилизация, кризис и посткризисное состояние. Сложные условия конкурентной борьбы при недостаточно эффективном механизме управления могут привести к образованию кризисных процессов на предприятии. Выживает предприятие, которое реализует механизм саморазвития (адаптация, обновление, совершенствование). При этом основной акцент в антикризисном управлении должен ставиться не столько на разработку мероприятий по выходу из кризисной ситуации, сколько на диагностику вероятности ее наступления.

Разработаны различные теоретические основы диагностики кризисов на предприятии. А. Беляев и Э. Коротков подчеркивали, что при выявлении кризисов на предприятии, необходимо сохранять свою идентичность и нивелировать диспропорции внутренних и внешних параметров деятельности предприятия. Диагностика возможностей наступления кризиса – необходимый процесс деятельности, обуславливающий беспрепятственное развитие предприятия. Подход Г. Мюллера, Х. Гернона, Г. Миика - предприятие в процессе своего развития сталкивается с определенными видами кризиса.

Диагностика стратегического кризиса является наиболее трудоемкой, так как кризис находится в скрытой фазе развития. Диагностировать кризис результатов можно с помощью различных методик финансового анализа предприятия. Кризис ликвидности также диагностируется на базе финансовых показателей. Результативность распознавания кризиса обратно процессу развития кризиса.

В финансовой сфере доказано, что система реальных и потенциальных угроз организации не статична (Бланк И.А.). Прогнозируемость угроз обеспечивает планирование адекватных их воздействию мер, что доказывает необходимость проведения диагностики, которую надо производить системно, через определенные временные промежутки (в зависимости от специфики деятельности предприятия). Ю. Погорелов, применительно к кризису предприятия выделил несколько групп методов: I группа – методы прогнозирования кризиса на предприятии, II группа – методы, которые выявляют причины кризиса, III группа – методы, определяющие возможные пути выхода из кризиса. Несмотря на наличие значительного числа методов прогнозирования, для получения четкой картины необходимо разработать индивидуальную систему прогнозирования кризиса. Для получения объективного результата имеет смысл сочетать методы различных подгрупп.

Обобщая, следует отметить, что кризисные процессы в развитии предприятия - неизбежные явления, отрицательно влияющие на состояние и перспективы развития предприятия. Подходы всех авторов являются эффективными и актуальными. Совокупность методов и подходов диагностики кризисного

состояния позволит выявить причины и возможные варианты преодоления кризисов, оценив свой потенциал. Сочетание нескольких методов, дает возможность предприятию с большей точностью, выявлять причины, порождающие отрицательные тенденции и направить на них антикризисные меры.

Литература

1. Беляев А. Антикризисное управление / А.Беляев, Э. Коротков. – 2-е изд.–М.: ИНФРА-М, 2011. – 311 с.
2. Учет: международные перспективы / Г. Мюллер, Х. Гернон, Г.Миик – пер. с англ. – 2-е изд.– М.: Финансы и статистика, 2003. – 136 с.
3. Козаченко Г.В. Управління затратами підприємства : монографія / Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов, Л.Ю. Хлапьянов, Г.А. Макухин. – К.: Лібра, 2007. – 320 с

Козир І.С., ст. викл., Шиманська В.О., курсант 4 курсу
Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні для того, щоб виробникові добитися успіхів в конкурентній боротьбі, необхідно не просто вивчати ринок, правильно оцінювати свою конкурентоспроможність, можливості конкурентів і чинники що їх визначають, але так само ще й надавати керуючий вплив на конкурентоспроможність, формувати основні напрямки її підвищення. Розробка механізму управління конкурентоспроможністю стає однією з найважливіших задач підприємства, без рішення якої виробникові важко вижити на ринку та отримати бажаний результат від своєї діяльності. Особливо актуалізується це завдання в умовах розвитку міжнародного економічного співробітництва та процесів глобалізації економіки.

Про значний науковий внесок у теоретичні та практичні дослідження проблем конкурентоспроможності свідчать розробки таких зарубіжних та вітчизняних вчених: Г.Л. Азоева, І. Ансоффа, А.П. Градова, Г.Л. Багієва, Я.Б. Базилук, Л.В. Балабанової, В.Л. Дикань, Н.А. Дробітько, С.А. Єрохіна, П.С. Єщенко, П.С. Зав'ялова, Ф. Котлера, Є.В. Лапіна, К. Макконела, М. Портера, О.М. Тридіда, Р.А. Фатхутдінова та ін.

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою сукупність засобів і методів, за допомогою яких здійснюється вплив на весь наявний внутрішній потенціал підприємства, на керовані параметри зовнішнього середовища, з урахуванням тенденцій ринкової ситуації з метою отримання бажаного рівня конкурентоспроможності.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства тісно взаємопов'язане з якістю продукції, що виготовляється, тому необхідно створювати ефективну систему з управління якістю. Така система повинна бути складовою частиною загальної системи управління організацією і має забезпечувати відповідність продукції або послуги встановленим вимогам до її якості. При цьому масштаб системи якості повинен відповідати завданням організації в галузі якості (політики у галузі якості). За таким принципом створені і діють на багатьох вітчизняних підприємствах системи управління якістю за стандартами ISO - Міжнародної організації зі стандартизації (International Organization for Standardization). За даними Міжнародної організації зі стандартизації у світі сертифіковано понад 600 тисяч систем менеджменту якості (СМЯ). Серед найпопулярніших та науково обґрунтованих у використанні на вітчизняних та іноземних підприємствах систем, що підвищують конкурентоспроможність за рахунок управління якістю – Lean production, ERP, ISO 9000. Проте на сьогодні використання цих систем на вітчизняних підприємствах все одно не дають можливості досягти такого рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку, як його мають світові лідери, компанії-піонери у розробці та впровадженні СМЯ – "Toyota", "Ford", "Sony", "Coca-Cola", "McDonald's" та інші. Дослідження причин такого стану є метою даної публікації.

Вчені однакові у думці, що основною перешкодою отримання максимального позитивного ефекту від впровадження прогресивних нововведень західного та азійського менеджменту є відсутність базової системи управління, що дозволяє в повній мірі використати потенціал СМЯ для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Цією первинною системою являється система адміністративного менеджменту, розробка і впровадження в практику якої, була здійснена французьким інженером Анрі Файолем в 20-х рр.. ХХст. Звернувши увагу на те, що за рахунок "правильної" організації самого управління соціально-технічними системами (що являється предметом адміністративного менеджменту) можна значно підвищити її ефективність без значних капіталовкладень в модернізацію підприємства, компанії Західної Європи, Азії та США спрямовували всі зусилля для побудови такої системи управління, а потім поступово еволюціонували до інших, вищезгаданих "надбудованих" концепцій.

Розвиток системи адміністративного менеджменту в розвинутих країнах припав на 50-60-і роки минулого століття, в той час, як для вітчизняних підприємств цей етап розвитку організації управління виявився пропущеним через політику "залізної завіси" та розгляд менеджменту як "буржуазної" науки. Тому всі подальші вдосконалення і нововведення щодо організації і управління підприємствами, які

ставали копіюванням передових зразків західного чи американського менеджменту на підприємствах пострадянського простору не сприяли швидкому досягненню лідируючих позицій на ринку.

Аналіз управлінських структур вітчизняних підприємств свідчить про переважання функціонального підходу до формування системи управління підприємством, коли діяльність організації представлена в вигляді набору функцій, що закріплені за відповідними підрозділами. Таким чином, зосереджуючись на виконанні функції підрозділу та реалізації локальних цілей, персонал не працює на досягнення загальної кінцевої мети, а керівництво втрачає час при формуванні управлінських рішень. На противагу функціональному підходу, система адміністративного менеджменту передбачає створення оптимальної структури управління, розподіл організації на підрозділи, створення ефективної системи документообороту на основі процесного підходу, тобто визначальними елементами структури підприємства є основні процеси виробництва товарів або послуг, а не функції.

Основними перевагами процесного підходу в рамках адміністративного менеджменту є націленість на задоволення вимог клієнта, звільнення керівництва від рутини оперативного управління, можливість виявлення вузьких місць і резервів роботи, створення еталонів послідовності дій персоналу, реалізація принципу постійного вдосконалення діяльності. Це дає змогу реально управляти такими важливими ресурсами, як фінансові, матеріальні та трудові, підвищує керівну роль інноваційного підходу до виробництва і якості продукції та забезпечує підприємству стабільне процвітаюче існування.

Козловський Д. В., студ., Гарват О. А., к.е.н., доц.
Хмельницький національний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку економіки, одним з основних завдань керівників є мотивування своїх підлеглих до ефективної праці, з метою організації якісної та результативної роботи, що спрямована на досягнення цілей діяльності компанії. Тому, проблема мотивації персоналу в період економічної кризи набуває великого значення, оскільки зберегти кваліфіковані кадри та налагоджену на ефективну роботу команду стає вкрай важко, оскільки підприємства скорочують свої виробничі потужності, зменшують обсяги випуску продукції через зменшення попиту та скорочення купівельної спроможності партнерів, а отже змушені зменшувати й витрати на їх утримання, в тому числі на оплату праці персоналу.

Останнім часом було виявлено сильну та стійку залежність між рівнем мотивації працівників та показниками ефективності діяльності підприємств. Складно однозначно встановити причинно-наслідкові зв'язки, оскільки кількість змінних, що визначають мотивацію працівників, надзвичайно велика. Проте ця залежність простежується у компаніях різних розмірів: великих і малих, у різних культурах та підтверджується дослідженнями, що проведені і вченими, і консалтинговими агентствами [1].

У зв'язку з цим актуальним питанням на сьогодні є удосконалення нематеріальної мотивації персоналу як найбільш діючого каталізатору в підвищенні трудової активності, сприянні в досягненні особистих цілей і розвитку підприємства в цілому. Теоретичні основи сучасного розуміння сутності нематеріальної мотивації персоналу закладено у працях дослідників різних часів, серед яких А. Колот, А. Маслоу, А. Сміт, Г. Куліков, Д. Богиня, Е. Мейо, І. Петрова, М. Карлін, М. Туган-Барановський, О. Грішнова, Ю. Одегов та ін. Проте до сьогодні на багатьох вітчизняних підприємствах залишаються не достатньо вирішеними питання щодо можливості застосування нематеріальної мотивації працівників до праці. Отже, метою дослідження є пошук шляхів застосування нематеріальної мотивації працівників на підприємствах України та їх удосконалення з урахуванням світового досвіду.

Існує багато способів впливу на мотивацію конкретної людини, кількість яких лише поповнюється. Важливим є те, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності людини не є сталими. До того ж один і той самий чинник, що на сьогодні мотивує конкретну людину до ефективного виконання своїх обов'язків та продуктивної діяльності, вже завтра може сприяти зниженню цих мотиваційних настанов.

Найбільш популярними методами нематеріальної мотивації персоналу до ефективної праці є: просування службовими сходами; навчання, можливість підвищення свого професійного рівня; робітниче середовище; незалежність; довіра роботодавця; почуття значимості займаної посади; похвала; гордість за компанію-роботодавця; відчуття співробітниками турботи з боку компанії [2].

При уважному вивченні вищенаведеного переліку засобів нематеріальної мотивації помітно, що в описі практично кожної позиції ми робили застереження на «більшість». Це пов'язане з тим незаперечним фактом, що всі люди різні та завжди існує ймовірність того, що на конкретну людину система нематеріальної мотивації, пропонована компанією, не діє, або вона за своїми особистісними особливостями є неприйнятною для співробітника.

В останні роки набув значного поширення метод стимулювання шляхом перерозподілу робочого часу. Цей метод реалізується через надання працівникові можливості самому визначати початок, закінчення та тривалість робочого дня, але за умови дотримання місячної норми робочого часу,

обов'язкового виконання встановлених завдань, забезпечення нормального ходу виробничого процесу. Найпоширенішою формою регулювання робочого часу є змінний графік. Особливо поширені й ефективно застосовуються змінні графіки роботи в західноєвропейських країнах. Так, уже на початку 80-х років їх використовували 75 % фірм Франції, 69 % – Нідерландів, 68 % – ФРН, 66 % – Швеції [3]. За умов застосування змінних графіків працівники отримують значно більшу можливість в індивідуальному порядку координувати професійні й особисті інтереси та обов'язки. Новий ступінь свободи в розпорядженні робочим часом потребує самоорганізації працівника, підвищення особистої відповідальності за використання ресурсів праці. Ці обставини можна розглядати як складові посилення мотивації до праці.

Отже, нематеріальна мотивація персоналу – це процес стимулювання індивідуума або групи людей до діяльності, що сприяє досягненню цілей організації, і необхідна для підвищення ефективного виконання роботи. Розробці методів нематеріального стимулювання постійно надається все більше уваги. Керівники підприємств, що мають комерційний успіх на ринку, замислюються над розробкою кадрових стратегій, що включали б різноманітні аспекти управління процесом праці, у тому числі і нематеріальну мотивацію працівників. Безумовно, для кожного конкретного працівника повинна бути побудована окрема система стимулювання з урахуванням: особистих якостей, наявності тих або інших ресурсів в організації, стилем керівництва в компанії і у відділі. Дієвість запропонованих методів може бути оцінена лише з часом. Проте, зарубіжний досвід дозволяє стверджувати, що нематеріальні методи дають можливість успішно застосувати їх для вирішення задач підвищення ефективності діяльності працівників.

Література

1. Музиченко-Козловський А. В. Основні елементи механізму мотивування працівників /А. В. Музиченко-Козловський, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 361 – 367.
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. - М. : Дело, 2000. – 704 с.
3. Ліфарева Н. В. Психологія особистості : навч. посібник / Н. В. Ліфарева. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 240 с.

Колесник Н.В., магістр.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АВТОБУСНІ ТУРИ: ОРГАНІЗАЦІЯ В УКРАЇНІ

Подорожування автобусами розпочалось у 1970-х роках, коли у 1972 р. була відкрита перша міжнародна туристська лінія Лондон – Дублін – Голуей. Згодом автобусні туристські маршрути з'явилися і в Україні.

Як і будь-який туристський продукт транспортного туризму автобусний тур включає: перевезення групи туристів за певним маршрутом тривалістю понад 24 години, розміщення та екскурсійне обслуговування відповідно до програми, супровід керівником туристської групи. Але у цьому разі перевезення здійснюється автобусами.

Специфіка туристського споживання визначає якісні показники у виборі того чи іншого транспортного засобу. Головними перевагами автобусної подорожі є лояльна цінова політика і порівняно безпечне пересування. Цей вид подорожування передбачає оптимальне співвідношення «ціна – якість», що дозволяє використовувати його у масовому міжнародному туризмі. На сьогодні на світовому ринку міжнародних автобусних перевезень спостерігається швидке зростання обсягів продаж послуг і якісних показників сервісу.

У туристській практиці автобусні подорожі отримали назву «нерегулярних перевезень», тобто таких, умови здійснення яких визначаються в кожному окремому випадку за погодженням між замовником і перевізником. Виділяють два способи організації нерегулярних перевезень туристів [4]:

1. Туристська фірма розробляє певний автобусний тур і доручає перевезення транспортній організації, яка організує перевезення за певним маршрутом, виконує технічне обслуговування рейсу.
2. Туристська фірма орендує автобус у транспортної організації (або приватної особи) і сама організує перевезення. Хоча у такому випадку турпідприємство повинно мати ліцензію на здійснення міжнародних пасажирських перевезень.

Успіх автобусних турів багато в чому обумовлений їх доступною ціною. Але клієнтів приваблює не тільки ціновий фактор, але і пізнавальні можливості таких турів. Подорож на автобусі до того ж є прийнятною альтернативою для тих, хто відмовляється від авіаперельотів. Як відзначають фахівці турбізнесу, збільшився попит на тури з комбінованими програмами «авіапереліт + автобус».

Основними операторами на ринку автобусного туризму в Україні є такі турфірми, як «Інкоматур 93», «Анкор», «Феєрія мандрів», «Акорд-тур», «Патріот», «Бумеранг» та ін.

«Класичним» варіантом на території України вважається дво- або триденний автобусний тур з екскурсійними маршрутами до Львова, Карпат, по замках України з відвідуванням по дорозі невеликих містечок.

Однак, до 90% автобусних турів припадає на закордонні подорожі, тривалість яких більше 4 днів. При цьому автобус тільки з Києва зараз майже не пропонують: як правило, до «стартових точок» (Мінська, Бреста, Мюнхена, Калінінграда, Берліна та ін.) і назад туристів відправляють поїздом або літаком. Це дозволяє не тільки на день–два скоротити час у дорозі, але і позбавитися від складних нічних переїздів [3].

Географія автобусних подорожей з України охоплює практично всі європейські країни: Скандинавію (Фінляндія, Швеція, Норвегія), Південну Європу (Італія, Португалія, Іспанія, Хорватія, Болгарія), Бенілюкс (Бельгія, Нідерланди, Люксембург), Францію, Німеччину, Великобританію; є цікаві програми з Альпійськими (Швейцарія, Австрія, Ліхтенштейн, Словенія, Монако) і Балканськими (Албанія, Боснія та Герцеговина, Греція, Македонія, Румунія, Сербія, Чорногорія) державами.

Але де б не пролягав маршрут, важливо з самого початку визначитися з програмою: спринт по основних точках на карті або короткий маршрут, але з відносно детальним оглядом кожної країни чи міста. Втім, автобусний тур – це не обов'язково нагальна прогулянка по містах. Пропонуються путівки і з авіапелеріотом в якусь одну країну (найчастіше – це Італія або Франція) та автобусною подорожжю вже всередині її кордонів.

В українського турбізнесу є своя специфіка, пов'язана в основному з категоріями клієнтів і структурою попиту на автобусні тури. У кінцевому підсумку все це відбивається на стані автопарку туристських компаній. Операторів вітчизняного автобусного туризму можна розділити на три категорії [2].

Перша група працює переважно на закордонному напрямі. До найпопулярніших європейських держав належать Франція, Німеччина, Іспанія, Італія, Австрія, Швейцарія та Нідерланди; високий попит на Скандинавські країни, все більшої популярності набуває Великобританія. Клієнти цієї групи компаній – громадяни України. Переваги пояснюються в основному ціновим фактором, а також рівнем сервісу [1].

Різниця в ціні на закордонні й українські автобусні подорожі така, що українці все частіше у своєму виборі схилиються на бік закордонних маршрутів. А туроператори виїзного туризму використовують автобуси переважно іноземного виробництва, що пояснюється такими причинами. По-перше, за кордоном будь-яку технічну несправність або поломку автобусу можна виправити без особливих проблем, адже рівень надання послуг станціями технічного обслуговування це дозволяє. По-друге, допуск українських автобусів на закордонні, зокрема європейські, маршрути і раніше гальмувався високими екологічними нормами.

Друга група турфірм працює в основному на локальному ринку. Клієнтами є як українці, так і громадяни інших країн. Найбільш прибутковим сегментом є, природно, іноземці. Прагнучи не втратити цей сегмент споживачів, для їх перевезення українські компанії використовують переважно техніку іноземного виробництва.

Варто відзначити, що не так давно інтерес іноземних громадян до України постійно зростав, а зараз – спостерігається зворотна тенденція. Фахівці туріндустрії пов'язують це насамперед із погіршенням криміногенної обстановки в Україні, а також із загальним зростанням цін.

У третьої групи фірм немає чіткої спеціалізації: тільки локальний ринок або тільки зарубіжжя. У портфелі цих операторів є замовлення як українських, так і закордонних клієнтів. Відповідно, в парку також немає жорсткої прихильності до іноземних або вітчизняних марок автобусів.

Високий сезон для автобусних подорожей – з квітня по жовтень, а найвищі сплески попиту припадають на травневі свята і липень–серпень – традиційний час відпусток і канікул [5].

Сезонність при організації автобусних турів не відіграє такої великої ролі, як в інших поїздках. Фактично автобусні тури здійснюються протягом усього року. Деякий спад попиту спостерігається в січні–лютому. Протягом цих двох місяців зазвичай на одному маршруті «зайнятий» один автобус.

Отже, будучи економічним видом подорожей, доступним широким верствам населення, автобусний туризм постійно розвивається: спостерігається тенденція до зростання його обсягів. Пріоритет за популярністю віддається автобусним турам вихідного дня – 2–3-денні поїздки по містах Європи з пізнавальною метою. На другому місці – також маршрутні тури по містах Європи з тими ж цілями, але вже тривалістю 1–2 тижні.

Література

1. Автобусный вояж: достоинства и недостатки // Турбизнес. – 2007. – № 6. – С. 7–10.
2. Балабанов И.Т. Экономика туризма : уч. пособ. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 280 с.
3. Дуэль А. Мир на колесах [Электронный ресурс] / А. Дуэль. – Режим доступа : <http://www.newizv.ru/pilgrim/news/2005-05-17/24360/>.
4. Ильина Е.Н. Менеджмент транспортных услуг : уч. пособ. / Е.Н. Ильина. – М. : РМАТ, 2004. – 242 с.
5. Туризм как вид деятельности / под ред. В.А. Квартальнова, И.В. Зорина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 360 с.

ЗАГРОЗА ВТРАТ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Актуальність дослідження загроз втрат трудового потенціалу викликана тими структурними зрушеннями, які відбулись за роки незалежності України у трудовому потенціалі, а саме загальним скороченням демографічного потенціалу країни, погіршенням якісних характеристик населення, у тому числі працездатних громадян. Сформований до теперішнього часу трудовий потенціал країни не відповідає потребам сучасного етапу економічного і соціального розвитку. Спостерігаються великі втрати трудового потенціалу, зокрема через високий показник передчасної смертності і поганого стану здоров'я населення, трудову міграцію працездатного населення за кордон.

Серед українських дослідників вагомий внесок у вивчення проблеми збереження трудового потенціалу в умовах ринкових перетворень в Україні належить О. Амош, В. Антонюк, Д. Богині, О. Грішновій, М. Долішньому, В. Куценку, О. Новіковій, І. Петровій, А. Чухно, Л. Шевчук.

Трудоресурсний потенціал країни визначається як сукупність реальних та потенційних якісних та кількісних характеристик працездатного населення, які можуть бути використані в процесі праці [1].

Кризові демографічні процеси 90-х-2000-х рр. призвели до масштабних втрат трудового потенціалу і, як наслідок, деформації його структури, формування вірогідності дефіциту власної робочої сили у майбутньому, суттєвого погіршення якості працездатного населення.

Під кількісною (прямою) втратою трудового потенціалу можна розуміти суму природного скорочення населення (через високий рівень захворюваності), міграційного скорочення населення та кількості осіб, які втратили працездатність внаслідок травм на виробництві тощо.

Аналіз кількісних втрат трудового потенціалу України дозволив зробити такі основні висновки.

1. За рахунок передчасної смертності (у віці 15-64 роки) втрати трудового потенціалу нашої країни за останні 20 років склали більше 3 млн. осіб. Відомо, що біля 40% нинішніх шістнадцятирічних юнаків ризикують не дожити до пенсійного віку, а смертність працездатного населення в 4 рази перевищує аналогічні показники в країнах Європейського Союзу. Крім того, в Україні рівень смертності працездатних чоловіків в 6-8 разів перевищує рівень смертності жінок. Найбільшу питому вагу в структурі смертності займають такі захворювання: 65% хвороби системи кровообігу; 12% новоутворення; 9% зовнішні причини смерті.

Аналізуючи ймовірнісні втрати трудового потенціалу через соціально-небезпечні хвороби можна сказати, що за офіційною статистикою в Україні на 01.01.2011 року зареєстровано 900 тис. алкозалежних громадян (щорічно від алкоголізму вмирають біля 100 тис. осіб економічно активного віку); станом на 01.11.2010 року уперше зареєстрованих випадків захворюваності на туберкульоз становила 35925, у тому числі дорослі – 34764; діти – 590. Кількість ВІЛ-інфікованих в Україні становить – 185147, у тому числі хворі на СНІД – 38455; кількість померлих від СНІД – 21407 осіб [2].

2. У нашій країні близько 8% населення помирають від зовнішніх причин смерті. Тому нині вагомим резервом зменшення рівня смертності працездатного населення є на 50% скорочення зовнішніх причин смертності, у тому числі за рахунок: зменшення рівня виробничого травматизму (в 2010 році зафіксовано 11700 випадків, з них зі смертельним наслідком – 644 осіб); скорочення кількості дорожньо-транспортних пригод; скорочення кількості нещасних випадків в побуті (пожежі, падіння з висоти тощо).

Основною причиною погіршення ситуації зі станом здоров'я громадян України, у тому числі поширення соціально небезпечних хвороб, є глибока соціально-економічна криза, яка зумовила поширення бідності. В цих умовах громадяни України змушені виживати, а вже про відтворення населення годі і думати, адже для 35-40% населення України відсутні соціально-економічні передумови для цього [3].

3. За рахунок міграційних втрат (1994-2004 роки) втрати трудового потенціалу склали 1,2 млн. осіб.

4. Щороку за рахунок прямих втрат через інвалідність в Україні вперше визнають інвалідами біля 200 тис. осіб. Загальна кількість інвалідів в Україні – 2,5 млн. осіб, а питома вага працюючих інвалідів у загальній чисельності економічно активних інвалідів становить лише 15%, тоді як в розвинених країнах біля 60%.

5. Потенційні кількісні втрати трудового потенціалу залежать і від високого рівня засудженості громадян України. Щороку засуджується біля 200 тис. осіб, у тому числі особи у віці до 30 років (55%) [3].

Отже, проблема поліпшення здоров'я населення перетворилася у проблему його елементарного збереження. Тимчасова непрацездатність й особливо цілковита втрата працездатності людини, тобто трудового потенціалу країни завдають соціальної та економічної шкоди не лише конкретній особі, а й суспільству в цілому.

Таким чином, негативні демоекономічні тенденції поглиблюють кризу трудового потенціалу. Враховуючи стрімке зменшення чисельності населення України та достатньо високий рівень

захворюваності, особливо економічно активних громадян, забезпечення здоров'я та безпека життя людини мають розглядатися як важливе джерело збереження та розвитку трудового потенціалу України.

Література

1. Коропатник Т.В. Демографічні чинники формування трудового потенціалу / Т.В. Коропатник // Чернігівський науковий часопис. Серія І, Економіка і управління. — Чернігів. — 2011. — № 2 (2). — С. 59—63.
2. Статистика захворювань. Міністерство охорони здоров'я України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.moz.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Крива І.О., студ. гр. ОА-12

Науковий керівник: викл. Резніченко О.О.

Кіровоградський національний технічний університет

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАХВОРЮВАНOSTІ НАСЕЛЕННЯ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Трудовий потенціал країни рушійною силою розвитку її економіки. Проте, в сучасних умовах актуальним є питання його як кількісного, так і якісного складу, на який, зокрема, впливає рівень захворюваності населення, адже від цього залежить його можливість займатись трудовою діяльністю в повній мірі та накопичувати валовий продукт країни. З огляду на це, виникає нагальна потреба у проведенні аналізу динаміки захворюваності населення Кіровоградської області.

Питанню розвитку трудового потенціалу країни присвячено ряд наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема: С. Бандур, О. Грішнова, М. Семикіна, Б. Данилишин, А. Чухно та ін. Однак, недостатньо приділялось уваги дослідженням на регіональному рівні. Тому метою даної роботи є дослідження тенденцій захворювань населення Кіровоградської області, визначенні існуючих проблем у збереженні та розвитку трудового потенціалу регіону.

Забезпечення демографічного відтворення та безпосередньо збереження здоров'я населення є однією з ключових умов прогресивного розвитку трудового потенціалу. Виходячи з реалій демографічних процесів, які відбуваються в Україні – зниження чисельності, показників відтворення населення, погіршенні стану здоров'я, вважаємо за доцільне, розглянути динаміку загальної чисельності постійного населення та уперше зареєстрованих випадків захворювань протягом 1995-2012 років, а також їх співвідношення у Кіровоградській області (рис. 1).

Аналізуючи рис. 1, спостерігаємо, що чисельність постійного населення має низхідну тенденцію, причому дана тенденція є планомірною, підтвердженням чого є лінійний тренд, тобто з кожним послідовним роком кількість населення знижувалась і у 2012 році становила 996 тис. осіб.

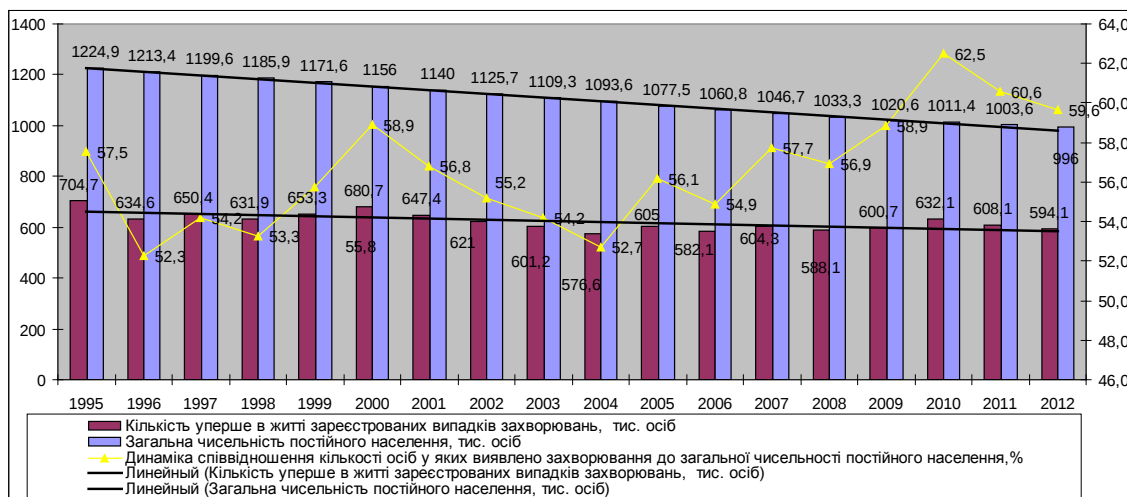


Рис. 1. Динаміка чисельності постійного населення Кіровоградської області та уперше зареєстрованих випадків захворювань протягом 1995-2012 років, тис. осіб, а також їх співвідношення, % [1].

При цьому тенденція загальної кількості уперше в житті зареєстрованих випадків захворювань була нестабільною: то висхідною, то низхідною. Як бачимо, співвідношення протягом 1995-2012 років знаходиться у проміжку від 52,3 % (найменше значення коефіцієнта у 1996 році) до 62,5 % (найбільше у 2010 році), тобто половини. Такий структурний склад є негативним явищем у розвитку трудового потенціалу регіону, адже впливає на його продуктивність. Дану ситуацію можна пояснити, в першу чергу, розміщенням регіону на уранових шахтах, що безпосередньо впливає на рівень екологічного

забруднення області.

Проаналізуємо структуру захворювань населення області у 2012 році (рис. 2):

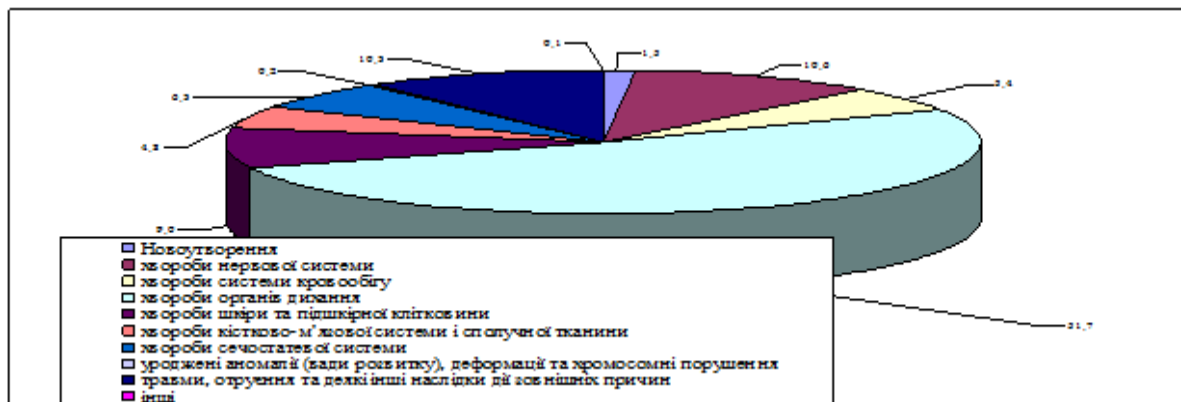


Рис. 2. Структура захворювань населення Кіровоградської області у 2012 році, % [1]

Як видно з рис. 2, найбільша частка серед захворювань, які притаманні населенню області є хвороби органів дихання – 51,7%, на другому місці – хвороби нервової системи – 10,6 % та травми, отруєння та деякі інші наслідки дії зовнішніх причин – 10,3 %. Найменшу частку займають хвороби сечостатевої системи – 0,2% та новоутворення – 1,5 % [1], хоча у динаміці за останні роки стрімко зросли

Аналізуючи рис. 2, спостерігаємо, що кількість осіб із хворобою органів дихання у динаміці має хвилюподібну тенденцію: то зростаючу, то спадну; хоча слід відмітити, що рівень спаду як і зростання є незначними і становить, в середньому – 49,4 %, хвороба нервової системи у середньому 10,1 %. Травми, отруєння та деякі інші наслідки дії зовнішніх причин у динаміці, як бачимо зростають. Така динаміка пояснюється, як було вже зазначено вище, екологічною ситуацією регіону, стан якого і пояснює структуру захворювань притаманних населенню Кіровоградської області. Стосовно останнього виду - травми, отруєння та деякі інші наслідки дії зовнішніх причин можна пояснити наявністю в межах області лісів.

У підсумку, вважаємо за доцільне відмітити, що така тенденція – кількість осіб у яких виявлено захворювання у структурі превалює над кількістю абсолютно здорових осіб є негативною, адже безпосередньо впливає на трудовий потенціал області. Тому в такій ситуації, слід приділити особливу увагу заходам, які б кардинально змінили тенденцію подальшого розвитку захворювань поміж населення Кіровоградського регіону та низхідну тенденцію динаміки чисельності постійного населення на висхідну.

Література

1. Офіційний сайт головного управління статистики у Кіровоградській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kr.ukrstat.gov.ua>

Куклюк В.С., студ. гр. УПЕП-10-2

Науковий керівник: д.е.н., проф. Ведерніков М.Д.

Хмельницький національний університет

ПІДВИЩЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ МОБІЛЬНОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

За будь-яких умов, при різних системах, в різні політичні та економічні епохи людські можливості були визначальними при досягненні поставлених цілей. У сучасній економіці спостерігається значне зростання вимог до людського капіталу. В Україні, як і в багатьох інших країнах, важливого значення набувають питання покращення характеристик наявного людського капіталу та ефективнішого його використання.

Дослідженню проблеми мобільності людського капіталу відводиться провідне місце у наукових працях вітчизняних вчених: О. М. Бородіної, О. А. Грішньої, А. М. Колота, Л. С. Лісого, У. Я. Садової, В. А. Савченка, Л. Г. Ткаченко та інших.

Однак залишаються ще недостатньо дослідженими питання визначення мобільності як активу людського капіталу та впливу на його розвиток, що і зумовило вибір теми дослідження.

Метою статті є дослідження мобільності людського капіталу та пріоритетних напрямів її активізації.

Людський капітал – це система знань, талантів, інтелекту, культури й етики поведінки, що забезпечують задоволення потреб споживачів, конкурентоспроможність людини на ринку праці, збільшують заробітки та стимулюють зростання прибутків підприємств й національного доходу.

Розгляд людського капіталу лише з позиції загального або функціонального підходу не розкриває повноту цього поняття як економічної категорії та об'єкта управління з урахуванням його кількісних та якісних параметрів. Проте, активи людського капіталу являють собою єдиний масив якісно визначених, взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, до яких належать: здоров'я (фізичне і психічне); загальні та професійні знання; професійні вміння та навички; професійний та життєвий досвід; здібності (природні та розвинуті); інформованість; цінні характеристики людини.

Розв'язання проблем розвитку та збереження національного людського капіталу пов'язане з активізацією мобільності населення, оскільки індивідуальна мобільність впливає і на формування, і на нагромадження, і на використання інших активів людського капіталу, а також сприяє забезпеченню конкурентоспроможності працівника [1, с. 48].

Мобільність виявляється у готовності індивіда до якісних змін у житті, а на особистісному рівні характеризується здатністю індивіда якісно вдосконалюватись і швидко адаптуватись до нових умов життєдіяльності, спроможністю до цілеспрямованої зміни свого соціального статусу, професійної належності, сфери зайнятості, виду трудової діяльності, робочого місця, території проживання тощо [2, с. 44].

Процес трудової міграції відображає мобільність працівників з якісно нової точки зору – як форму інвестицій у людський капітал, оскільки трудова міграція передбачає витрати, які забезпечать віддачу протягом тривалого часу.

Пріоритетними напрямками впливу на покращення національного людського капіталу є стимулювання активізації професійно-кваліфікаційної та інтелектуальної мобільності населення в Україні [3, с. 355].

Порівняння регіональних показників індексу людського розвитку та міграційної ситуації в регіонах України свідчить, що прагнення збільшити дохід від трудової діяльності та покращити умови життєдіяльності займає лідируючу позицію поміж інших факторів, на які зважає людина при реалізації територіальної мобільності. Крім того, найбільший відтік населення спостерігається в регіонах, які мають не один, а сукупність показників, що характеризують соціально-економічний розвиток регіону. Достатньо високий рівень освіти населення регіону сприяє зростанню показника його вибуття [4].

Отже, оскільки формування прагнення до якісного вдосконалення у кожного громадянина здебільшого пов'язане з активізацією мобільності, то сучасна соціальна політика щодо збереження і розвитку національного людського капіталу має бути спрямованою на створення таких умов, щоб кожен член суспільства міг розвивати свої продуктивні здібності й ефективно їх реалізовувати. Для ефективної реалізації заходів з активізації мобільності населення постає необхідність проводити аналіз даних моніторингу стану національного людського капіталу і рівня мобільності населення та проводити оцінку впливу здійснених заходів на якісні показники національного людського капіталу.

Література

1. Ларіна Я. С. Розвиток людського капіталу в умовах глобалізації / Я. С. Ларіна, О. С. Брацлавська // ВЦ «Академія». – 2012. – 248 с.
2. Білик О. Основні напрями збереження і розвитку національного людського капіталу за рахунок активізації трудової мобільності / О. Білик // Людський капітал. – КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. – С. 43 – 46.
3. Позднякова С. В. Особливості формування і розвитку людського капіталу в сучасних умовах / С. В. Позднякова // Соціально-економічні аспекти промислової політики : зб. навч. прац. – м. Донецьк: ІЕП НАН України, 2007 р. – Т. 2. – С. 351 – 358.
4. Україна 2020: демографічний та міграційний виміри безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uipp.org.ua/uploads/news_message/at_file_uk/0070/43.pdf

Кулик А.О., магістр. гр. ЕП-13м

Науковий керівник: к.е.н., доц. Харченко І.В.

Кіровоградський національний технічний університет

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНОЇ КАНВИ В МЕЖАХ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ ІНТЕРНЕТ ПРОВАЙДЕРІВ

Стратегічна канва являє собою одночасно інструмент діагностики та побудови захоплюючої стратегії блакитного океану. Вона відображає поточний стан справ на відомому просторі ринку. Це дозволяє зрозуміти, куди вкладають кошти конкуренти, які характеристики продуктів, що є предметом конкуренції в рамках даної галузі, що з себе представляють, - обслуговування, доставка, а також які конкуруючі пропозиції отримують клієнти на ринку.

На рисунку 1 вся ця інформація відображена в графічній формі. По горизонталі розташовані фактори, по яких йде конкуренція, і куди направляються інвестиції в даній галузі.

У випадку з провайдерами Інтернет у наявності шість основних факторів:

1. Вартість послуг.

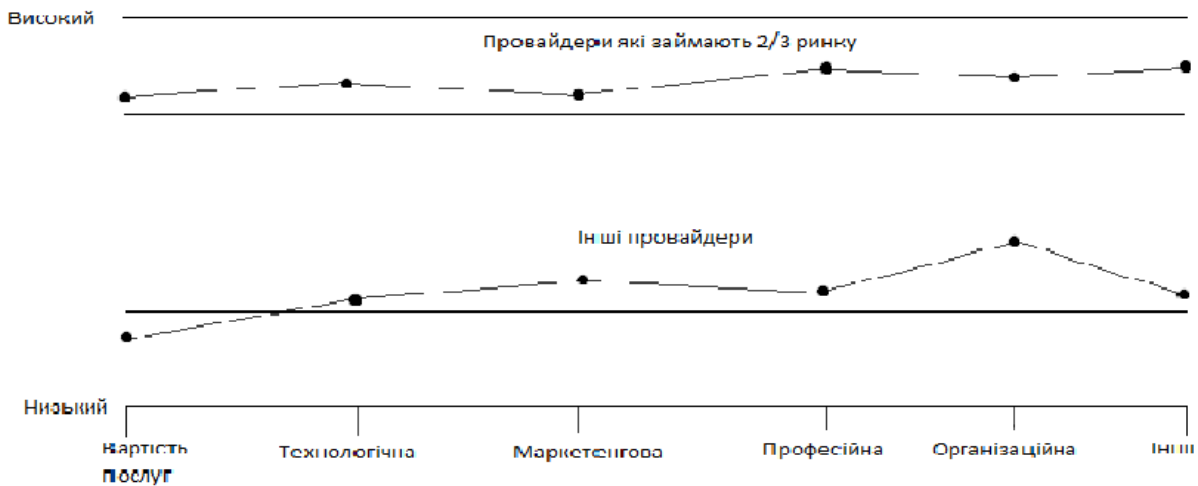


Рис. 1.

2. Технологічна КФУ - можливість розробки нових послуг 3G (мобільній мережі) Укртелеком єдина компанія, що має ліцензію на це.

Універсальна SIM-картка від Укртелеком SIM/Micro SIM (здійснює підключення до будь-якого тарифного плану мобільного зв'язку незалежно від способу підключення тарифного плану.

3. Маркетингові КФУ - доступність для клієнтів система технічної допомоги при покупці і використанні продукції. При не роботі Інтернету можна зателефонувати в службу підтримки клієнтів, після чого залежно від причини поломки або в телефонному режимі обслуговують або виїжджає служба до місця поломки; акуратне використання замовлень покупців (невелика кількість помилок і повернень).

4. Професійні КФУ - особливий талант (дуже важливий при надані професійних послуг); ступінь оволодіння технології достатньо значна. Оскільки займає лідируючі позиції; здатність створювати ефективну рекламу. Ми це спостерігаємо на біг-бордах, в газетах, в маршрутках, по телевізору. І таким чином заохочують споживачів користуватись саме їхніми послугами.

5. Організаційні КФУ - рівень інформаційних систем досить розвинутий фактор

6. Інші КФУ - сприятливий імідж фірми у покупців; приємні в спілкуванні, доброзичливі службовці.

Така базова структура провайдерів Інтернет в ринковому розрізі. Тепер перейдемо до вертикальної осі стратегічної канви, де відзначено рівень пропозиції, одержуваного клієнтами по всіх цих основних факторів конкуренції.

Високий показник означає, що в області цього чинника компанія пропонує своїм клієнтам більше і робить більш великі інвестиції в розвиток цієї галузі, Що стосується ціни, то вищий показник свідчить відповідно і про більш високою ціною. Тепер ми можемо нанести на графік дані по різних виноробнях по всіх вибраних факторам, з тим, щоб визначити стратегічний профіль кожної з них, або криву цінності. Крива цінності, основна складова стратегічної канви, є графічним відображенням порівняльної ефективності роботи компанії з урахуванням факторів конкуренції в даній галузі.

На рисунку 1 показано, що, хоча в Україні налічується більше десяти провайдерів найпопулярніші серед споживачів, з погляду покупця, їх криві цінності практично зливаються між собою. Так, конкурентів у цій галузі дуже і дуже багато, але, розмістивши на стратегічній канві інформацію про найкращі провайдери, ми виявимо, що, з точки зору ринку, всі вони володіють фактично однаковими стратегіями. Вони пропонують достатньо високі ціни і створюють високий рівень пропозиції по всіх факторів конкуренції. Їх стратегічний профіль відповідає класичній стратегії диференціації. Знову ж таки з точки зору ринку, всі вони відрізняються один від одного, але однаковим чином. З іншого боку, недорогі Інтернет провайдери мають також практично однакові стратегічні профілі. Ціна на ці послуги низькі, також як і пропозиція по всіх ключових факторів конкуренції.

Це класичні гравці низьких витрат. Більш того, криві цінності за класом найкращі провайдери і недорогих Інтернет провайдерів виглядають практично однаково. Стратегії цих двох стратегічних груп повторюють один одного, і єдина різниця між ними полягає лише у висоті рівня пропозиції.

Щоб направити компанію по траєкторії потужного зростання прибутків у подібних умовах, мало рівнятися на конкурентів і намагатися переграти їх, пропонуючи трохи більше за трохи менші гроші. Така стратегія може злегка підвищити продажі, однак навряд чи вона виведе компанію до Неохопленими конкуренцією ринковому простору. Велике дослідження споживачів теж навряд чи відкриє шлях до блакитних океанів. У ході наших досліджень з'ясувалося, що споживачі насилу уявляють собі, як можна створити не охоплене конкуренцією ринковий простір. Зазвичай їх точка зору зводиться до вже знайомого нам - « запропонуйте мені більше і дешевше ». І це « побільше » зазвичай відноситься до тих

продуктів і послуг, які галузь пропонує в даний час.

Для фундаментальної зміни стратегічної канви галузі, починати необхідно з переорієнтації стратегії з конкурентів на альтернативи і з клієнтів на неклієнтів даної галузі. Щоб одночасно працювати над цінністю і витратами, треба відмовитися від застарілої ідеї рівнятися на конкурентів в наявному полі і перестати робити вибір між диференціацією та низькими витратами. Змістивши стратегічний фокус з наявних конкурентів на альтернативні варіанти і неклієнтів, ви можете зрозуміти, яким чином переформулювати основну проблему, на якій сконцентровано увагу гравців цієї галузі, і таким чином реконструювати елементи цінності для покупця, що знаходяться за межами галузі. Традиційна ж стратегічна логіка, навпаки, змушує нас шукати кращі, ніж у ваших конкурентів, вирішення проблем, але в рамках вашої галузі.

Якщо говорити про Інтернет провайдери, то постачальники послуг слідують традиційним поглядам, фокусували увагу на тому, що надлишком забезпечувати престижність і диференціацію послуг за відповідну ціну. Споживач часто перед підключення до будь-якого провайдера губиться в кількості надані послуг та ціна яка майже не чим не відрізняється від ціни конкурента (чи потрібні взагалі деякі послуги).

Однак, розглянувши альтернативні варіанти, фірмам потрібно зменшити кількість послуг або декілька пропозицій з'єднати в один пакет послуг. Споживачеві буде легше обрати для себе саме те що потрібно йому.

Інтернет провайдерам потрібно змінити свою стратегію з червоного океану на блакитний океан, щоб уникнути сильної конкуренції, яка є на сьогоднішній день.

Література

1. У. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Пер. с англ. М.: НІРРО. 2005-272 с.
2. <http://volia.com/ukr/internet/promotions/internet>
3. <http://ru.ukrtelecom.ua/services/customers/internet/ogo>
4. <http://www.kyivstar.ua/ru/kr/home-internet>

Кухар Д. А., студ., Зелена М. І., асистент
Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ ЯК СПОСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов трансформації ринкової економіки, управління будь-яким підприємством, а саме його функціонування незмінно супроводжуються виникненням різного роду конфліктів. Управління конфліктами є невід'ємною складовою управління підприємством в цілому. Саме тому, побудова ефективної системи управління конфліктами сприятиме не лише досягненню цілей управління персоналом, але й підвищенню ефективності функціонування підприємства загалом, що в свою чергу посилить його конкурентні переваги на ринку праці.

Слід зазначити, що окремі аспекти даної проблеми вже були предметом уваги дослідників. Так, зокрема, розроблено загальнотеоретичні підходи до проблеми конфліктів: О. М. Бадурка, Ф. М. Бородін, Б. Болдін, А. Т. Ішмуратов, Л. Козер, Г. В. Ложкін, М. І. Пірен, Н. І. Пов'якель та ін., а також методів їх попередження і розв'язання: Е. Берн, Дж. Г. Скотт, Ш. Фейр, В. П. Шейнов, У. Юрі та ін.. Варто ж зазначити вагомий внесок у дослідження даного питання такими науковцями, як: М. Портер, І. Ансофф, Р. Фатхундінов, Р. Акофф та ін. Поряд із дослідженнями за вищезгаданими напрямками існує не менша кількість досліджень у сфері управління конфліктами. Однак, не дивлячись на цілу низку досліджень дана проблема потребує подальших досліджень.

Метою дослідження є ефективне управління конфліктами.

Розвиток будь-якого підприємства чи організації вимагає підвищеної уваги до роботи з персоналом, адже в сучасних умовах у міжособистісних та міжгрупових взаємовідносинах часто виникають різноманітні непорозуміння, суперечності, які спричиняють конфлікти.

В сучасних умовах конфлікт на підприємстві вже не асоціюється тільки із негативними явищами та процесами, однак його ідеалізації також непомітно. Тому, підхід до формування ролі та місця конфлікту є більш прагматичним: конфлікт – безумовно невід'ємна частина будь-якої організації, конфліктом варто управляти [1]. Конфлікт, будучи і процесом, і конкретним станом, в якому перебуває організація чи структурний елемент, має свої причини та джерела зародження.

Варто відмітити що, управління конфліктами повинно було б усувати не лише причини конфліктів, а й зменшувати можливість виникнення конфліктів із виявлених джерел. Однак, виявлення причин конфлікту залишається одним із перших завдань при побудові схеми управління конфліктами загалом чи окремим конфліктом зокрема. Зрозуміло, що існує чимало причин виникнення конфліктів. Проте якщо сконцентруватись на деяких причинах, а саме: суперечливі завдання, неправильний розподіл ресурсів, неефективна система мотивування, взаємозалежність завдань, недосяжні цілі тощо, – то виникає

можливість зробити один досить суттєвий висновок – усі причини прямо чи опосередковано пов'язані із керуючою системою організації, яка за умов існування цих причин не змогла віднайти ефективні методи управління підприємством. Безумовно, конфлікти, що породжуються певними причинами, та й саме існування причин послаблюють внутрішнє середовище підприємства, а відтак, послаблюють його конкурентоспроможність.

Термін «конфлікт» можна визначити як джерело творчої енергії, якою слід управляти, тобто спрямовувати її у бажане русло. В цілому конфлікт можна розглядати як природний процес, який виникає в середині людської спільноти, будь то сім'я, навчальний заклад чи організація [2].

Існує досить багато різноманітних способів управління конфліктами, серед яких основними можна виокремити наступні: роз'яснення вимог до праці, визначення загально-організаційних комплексних цілей, використання системи винагород, ухилення, примушування, та компроміс [3].

Варто відмітити, що можливість впливу на учасників тим успішніша, чим краще розуміння та взаємна комунікація між працівниками підприємства.

Серед ознак ефективності управління конфліктом однією із найсуттєвіших варто назвати подолання причин конфлікту, однак цілі управління конфліктами на підприємствах можуть різнитись. Для одних ціллю управління конфліктами є просте його закінчення, тобто усунення очевидних, видимих ознак конфлікту, для інших важливою ціллю є збереження чи відновлення передконфліктного стану підприємства та усіх взаємозв'язків, інші керуються принципом – «тільки б не зашкодив» тощо.

Отже, конфлікт, за своєю природою має конкретні причини та джерела зародження у тій чи іншій ситуації. Управління конфліктами неодмінно має усувати причини конфліктів чи принаймні зменшувати можливість виникнення конфліктів із виявлених джерел. Однак необхідно пам'ятати, що конфлікт не є поодиноким явищем, і він знову може виникати, причому з тієї самої причини, саме тому подолання причин, чи принаймні зменшення їхнього значення щодо виникнення конфліктів, потрібно ставити як вагомий ціль підприємства.

Література

- 1 Криса О. Й. Формування сучасного підходу до ролі конфліктів в організації // Вісник Нац. ун – ту «Львівська політехніка». – 2005. – № 526. – 684 с.
- 2 Сергієнко Т. І. Конфлікти в колективі і роль керівника у їх вирішенні [Електронний ресурс] / Т. І. Сергієнко. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_48_236.pdf (дата звернення: 25.02.2014).
- 3 Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підручник / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.

Лапшин Н.О., магістр. гр. УП-13м
Науковий керівник: к.е.н., доц. Сочинська-Сибірцева І.М.
Кіровоградський національний технічний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В умовах розвинутої ринкової економіки України дедалі більшого значення набувають проблеми управління у сфері господарювання і зокрема, персоналом. На сьогоднішній день назріла об'єктивна необхідність створити управлінський механізм, де б існувала реальна можливість обмеження стихійних чинників розвитку. Тож осмислення управлінських проблем, що виникають у процесі побудови такого механізму, – є одним з найважливіших завдань науки управління, визначення ролі людського капіталу як самого активного капіталу.

Вивчення питань формування механізму управління персоналом займалися відомі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: Ф. Ансофф, Д. Беккер, В. Богиня, П. Вітвіцький, П. Друкер, А. Іванов, А. Кібанов, М. Колот, Р. Малік, М. Марра, В. Мескон, М. Нижник, С. Поліщук, Т. Оддонел, Г. Пітерс, Ф. Саймон. Однак на сьогоднішній день недостатньо розробленим є прикладний методичний інструментарій управління персоналом, який надав би можливість використати наявні та розвинути потенційні конкурентні переваги кадрового складу підприємства.

Метою дослідження даного питання є оцінка складових елементів механізму управління персоналом та напрямки щодо забезпечення його ефективності.

Найважливішими передумовами забезпечення конкурентоспроможності підприємств-виробників є високий кваліфікаційний і освітній рівень персоналу, ступінь адекватності його вимогам, що пропонуються організаційними та технічними умовами функціонування. При відсутності чітко відпрацьованого механізму підбору персоналу і добору кадрів підприємства не завжди забезпечують себе саме тими працівниками, які будуть найбільш ефективно працювати на робочих місцях[1].

При прийомі на роботу на сьогоднішній день в Україні основними вимогами є наявність освіти та стажу, а основними методами роботи при доборі – вивчення документів працівника та співбесіди. Такий підхід практично не дає інформації про потенціал працівника, його особисті якості й психологічні особливості, що не дозволяє моделювати процес його подальшої участі в розвитку та підвищенні конкурентоздатності підприємства. Методам оцінки трудового персоналу також приділяється

недостатньо уваги. Оцінка працівників здійснюється вибірково і пов'язується, насамперед, зі змінами в їх посаді.

Керівники підприємств, приймаючи участь у формуванні та розвитку ринкових відносин, повинні приділяти належну увагу стимулюванню працівників до підвищення продуктивності їх праці. Від того, наскільки ефективно впливають різні адміністративні та економічні заходи на інтереси персоналу, залежить спроможність управляти економічними процесами на підприємстві, підвищення ефективності їх функціонування та підвищення конкурентоспроможності.

Головним завданням управління персоналом є формування потрібного рівня мотивації праці, що виражається через стимулювання працівників, шляхом впливу на мотиви поведінки останніх за допомогою його складових.

Отже, механізм управління персоналом підприємства є відповідною системою послідовних форм, методів і засобів, зорієнтованих на вирішення кадрових проблем. Основу цих технологій складає така сукупність форм і методів роботи з персоналом, яка дозволяє досягнути не тільки одноразового успіху й результату, але й його постійне примноження.

Література

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навчальний посібник / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. - К.: Кондор, 2003. - 296 с.

Легінькова Н.І., к.е.н., доц., Коваленко А.Д. курсант факультету менеджменту
Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Значення стратегічної поведінки, що дає змогу фірмі виживати в конкурентній боротьбі в довготерміновій перспективі, різко зросло в останні десятиліття. Прискорення змін у навколишньому середовищі, поява нових запитів і зміна позицій споживача, зростання конкуренції щодо ресурсів, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових, часто абсолютно несподіваних можливостей для здійснення бізнесу, розвиток інформаційних мереж, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, а також ряд інших фактів призвели до різкого зростання значення стратегічного управління.

Актуальність дослідження стратегічного планування обумовлена існуванням проблеми забезпечення ефективного функціонування підприємства, досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, пошуку шляхів виживання в умовах ринку. Тому серед багатьох проблем, що вирішуються нині на вітчизняних підприємствах, особливу увагу необхідно приділити проблемі впровадження принципів і елементів стратегічного планування. Фактично стратегічне планування – це засіб подолання зростаючої нестабільності зовнішнього середовища.

Для того, щоб стратегічне планування на підприємстві здійснювалось ефективно, необхідно знати та розуміти його сутність, а також етапи та методи розробки стратегії.

Тож, мета роботи - дослідити сутність стратегічного планування, передумови його застосування на вітчизняних підприємствах та намітити напрямки подальшого використання.

Стратегічне планування — це одна з основних функцій стратегічного управління і являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації організації до зовнішнього середовища, внутрішньої організації. По суті, це процес створення і практичної реалізації генеральної програми дій підприємства. При цьому найголовнішими завданнями є такі:

- визначення цілей і напрямів діяльності фірми;
- координація різноманітних напрямів діяльності;
- оцінка сильних і слабких сторін фірми, можливостей і загроз з боку ринку;
- визначення альтернативних варіантів реалізації напрямів діяльності;
- створення умов для ефективного розподілу продукції;
- оцінка маркетингової діяльності.

Отже, предметом стратегічного планування є вирішення питань про те, які продукти (стратегічні простори) повинні бути освоєні фірмою та в який спосіб це можна зробити.

Процес стратегічного планування має низку відмітних особливостей.

По-перше, його метою є забезпечення передумов ефективної діяльності фірми на тривалий період (15—20 років).

По-друге, носіями ідей стратегічного планування є вищі рівні управління фірмою.

По-третє, стратегічним планам іманентний глобальний підхід до вирішення маркетингових проблем, відсутність деталізації та структуризації.

По-четверте, сферою стратегічного планування є широкий спектр альтернатив, які впливають з можливих змін у навколишньому середовищі.

Крім того, на відміну від довготермінового планування, де майбутнє може бути передбачене шляхом екстраполяції тенденцій зростання, що склалися, у стратегічному плануванні, котре застосовується в умовах більш високої нестабільності зовнішнього середовища, крім екстраполяції здійснюється розгорнений стратегічний аналіз із застосуванням методу «розривів між цілями й результатами, що досягаються», який проводиться за такими напрямками:

- аналіз перспектив зростання шляхом виявлення майбутніх тенденцій, небезпек і шансів;
- аналіз позицій у конкурентній боротьбі, завданням якого є визначення можливостей підвищення результатів роботи за рахунок посилення конкуренції;
- порівняльний аналіз перспектив при різних стратегіях діяльності та встановлення пріоритетів у розподілі ресурсів між різними видами діяльності;
- аналіз шляхів диверсифікації, завданням якого є оцінка недоліків існуючого набору видів діяльності й визначення нових видів.

Мета стратегічного планування – встановити певний порядок дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного підприємства.

Якщо стратегія підприємства є визначенням місця та ролі на ринку товарів, то стратегічне планування – це конкретна вказівка на спосіб досягнення цього стану. Воно базується, з одного боку, на цілях і задачах, поставлених в ході розробки стратегії, а з іншого – на прогнозах у різних сферах розвитку.

Стратегія – не функція часу, а функція поставленої мети розвитку, специфічний, орієнтований на майбутнє напрям розвитку.

Треба пам'ятати, що застосування стратегічного планування створює найважливіші передумови успішного функціонування підприємства: готує підприємство до змін у зовнішньому середовищі; пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища; прояснює проблеми, які виникають; координує роботу його різних структурних підрозділів; покращує контроль на підприємстві.

Саме стратегічне планування може стати тим, завдяки чому багато вітчизняних підприємств зможуть стабілізувати свою діяльність і одержати необхідний імпульс для подальшого розвитку.

Легінькова Н.І., к.е.н., доц., Стадник М. А., курсант факультету менеджменту
Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Стійкість зовнішньоекономічної діяльності на сьогодні визначається не тільки і не стільки управлінським впливом на внутрішні фактори (зокрема, пошуку шляхів оптимізації господарювання, зниження собівартості продукції), а насамперед можливістю і здатністю враховувати вплив зовнішніх факторів, що безпосередньо не пов'язані з підприємством.

Сьогодні на перший план виходить проблема гнучкої адаптації підприємств до умов постійної зміни зовнішнього середовища. У таких умовах фактори виробництва послуг постійно змінюються. Посиленню цих зрушень сприяє й зростання у світових масштабах відкритості економіки більшості країн. Тому перед підприємствами постає нова задача – «вийти за рамки відомих, традиційних схем структурних змін і почати перебудову, засновану на можливостях, які принесли глобалізація та інформаційні технології» [1].

Головний зміст таких змін полягає не в обмеженні затрат на виробництво, а у докорінній зміні ставлення до інновацій, інформаційних технологій, адаптивності до швидких змін попиту ситуації в цілому на ринку. Внутрішні реорганізації та реструктуризації підприємств мають набагато меншу, короткотермінову результативність. Пошук шляхів досягнення успіху як відмічають спеціалісти, показує, що в умовах глобалізації найперспективнішим є «розширення використання інновацій шляхом створення в країні, регіоні, на підприємстві системи творчої розробки і подальшої комерціалізації нових ідей» [2].

При цьому інноваційна стратегія буде успішною, якщо вона доповнюється наданням високоякісних послуг, індивідуалізацією роботи із споживачами, застосуванням ґрунтовних маркетингових досліджень.

Вплив змін підприємницького середовища на діяльність підприємства та його стратегії неоднозначний. Катастрофічні за наслідками для одного підприємства, вони можуть стати сприятливими для іншого, на третє – зовсім не впливати. Але врахування фактору проведення досліджень середовища діяльності підприємства є важливим при проектуванні чи реорганізації структури – створення відділу чи посади відповідального за аналіз середовища та моніторинг змін в ньому є необхідною умовою успішного здійснення стратегічного управління.

Постановка задачі та розробка короткострокових програм дозволяють безупинно адаптувати стратегію компанії. Наполегливість у реалізації стратегії – це широке бачення обривів компанії, а не докладна карта з указівкою маршруту. Сучасне ринкове середовище занадто непередбачене для точних довгострокових прогнозів ситуації на ринку, появи нових послуг і технологій. Однак, плануючи

проходження нових і нових етапів, вищий менеджмент одержує можливість «точного настроювання» стратегії компанії на можливості, що відкриваються, і нові технології.

Без необхідних навичок і умінь наполегливість компанії в реалізації стратегії означає розтрату ресурсів. Щоб розробляти товари, що перевершують по багатьом характеристикам продукцію міжнародних конкурентів, вимагаються глибокі знання і здібності до навчання. Тут потрібно наявність знань у двох областях.

Перша область зв'язана з інтересами і цінностями споживачів, друга — відноситься до технологічних навичок, необхідним для створення і надання цих цінностей. Основні ділові здібності організації, її основні компетенції — це унікальні навички і майстерність її співробітників, що дозволяють придбати стійкі конкурентні переваги. Ключові компетенції в області спеціалізації фірми забезпечують основу для інноваційної діяльності і відкривають доступ до широкого ринку, розмаїтості нових товарів і послуг.

Від ефективності управління процесом набуття знань всередині компанії, від якості використовуваних знань залежить якість розроблених стратегій. В основі розробки і реалізації стратегії лежать умови динамічного середовища, що можуть змінитися до впровадження стратегії. Таким чином, розробку і впровадження стратегії необхідно розглядати як постійний процес навчання, а система оцінювання діяльності може забезпечити необхідний зворотній зв'язок у процесі навчання за умови, що враховано всі етапи розробки стратегії та процесу її впровадження, а також систему цінностей організації.

Задача вищого керівництва компанії – визначення ринкових можливостей, що насамперед залежать від ділових компетенцій фірми і представлень про розвиток ринків, від того, які здібності забезпечать їй лідируюче положення на ринку. Як тільки здатності компанії визначені, їхній наступний розвиток вимагає повної віддачі всіх членів організації й інвестицій. Подібно товарам і послугам, здатності і можливості не є чимось сталим, а повинні постійно удосконалюватися й адаптуватися до умов, що змінюються.

Управління формуванням ефективної конкурентної стратегії підприємства повинно бути направленим на комплексне системне використання внутрішніх потенційних можливостей створення конкурентних переваг, що забезпечуватимуть адекватну реакцію на зміни факторів зовнішнього середовища, упереджуватимуть заходи конкурентів і сприятимуть сталому розвитку підприємства у визначеному стратегічному періоді.

Література

1. Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 208 с.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономист, 2005. – 296 с.

Літинська В.А., викл., Гришкіна Ю.М., студ. гр. УПЕПмб-09-1
Хмельницький національний університет

ТЕМПЕРАМЕНТ В СТРУКТУРІ ОСОБИСТОСТІ

Під характером людини в цілому слід розуміти індивідуальні, яскраво виражені своєрідні психологічні риси людини, що впливають на її поведінку та вчинки. З цього визначення випливає, що коли мова йде про характер людини, то маються на увазі всі його індивідуально виражені і своєрідні психологічні риси. Надати характеристику людині, означає дати їй психологічну оцінку як індивідуальності, виділити не суму її якостей, а ті риси, які відрізняють дану людину від інших людей.

Дослідниками доведено, що тип темпераменту накладає відбиток на формування навичок виробничої діяльності. Так, у сангвініків рухові навички утворюються дуже швидко, хоча спочатку спостерігається хаотична діяльність методом проб і помилок. Сформовані навички у сангвініків відрізняються міцністю. У холериків рухові навички утворюються важче, ніж у сангвініків. Сторонні перешкоди істотно впливають на їх діяльність, іноді розбудовуючи її повністю [1].

Флегматики мають сповільнені, але висококоординовані рухи. Завдяки їх точності, узгодженості, а в ряді випадків - прояву великої наполегливості - вони значною мірою компенсують свою інертність, показуючи високу продуктивність праці. У меланхоліків навички виробляються з працею і легко гальмуються. Після вправ вони можуть досягати задовільного рівня, але лише за звичних їм умов. Робота, сповнена несподіванок, ускладнень не рекомендована.

У процесі діяльності людина обирає такі прийоми і способи виконання дій, які найбільшою мірою відповідають її темпераменту. Наприклад, на основі інертності нервових процесів виникає пунктуальність, схильність не відриватися від початої справи, легко здійснюються плавні рухи, стереотипним способом реалізації завдань. А на основі рухливості стихійно складаються протилежні риси. Із сукупності таких мимовільних форм реагування складаються і цілком свідомо застосовуються й цілеспрямовані системи дій, прийомів, які характеризують індивідуальний стиль.

У залежності від того, як людина ставиться до тих чи інших явищ, до життєвих завдань, до

оточуючих людей, вона мобілізує відповідну енергію, стає здатною до тривалих напружень, змушує себе змінити швидкість своїх реакцій і темп роботи [2]. Вихований і досить вольовий холерик здатний виявляти стриманість, перемикає свою увагу на інші об'єкти, хоча це йому дається з великими труднощами, ніж, наприклад флегматику.

Під впливом життєвих умов, певного способу дій в холерика може сформуватися інертність, повільність, безініціативність, а у меланхоліка - енергійність і рішучість. Життєвий досвід і виховання людини приховують прояв типу вищої нервової діяльності та темпераменту людини.

Однак, окремі сильні психічні потрясіння, складні конфліктні ситуації можуть раптово відкрити, загострити ту чи іншу природну динамічну особливість психіки людини.

У системі виховання та перевиховання типологічні категорії людей вимагають особливо уважного індивідуального підходу. При незвичайних надсильних впливах, що породжують злочинно-небезпечну ситуацію, раніше сформовані гальмівні реакції можуть "розгальмуватися" перш за все у людей холеричного типу. Меланхоліки малостійкі до важких ситуацій, більш схильні до нервово-психічного зриву.

Швейцарські дослідники виявили прямий зв'язок між характером людини і її зовнішніми даними, та дійшли до наступного висновку: красу можна виробити як силу волі, наполегливість та інші якості [3].

Із чотирьох типів темпераменту найкращим вважається сангвінік. Гнучка нервова система, приємний характер і вроджений оптимізм - все це складає певний буфер, який захищає психіку від можливих потрясінь. Але, виявляється, бути сангвініком - це не лише відображати життєлюбство і відкритість. Вчені виявили, що сангвініки схильні до зовнішньої привабливості. Їм властиві позитивне ставлення до себе, самоповага і впевненість у своїх силах. Такий перелік якостей створює менше проблем в особистому житті і кар'єрному зростанні. Любов і самореалізація - от головні умови при яких звичайні зовнішні дані перетворюються в особливо привабливі.

Отже, темперамент треба строго відрізнити від характеру. Темперамент ні в якій мірі не характеризує змістовну сторону особистості (світогляд, погляди, переконання інтереси і т.п.), не визначає цінність особистості або межа можливих для даної людини досягнень. Він має лише відношення до динамічної сторони діяльності.

Відношення особистості, її переконання, прагнення, свідомість необхідності і боргу дозволяють переборювати одні імпульси, тренувати інші, щоб організувати своє поведіння відповідно до суспільних норм.

Темперамент не визначає шлях розвитку специфічних особливостей характеру, а сам перетворюється під впливом якостей характеру.

Література

1. Волинська Л., Скрипченко О. та ін. Загальна психологія. - К.: "А.П.Н.", 2011. – С. 407-419.
2. Психопрофілактика / Упорядник Гончаренко Т. - К.: Редакції загально - педагогічних газет, 2010. – 71с.
3. Цікава психологія / Упорядник Гончаренко Т., -К.: Редакції загально - педагогічних газет, 2009. - С. 62-70.

Лопушенко К.І., студ., Міщенко Т.М. к.пед.н., доц.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток туризму складно уявити без яскравої, влучної та дійової реклами. Вона здійснює значний психологічний та соціокультурний вплив на суспільство. Реклама є унікальним інструментом маркетингу, що встановлює, підтримує і розвиває комунікації між туристським підприємством і споживачами, посередниками, виробниками туристських послуг, контактними аудиторіями, державними організаціями. Тому дана тема є досить актуальною в рамках сучасних умов розвитку туристських підприємств, адже на сьогоднішній день туризм очолює список найважливіших соціально-економічних галузей світової економіки.

Серед вітчизняних науковців питання туристської реклами вивчали Дурович А. П., Кифяк В.Ф., Мальська М.П., Миронов Ю.Б., Феофанов О.А., а серед зарубіжних – Політц А. та Котлер Ф.

Відповідно до закону України «Про рекламу», реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1].

Туристська реклама є активним засобом здійснення маркетингової політики туристської фірми з просування турпродукту, посилення зв'язку між виробником і споживачем туристського продукту.

Реклама в туризмі є формою непрямого зв'язку між туристським продуктом і споживачем. Це означає, що, надаючи інформацію про компанію та її турпродукт, реклама повинна переконати потенційних клієнтів зупинити свій вибір саме на даній компанії та її продукті, підсилити впевненість постійних клієнтів у правильності їх вибору. За допомогою реклами турпідприємства освоюють нові ринки збуту.

Будучи засобом конкурентної боротьби, реклама загострює її, що сприяє підвищенню якості туристського обслуговування. Реклама забезпечує можливість збільшення об'ємів продажів. Масштабний збут туристських послуг означає для туристського підприємства зростання доходів, гідну оплату праці персоналу, сприятливий морально-психологічний клімат в колективі, стабільність і упевненість в майбутньому.

Особливого значення реклама набуває в умовах розвитку інформаційного суспільства. За допомогою реклами підтримується зворотний зв'язок з ринком. Використовуючи можливості цілеспрямованої дії на споживача, реклама не лише сприяє формуванню попиту, але і управляє ним. Реклама не може і не повинна компенсувати невисокий рівень якості туристських продуктів і обслуговування клієнтів. Вона служить лише засобом доведення до споживачів інформації про продукти і послуги високої якості.

Особливі риси реклами як одного з головних засобів маркетингових комунікацій у сфері туризму визначаються специфікою як самої реклами, так і особливостями системи туризму і її товару — туристського продукту. До таких рис можна віднести наступні:

1. Неособистий характер. Комунікаційний сигнал надходить до потенційного клієнта не особисто від співробітника фірми, а за допомогою різного роду посередників (засоби масової інформації, проспекти, каталоги, афіші й інші рекламоносії).

2. Однобічна спрямованість. Реклама фактично має тільки один напрямок: від рекламодавця до адресата (об'єкту впливу). Сигнали зворотного зв'язку надходять лише у формі кінцевої поведінки потенційного клієнта.

3. Невизначеність з погляду ефекту. Ця особливість є логічним продовженням попередньої. Зворотний зв'язок у рекламній діяльності носить імовірнісний, невизначений характер. Факт придбання туристського продукту залежить від великої кількості факторів, що часто не мають прямого відношення до реклами, і носить суб'єктивний характер.

4. Суспільний характер. Туристська реклама несе особливу відповідальність за вірогідність, правдивість і точність переданої з її допомогою інформації.

5. Інформаційна насиченість. Туристські послуги, які на відміну від традиційних товарів не мають матеріальної форми, постійної якості, потребують пріоритетного розвитку таких функцій реклами як інформаційна й комунікативна.

6. Помітність і здатність до переконання. Специфіка туристських послуг обумовлює необхідність використання зорових, наочних засобів, що забезпечують більш повне уявлення об'єктів туристського інтересу. Тому в рекламі часто використовуються відео- і фотоматеріали, картини, барвиста продукція.

Специфіка туристських послуг диктує необхідність застосування візуальних наочних засобів, які повніше висвітлюють об'єкт туристського інтересу. Скажімо, якісна фотографія рекламованого санаторію здатна здійснити набагато більший емоційний вплив на аудиторію, ніж красномовні оповіді про той же санаторій. Тому обов'язково слід використовувати фото-, відео- та інші мультимедійні засоби.

Реклама в туризмі, яка обіцяє споживачам певні вигоди та переваги над пропозиціями конкурентів, перш за все економічного характеру, найкраще досягає своєї мети. Завдяки рекламі потенційний споживач має повірити, що саме дана фірма зекономить йому гроші та дозволить отримати найбільше задоволення від туристських послуг [2].

Отже, функціонуючи в рамках концепції маркетингу, реклама є потужним засобом впливу на споживача туристських послуг. Це дозволяє контролювати просування туристських послуг, створювати і закріплювати у споживачів стійку систему переваг до туристських продуктів, вносити корективи до збутової діяльності. Саме тому реклама на туристському підприємстві має ряд характерних особливостей властивих виключно тільки їй.

Література

1. Закон України «Про рекламу» – К. : Парлам. вид-во, 2006. – 182 с.
2. Дурович А. П. Реклама в туризме– Минск, 2001. – С.7.

Магдич І.П., аспірант

Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ «CASH FLOW WATERFALL» В УПРАВЛІННІ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Для забезпечення ефективної діяльності підприємств не завжди можливо визначити актуальну інформацію про хід виконання зобов'язань, термінів платежів, розміри штрафних санкцій тощо. Одним із інструментів, що дозволяє керівництву підприємства отримати додаткову інформацію, для проведення відповідного аналізу та планування, є застосування методу «Cash Flow Waterfall». Необхідність обґрунтування рішення щодо впровадження методу на підприємстві зумовлює потребу у визначенні

переваг та недоліків, що є актуальним для подальшого проведення науково-практичних дискусій.

На сьогодні у працях вітчизняних учених не розглядались переваги та недоліки застосування методу «Cash Flow Waterfall», на відміну від закордонних науковців та практиків, що активно досліджують та використовують метод в управлінні грошовими потоками [2, 89; 3, 4-7; 4, 130].

Метою дослідження є визначення переваг та недоліків застосування методу «Cash Flow Waterfall» в управлінні грошовими потоками підприємства.

Метод Cash Flow Waterfall - це систематизована сукупність узгоджених правил на визначений період часу по розподіленні вихідних грошових потоків у визначеному пріоритеті з метою забезпечення діяльності підприємства і досягнення оптимального рівня ліквідності та оптимізації грошових потоків [1, 267]. Проведене нами дослідження дало змогу визначити такі переваги впровадження та застосування методу на підприємстві:

1) низька вартість впровадження методу на підприємстві, оскільки достатньо функціональним є використання програмного забезпечення Microsoft Office Excel, у якому створюється електронна таблиця, де періоди часу відображаються у стовпчиках, а зобов'язання підприємства відображаються у рядках;

2) надання додаткової інформації, яка чітко визначається принципами розподілення вихідних грошових потоків, а саме регламентності, послідовності, обов'язковості, точності та узгодженості;

3) гнучкість застосування методу, що досягається за рахунок розподілення зобов'язань на окремі компоненти;

4) обмежена можливість не цільового використання коштів керівниками підприємств. При застосуванні методу, надлишкові грошові потоки спрямовуються на резервні рахунки.

5) досягнення достатнього рівня ліквідності та оптимізація грошових потоків підприємства шляхом спрямування надлишків грошових потоків на резервні рахунки під час розподілу коштів;

6) надання керівництву відповідей на питання: за якими зобов'язаннями необхідно здійснити оплату у визначений період часу?; яка необхідна сума оплати для виконання зобов'язань у визначений період часу?; яка можлива сума оплати для часткового виконання зобов'язань від наявних грошових коштів у визначений період часу?; які зобов'язання не можуть бути оплачені у зв'язку з недостатністю коштів?; яка сума надлишку або недостачі грошових коштів у визначений період часу?;

7) ілюстрація погашення заборгованості у разі великої кількості траншів, оскільки зобов'язання підприємства відображаються у рядках таблиці;

8) побудова прогнозу майбутньої зміни активів і підтвердження фінансової стабільності та незалежності підприємства;

9) визначення пріоритетів кожного надходження і відтоку грошових коштів.

До недоліків впровадження та застосування методу на підприємстві можна віднести:

1) складність запровадження через різноманітність умов договорів;

2) необхідність значних витрат часу на впровадження та підтримку застосування методу. Витрати часу залежать від розміру підприємства, договірної бази підприємства, існуючої інфраструктури інформаційних технологій;

3) ускладнення облікових і розрахункових процедур;

4) недостатньо приділено уваги до залежності витрат від випуску відповідного обсягу продукції;

5) Будь-яка зміна наявних у методі чинників (змінних і постійних витрат, обсягу реалізації й ціни) може суттєво змінити кінцевий результат.

Дослідження показали, що застосування методу «Cash Flow Waterfall» на підприємстві має ряд переваг та недоліків, однак цей метод оперативного управління грошовими потоками підприємства дає змогу оптимізувати вихідні грошові потоки, забезпечити пріоритетність та послідовність платежів підприємства за критерієм їх впливу на кінцеві результати фінансової діяльності, а також забезпечити оптимальний рівень ліквідності та оптимізацію грошового потоку підприємства.

У подальших дослідженнях необхідно розробити рекомендації- щодо використання методу «Cash Flow Waterfall» у разі неможливості залучити додаткові кошти, необхідні підприємству для виконання зобов'язань у відповідний період часу.

Література

1. Магдич І.П. Сутність та застосування методу "Cash Flow Waterfall" в управлінні грошовими потоками підприємства // Актуальні проблеми Економіки. - К.: - 2013. - № 12(150) - С.263-271.

1. Allman Keith A. Modeling structured finance Cash Flow with Microsoft Excel a step-by-step guide / Wiley Finfnce 2007 Canada ISBN 978-0-470-04290-8 221 p.

2. Cash Flow Assumptions for Corporate Credit Securitizations»: Methodology / DBRS, Inc. - New York. - February 2012. - 14 p.

3. Day Alastair L. Mastering cash flow and valuation modelling/ Isted/ 321p. ISBN 978-0-273-73281-5 Great Britan 2012.

УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ КОМУНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В статті 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» зазначається, що за дорученням відповідних рад вирішуються питання продажу, передачі в оренду або під заставу об'єктів комунальної власності, які мають забезпечувати потреби територіальних громад. Про те в більшості випадків, без врахування рішень відповідних селищних та міських рад, рішення приймаються з посиланням на частину 5 статті 60 Закону України «Про місцеве самоврядування» та мають деяку невизначеність [1].

З огляду на це та інші проблемні аспекти цього питання, покращити стан справ можна завдяки розробці дієвого механізму передачі комунальної власності в розрізі формування бюджету та соціально-економічного розвитку територіальних громад.

Для адекватності протікання вищезначеного в практичній діяльності доцільно використовувати комплексний управлінський підхід, адаптований на основі техно- та людиноорієнтованого. Метою реалізації такого підходу є задоволення потреб людини, хоча засобами та показниками результативності ці підходи різняться. Кожному з них характерні власна система показників (індикаторів) вимірювання результатів діяльності та методологія відстеження ступеню досягнення визначених орієнтирів.

Техноорієнтований підхід акумулює інфраструктурні показники, які є засобами задоволення потреб населення територіальної громади. Зворотній зв'язок при цьому здійснюється через відстеження статистичної інформації – кількість квадратних метрів житла, ліжок у лікарнях, обсяг засвоєних коштів тощо. Ступінь досягнення певних завдань та доцільність відповідних дій визначається працівниками органів управління.

Людиноорієнтований орієнтується на кінцевий результат – задоволення потреб населення. У цьому випадку зворотній зв'язок здійснюється на основі соціальної інформації. Показниками за такого підходу є індекс людського розвитку: довголіття, освіченість, рівень добробуту, який можна оцінити через дохід на душу населення, ступінь задоволення різноманітними послугами, станом безпеки, навколишнього середовища [3].

Формування сучасної регіональної політики розвитку та ефективного управління комунальною власністю на сьогодні є питаннями актуальними як з точки зору управлінських аспектів, так і з позиції соціально-економічного розвитку територіальних громад зокрема.

Обидва підходи у сфері управління комунальною власністю можуть мати як переваги так і недоліки. Перший, техноорієнтований, дає можливість органам місцевого самоврядування формувати завдання без відому громади, завдання при цьому виявляються більш перспективними та масштабними. За такого підходу можливі екологічні та соціальні втрати. Використання іншого увага органів місцевого самоврядування може бути спрямована на вирішення поточних, близьких до громади соціальних завдань, не таких перспективних з економічної точки зору, а тому вірогідність застосування інновацій тут є доволі низькою.

Підсумовуючи викладене слід зазначити, що обидва підходи (техно- і людиноорієнтований) можуть взаємодоповнювати один одного. Проте для обґрунтованих управлінських рішень показники людиноорієнтованого мають бути трансформовані в технічні показники планів дій управлінських структур [2].

Одним із основних показників його оцінки є індекс людського розвитку, який тісно корелює із здійсненням управлінських функцій на засадах сталого та збалансованого соціально-економічного розвитку територіальних громад. Перспективою в питаннях управління комунальною власністю територіальних громад має стати формування нової концепції її розвитку на основі прийняття закону про комунальну власність.

Література

1. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 року №280/97-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР). - 1997. - №24. - С. 170.
2. Рубцов В. П. Про ще одну можливість участі громади у контролі й управлінні / В. П. Рубцов // Роль громадських організацій та інших неурядових структур у становленні та розвитку місцевого самоврядування в Україні : наук.-практ. посіб. / за ред. В. В. Кравченка. – К.: Атіка, 2003. – С. 123-128.
3. Куценко В. І. Соціальна сфера : реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики) : монографія / В. І. Куценко. - Ніжин: ТОВ «Видавництво Аспект-Поліграф», 2008. – 818 с.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Теорією та практикою регіонального управління визнано, що туризм у сучасній регіональній економіці став одним із важливих її секторів, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у місцевий бюджет, розвиток регіону та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. Успішна діяльність і динамічний розвиток кожної організації, незалежно від її форми власності та галузевої приналежності, залежить від ефективної системи менеджменту. Не є винятком і підприємства рекреаційно-туристичної галузі, яка є пріоритетною складовою розвитку економіки України.

Сучасна економіка туризму вивчається вченими М.І. Долішнім, В. С. Кравцівим, В. І. Мацолою, Л. М. Томаневич, Н. Є. Кудлою, Кіптенко В. К. та іншими. Однак, на нашу думку, у дослідженнях вітчизняних вчених не достатньо уваги приділяється питанням управління персоналом у рекреаційно-туристичній галузі.

Метою даної статті є обґрунтування ролі управління персоналом у забезпеченні ефективності роботи підприємств туристичної галузі.

Сьогодні підвищення ефективності розвитку рекреаційно-туристичної галузі в цілому напряму пов'язують з можливостями та якостями персоналу, який залучений до роботи в ній, рівнем його фахової культури, здатності до системного поповнення та оновлення знань, вміння бути конкурентоспроможним. Це пояснюється цільовим призначенням рекреаційно-туристичної сфери: обслуговування людей, задоволення їх запитів та врахування інтересів, за рахунок чого – отримання прибутків і розвиток галузі [1].

Головне завдання кадрової роботи сьогодні – пошук і залучення якісних працівників, створення умов для повного розкриття їх потенціалу. Управління персоналом за змістом набагато ширше, ніж просте вирішення кадрових проблем. Воно орієнтується на визначення майбутніх потреб і розвиток потенціалу працівника, а також на усвідомлення кожним працівником власних завдань, створення сприятливого трудового клімату, мотивуючого персоналу на досягнення поставлених цілей.

Мета управління персоналом в рекреаційно-туристичній галузі полягає в тому, щоб мотивувати працівників на надання клієнтам якісного обслуговування. А це неможливо без відповідної координації дій персоналу, мотивації і формування корпоративної культури, що підвищує лояльність споживачів до туристичної організації.

Обслуговування клієнта – це надійне надання клієнтові благ і послуг в узгодженому часі й місці, відповідно до сподівань клієнта. Це є сукупністю дій окремих складових ланок суб'єкта господарювання, який бере участь у наданні благ і послуг відповідно до сподівань клієнта і забезпечує при цьому реалізацію цілей фірми.

Здійснення сподівань клієнта повинно бути однією з головних цілей фірми з надання послуг. Надзвичайно важливу роль у підвищенні якості на підприємстві відіграє персонал фірми, який безпосередньо обслуговує покупців, додатковий персонал і керівництво підприємства [2].

Управління персоналом, у туристично-рекреаційній сфері повинно передбачити комплексний цілеспрямований вплив на колектив з метою забезпечення оптимальних умов для творчої, ініціативної, свідомої праці окремих працівників, спрямованої на досягнення цілей підприємства.

Важливим чинником підвищення ефективності управління персоналом є розвиток теорії управління, внаслідок якого формується цілісне бачення менеджменту персоналу; розуміння ролі особистості у забезпеченні ефективної роботи організації; підвищується аналітична обґрунтованість рішень щодо використання туристичних ресурсів.

Безпосередній підбір персоналу розглядається як підфункція управління, яка реалізується щодо особистості і ґрунтується на критеріях, що охоплюють норми поведінки й характеристики професійних навичок, котрі відповідають певній вакансії. Завданням персоналу рекреаційно-туристичної галузі є надання того, що потрібно туристу: гідного обслуговування, виняткової атмосфери, спокою, дружнього та приємного ставлення, а найважливіше – гостинності. Важливою є готовність до надання допомоги, яка проявляється в уважному ставленні до гостя, а також у пропозиції додаткових послуг. Створення високих стандартів послуг є одним із способів пошуку нових та збереження існуючих клієнтів.

Отже, рекреаційно-туристична галузь є специфічною формою діяльності людей, якою обов'язково потрібно управляти. Добре підібраний трудовий колектив туристичною компанією повинен представляти команду однодумців і партнерів, здатних усвідомлювати і реалізовувати задуми керівництва.

Результат діяльності та престижність туристичної компанії залежить від ефективного управління персоналом. Оскільки саме від професійності працівників організації, їхнього рівня обслуговування залежить збільшення клієнтової бази і відповідно рівень прибутку даної організації.

Література

1. Курочкіна А. А., Яброва О. А. Економічні проблеми регіонів та галузевих комплексів / А. А. Курочкіна, О. А. Яброва // Проблеми сучасної економіки. – 2008. - № 3. – с. 14-17

2. Томаневич Л. Про побудову організаційно-управлінської моделі в сфері туристично-рекреаційної діяльності в Україні / Л. Томаневич // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці : АНТ Лтд, 2012. – Вип. ІУ. Економічні науки .Ч.1. – С. 221-231.
3. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник. Рекомендовано МОНУ / Н. Є. Кудла. – К : Знання, 2011. – 351с.
4. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник для студентів, викладачів ВНЗ. Затверджено МОН / В. К. Кіптенко – К., 2010. – 502 с.

Мигаленюк А.В. студ.
Науковий керівник: викл. Літинська В.А.
Хмельницький національний університет

СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах зростання вагомості нових знань, новітніх досягнень науки і техніки, технологічного розвитку галузей економіки особливого значення набуває підготовка висококваліфікованих робітників. Перспективи піднесення конкурентоспроможності національної економіки стають все більш залежними від спроможності держави створити ефективну систему професійного навчання.

В той час, як у світі швидко зростають та ускладнюються вимоги до знань, професійних компетенцій, багатофункціональних вмінь, в українській системі професійного навчання загострюються протиріччя. Існуюча система професійного навчання за якісними та кількісними показниками не задовольняє не лише перспективним, а й сучасним потребам національної економіки.

Стимулювання професійного навчання робітничих кадрів передбачає розробку заходів, спрямованих на посилення мотивації як роботодавців стосовно професійного розвитку працівників, так і мотивацію робітників до підвищення рівня кваліфікації. Найбільш ефективним напрямом підвищення ефективності професійного навчання у контексті завдань модернізації економіки України виступає розвиток системи партнерства у відносинах між замовниками, виконавцями послуг і їх посередниками, знаходження прийнятної для усіх сторін варіанту відносин, заснованих на принципах рівноправності і справедливості. Залежно від ступеню державної участі у системі професійної освіти і навчання, з одного боку, та потреб соціальних партнерів і їх здібностей щодо об'єднання зусиль, з іншого боку, вирізняють три основні моделі взаємовідносин суб'єктів ринку освітніх послуг.

З урахуванням міжнародного досвіду та специфіки розвитку вітчизняного ринку праці, слід відзначити недостатню увагу з боку прийнятого Закону до проблем стимулювання роботодавців до підвищення кваліфікації робітничих кадрів. Навіть з урахуванням визначення як мети державної політики у сфері професійного розвитку працівників, що може бути забезпечено за рахунок сприяння роботодавцю в ефективному використанні праці та досягнення належного професійного рівня працівниками, дотепер відсутнє визначення конкретних механізмів цього стимулювання.

Дотепер відсутні дієві стимули для роботодавців до налагодження координаційних зв'язків з навчальними закладами, організації виробничого стажування студентів, розроблення механізмів передачі на баланс професійно-технічних навчальних закладів технологічного устаткування. Разом з тим, слід враховувати, що для роботодавців (як основних провайдерів навчання) забезпечення можливостей підвищення кваліфікації робітників, посилення інноваційного змісту освітніх програм сприятиме підвищенню конкурентоспроможності виробництва.

Посилення мотивації роботодавців до професійного навчання робітничих кадрів передбачає активізацію розвитку соціального діалогу на макро, мезо- та мікрорівнях. Залучення соціальних партнерів до організації та здійснення контролю за якістю професійного навчання може бути забезпечено на основі:

- включення умов організації та проходження навчання до колективного договору на національному, галузевому рівнях і на рівні підприємств;
- забезпечення участі в процедурі оцінювання та сертифікації знань, отриманих у ході навчального процесу;
- надання оплачуваної відпустки для підготовки та підвищення кваліфікації робітничих кадрів.

З іншого боку, необхідно мотивувати робітників до професійного розвитку. Це передбачає збільшення ролі інноваційної складової економічного розвитку, впровадження новітніх інформаційних технологій у виробничий процес, що обумовлює підвищення рівня вимог до освітніх і професійно-кваліфікаційних параметрів робочої сили.

Стимулювання робітників до підвищення рівня кваліфікації, професійного зростання з боку держави можливе за умов відтворення стимулюючої ролі заробітної плати, посилення її кореляційного зв'язку існуючим рівнем освіти. Також важливим є сприяння удосконаленню процедури надання пільгових безвідсоткових кредитів для отримання освіти (з метою забезпечення соціальних ліфтів для сімей з

невисокими рівнями доходів), а також отримання грантів, що не потребують повернення – для соціально вразливих верств населення.

Стимулювання професійного навчання робітничих кадрів з боку держави можливе на основі удосконалення існуючого порядку формування державного замовлення з підготовки робітничих кадрів, яке відзначається недостатньо ефективним використанням бюджетних коштів. Пріоритетом під час розміщення державного замовлення має бути не фактичне утримання закладів освіти державного та галузевого підпорядкування, а узгодженість структури і обсягів підготовки кадрів зі стратегією соціально-економічного розвитку держави, регіональними та галузевими програмами розвитку.

Таким чином, серед найбільш важливих напрямів стимулювання професійного навчання робітничих кадрів в Україні було виокремлено:

- удосконалення фінансового забезпечення професійного навчання;
- посилення мотивації роботодавців до професійного навчання робітничих кадрів, та працівників до професійного розвитку;
- удосконалення існуючого порядку формування державного замовлення з підготовки робітничих кадрів.

Введення в дію запропонованих шляхів стимулювання забезпечить підвищення ефективності професійного навчання робітничих кадрів, що сприятиме соціально-економічному розвитку національної економіки.

Михнюк А.О., магістр. гр. Ек13маг, Прохорова В.В., д.е.н., проф.
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

На сьогоднішній день процес глобалізації для українських підприємств є неминучим. Конкурентна боротьба стає більш жорсткою та набуває масштабів глобального характеру. Вітчизняна продукція залишається менш конкурентоспроможною як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Сучасний стан конкурентоспроможності більшості вітчизняних підприємств не дозволяє успішно конкурувати з іноземними фірмами. Вирішальним фактором успішної діяльності підприємства стає управління конкурентоспроможністю підприємства.

У результаті глобалізаційних процесів відбувається перехід від економік окремих країн до економіки міжнародного масштабу. Глобалізація ринків посилює конкуренцію між виробниками та змушує управлінців до пошуку нових шляхів підвищення та утримання рівня конкурентоспроможності організації. Конкурентоспроможність, у глобальній економіці, означає здатність зайняти найбільш вигідну позицію в постійно мінливому середовищі, що формується під впливом посилення взаємозв'язку національних економік країн світу. Також в процесі глобалізації підприємству необхідно враховувати культурні, соціальні, екологічні особливості окремо взятої країни.

Питанням вивчення конкурентоспроможності підприємств присвячено роботи багатьох вчених. Зокрема питання управління конкурентоспроможністю підприємства досліджували С.М. Клименко [1], Л.В. Балабанова [2], О.І. Драган [3].

Науковці по-різному трактують визначення поняття управління конкурентоспроможністю підприємства. Під управлінням конкурентоспроможністю підприємства С.М.Клименко розглядає сукупність заходів по систематичному вдосконаленню виробу, пошуку нових каналів його збуту [1]. На думку Л. В. Балабанової управління конкурентоспроможністю визначається як сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг [2].

На конкурентоспроможність підприємства серйозний вплив здійснюють ті фактори, сили, суб'єкти позитивної дії, які надають підприємству конкурентні переваги і які потрібно підтримувати й підсилювати, основними з яких є: персонал, виробництво та продукція [3]. Фактори конкурентоспроможності та основні шляхи їх підвищення зображено на рис. 1.

Згідно з сучасними концепціями управління особливу увагу необхідно приділяти людським ресурсам як ключовому елементу продуктивності та конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність персоналу розглядається як на рівні окремого робітника, так і на рівні керівника, а саме його управлінського потенціалу: умінням управляти колективом для досягнення поставлених цілей, умінням раціонально розподіляти виробничі ресурси, правильно використовувати наявний потенціал підприємства, аналізувати слабкі та сильні сторони організації, досліджувати ринкове середовище. Підвищення конкурентоспроможності персоналу досягається шляхом покращання умов праці, підвищення кваліфікації, наданням стимулів, створенням сприятливого психологічного клімату та ін.



Рис. 1. Фактори конкурентоспроможності та основні шляхи їх підвищення

Конкурентоспроможність виробництва розглядається як здатність виробництва випускати конкурентоспроможну продукцію. Досягається шляхом використання у виробництві прогресивних технологій, своєчасним відновленням фондів, впровадженням інноваційної політики у виробництво, проведенням науково-дослідних конструкторських робіт та ін.

Конкурентоспроможність продукції розглядається як перевага у порівнянні з яким-небудь іншим товаром (аналогом чи замінником). Досягається покращанням якості продукції, її технічних параметрів, розширенням асортименту, створенням іміджу, проведенням рекламних заходів, створенням більш оригінального виробу, розробленням принципово нового виду продукції, що немає аналогів.

Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності повинна здійснюватися робота в усіх напрямках та в усіх сферах діяльності, використовуючи наявний потенціал. Усі фактори мають доповнювати один одного і бути спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Організація також має враховувати особливості ринку тієї країни, на якому планує випускати свою продукцію.

Література

1. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М.Клименко, О. С. Дуброва, Д. О.Барабась – К.:КНЕУ, 2006. – 527с.
2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга. Монография./ Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія./ О.І. Драган – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.

Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Грищенко М.М., студ.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УКРАЇНСЬКІ АВІАКОРИДОРИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ

Сьогодні ми можемо відзначити постійне зростання популярності авіаперевезень у світі та збільшення масштабів роботи авіакомпаній, а отже і збільшення числа авіаційних маршрутів. Авіаперевезення виконують більше однієї третини всіх перевезень міжнародних туристів у світі. Нині обслуговування пасажирів на міжнародних авіалініях здійснюють понад 400 авіакомпаній.

Аналіз попередніх досліджень. Діяльність авіакомпаній на авіатранспортному ринку України в останні роки висвітлювалася фахівцями Державної авіаційної адміністрації України, у роботах провідних вітчизняних науковців у галузі економіки та цивільної авіації Ю.Ф.Клюєва, Л.М.Конової[1], а також незалежними експертами українських авіа-видань Avianews.com.ua. Проте бракує досліджень впливу авіаперевезень на розвиток туризму.

Метою дослідження є аналіз впливу діяльності українських авіакоридорів на розвиток туризму в Європі, що дозволить зрозуміти підвищену зацікавленість ЄС у прискоренні інтеграції в авіаційній сфері.

Повітряний (авіаційний) коридор – це обмежена по ширині (іноді й по висоті) смуга повітряного простору для польоту літальних апаратів. Він устанавлюється в районах з особливим режимом польотів

(для перетинання державного кордону, забезпечення безпеки польотів у зонах аеродромів, авіаузлів з високою інтенсивністю польотів). Повітряний коридор може бути з однібічним або двобічним рухом.

Авіаційні коридори обладнуються радіотехнічними й іншими засобами навігації, контролю й керування повітряним рухом. Ширина його залежить від місцевих умов, висоти польоту й типу літальних апаратів і звичайно становить 5-20 км (в обидва боки від осі коридору). Він з'єднує між собою два райони або контрольні зони аеропортів; на внутрішніх лініях коридор має ширину 10 км, на міжнародних – 20 км.

Відповідно до Повітряного Кодексу України від 4 травня 1993 року, повітряний коридор є частиною повітряної траси. Повітряна траса – це диспетчерський район або його частина, що являє собою коридор у повітряному просторі, обмежений за висотою та шириною, призначений для безпечного виконання польотів повітряними суднами і забезпечений аеродромами, засобами навігації, контролю та управління повітряним рухом.

Процедури організації потоків повітряного руху використовуються для організації безпечного, впорядкованого та прискореного потоку повітряного руху й забезпечення максимального використання пропускнуої спроможності системи управління повітряним рухом відповідно до міжнародних стандартів та рекомендованої практики ICAO та згідно з Правилами організації потоків повітряного руху, затвердженими наказом Державіаслужби України від 19 липня 2005 № 522[3].

Європа – один з найважливіших фінансових, торгових, туристських центрів світу. Це найбільш важлива у туристичному відношенні територія земної кулі. Тут знаходяться і найбільш відвідувані туристами держави. Європа дуже різноманітна за природними особливостями території. Масштаб Європи, кількість держав, природні і кліматичні пояси, різноманітний рельєф цієї частини світу, стародавня архітектура, пам'ятки давніх культур дозволяють розвивати різні види туризму (діловий, науковий, спортивний, освітній).

Зовнішнім оточенням по відношенню до системи європейського повітряного транспорту є загальна система міжнародних економічних відносин, створюючи складну і неоднорідну всесвітню систему, яка в умовах глибоких змін від співвідношення сил на європейській арені робить взаємно направлений вплив і на розвиток системи повітряного транспорту в Європі.

Цивільна авіація за допомогою складних взаємозв'язків з іншими галузями економіки сприяє економічному розвитку націй і користується плодами такого розвитку. З підвищенням рівня прибутку і виробництва розширюється попит на авіаційні види обслуговування; в той же час, сприяючи розвитку туризму, торгівлі і трудової зайнятості, авіація стає важливим інструментом економічного розвитку. Крім того, повітряний транспорт приносить і непрямі вигоди, сприяючи розширенню міжнародних контактів і взаєморозуміння.

Через все зростаючу роль повітряного транспорту в економічному розвитку країн Європи важливо враховувати ті вигоди економічного і соціального характеру, які може запропонувати ефективна система повітряного транспорту, і забезпечити належну оцінку майбутніх потреб в області повітряного транспорту разом з відповідними фінансовими і людськими ресурсами.

Як відомо, більша частина українського авіаринку поділена між двома великими компаніями – Міжнародні авіалінії України (МАУ) і Аеросвіт. Натомість, якщо переліт відбувається в межах Євросоюзу, то варіантів було б набагато більше. Крім того, окрім «авіамонстрів» – великих корпорацій, таких як Air France, KLM, Luft Hansa, Аерофлот, British Airways, American Airlines, Iberia та інших, є і так звані лоукости (від англійського «low cost» – низька ціна). Ці компанії пропонують набагато дешевші квитки, щоправда, пасажирам відмовляють у наданні деяких послуг – наприклад, безкоштовного харчування на борту, встановлюють дуже велику плату за надлишковий багаж[2]. Ціни на квитки лоукостів залежать від того, коли вони купуються – чим раніше, тим вони дешевші. Єдине, на чому лоукости не економлять, – це безпека польотів.

До останнього часу такі компанії були відсутні в Україні. Нещодавно на вітчизняному ринку з'явився перший лоукост – компанія Wizz Air[4]. Ця компанія спеціалізується на рейсах із міст східної Європи. З її приходом на український ринок українці нарешті змогли відчути радість польотів літаком, та й не лише українці. Так, громадяни сусідніх країн (Молдови, Білорусі, Росії) віддають переваги саме українському авіатранспорту. Вони отримують з цього економічну вигоду. Адже їм дешевше приїхати в Україну автобусом і вже з України летіти літаком до пункту дестинації. Тому що, переліт коштуватиме дешевше навіть з урахуванням вартості проїзду автобусом.

Перелік авіакомпаній, які здійснюють перевезення в Україну та з України, а також транзитні перевезення територією України, налічує понад 60 іноземних та 24 українські авіакомпанії. Це пояснюється вигідним географічним положенням України та відсутністю паливного збору. Це робить послуги авіаперевезення доступнішими для потенційних пасажирів і збільшує рівень попиту та пропозиції авіаперевізників.

Отже, українські авіакоридори відіграють важливу роль у розвитку туризму в Європі, оскільки вони є основним місцем об'єднання Західної та Східної Європи. Окрім того, низька ціна авіаквитків, які пропонують українські авіалінії та відсутність паливного збору робить поїздку економічно вигіднішою для потенційних туристів. Потрібно зауважити, що привабливими в Україні є не лише ціни на

авіаквитки, й туристський потенціал. Тому, пасажирів, які мають тривалі зупинки у своєму маршруті, зможуть оглянути туристські принади України під час своєї подорожі до пункту призначення.

Література

1. Кононова Л.М. Оцінка конкурентоздатності авіакомпаній на авіатранспортному ринку України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. : спец. 08.07.04 «Оцінка конкурентоздатності авіакомпаній на авіатранспортному ринку України» / Л.М. Кононова. – К., 2002. – 17с.
2. Найдешевші авіакомпанії Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.avianews.com.ua/2012/02/06/aviacompanii_euro/
3. Повітряний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3167-12>
4. Wizz Air [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wizzair.com/uk-UA/Search>

Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Кошман Ю.С., студ.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВНУТРІШНІ І ЗОВНІШНІ СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Круїзний ринок являє собою цілісну систему, елементи якої тісно взаємодіють між собою. Крім того, така система не здатна функціонувати відокремлено від інших ринків. Зовнішнє середовище суттєво впливає на кон'юнктуру та ресурсне забезпечення круїзного ринку, формує можливості подальшого розвитку круїзного ринку.

Вивченням сутності круїзного туризму та його місця в міжнародному туризмі, географію круїзних маршрутів займалися Олександрова А.Ю., Біржаков М.Б., Долматов Г.М., Надточій В.Г. Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в світі та в Україні вивчали Данчик М.М., Кізілова Є.Ю., Тіщенко Є.А. Інформація про розвиток круїзного туризму в окремих туристських регіонах і зокрема, в Україні представлена статтями, фотографіями та в Інтернет ресурсах, але є фрагментарною.

Відтак, метою дослідження є виявлення тенденції та окреслення перспектив розвитку круїзного туризму в Україні.

Круїзний туризм розглядається нами як вид туризму, який характеризується економічними відносинами суб'єктів діяльності: надання турпослуги, який представлений туристським підприємством, що володіє рядом необхідних засобів для створення та реалізації турпослуги – круїзу, та супутніх установ, які обслуговують туристську сферу; споживачем турпослуги та державним апаратом, який регулює діяльність надання та споживання нормативно-правою базою, міжнародними актами та під впливом міжнародних організацій.

Чорне море за своїм географічним положенням не є транзитним, отже, для того, щоб виділитися у самостійний напрям для масового круїзного туризму, не менше п'яти портів повинні мати інфраструктуру, здатну обслуговувати судна довжиною понад 300 м. Сьогодні таку інфраструктуру мають два чорноморські порти – Одеса (Україна) та Констанца (Румунія).

На даний момент здійснюється модернізація потужностей з прийому пасажирів у портах Бургас (Болгарія), Сочі (Росія) та Батумі (Грузія), після завершення якої Чорноморський регіон може заявити про себе як про круїзний напрям для суден масового сегменту [3].

Конкурентні переваги чорноморського регіону у розвитку в'їзного туризму можуть забезпечуватись позиціонуванням портів на міжнародному круїзному ринку у якості нішових. Для обслуговування суден нішового сектору підходять 16 портів Чорного моря: Одеса, Євпаторія, Ялта, Севастополь, Феодосія, Керч (Україна), Бургас, Несебр, Варна (Болгарія), Констанца (Румунія), Новоросійськ, Сочі (Росія), Батумі (Грузія), Трабзон, Самсун, Синоп (Туреччина)[1].

До конкурентних переваг чорноморського регіону з позицій круїзного судноплавства належать:

- можливість відвідати протягом одного круїзу декілька країн;
- рівновіддаленість портів, що дозволяє здійснювати комфортабельні нічні переходи;
- розташування пасажирських портів у безпосередній близькості від центра міста у більшості портів Чорного моря;

- наявність на території міст відвідання значної кількості пам'яток архітектури та містобудування (зокрема, на території Одеської області та Автономної Республіки Крим);

- розгалужена транспортна мережа;
- розвинена індустрія розваг та дозвілля;
- наявність облаштованих місць для пляжного відпочинку та рекреації туристів круїзних маршрутів.

Стимулюючими факторами розвитку в'їзного круїзного туризму в регіоні є наступні:

- географічне розташування, зокрема, «нетранзитність» Чорного моря, що ставить чорноморський круїзний туризм у залежність від круїзного туризму Середземного моря з його чітко визначеною сезонністю: «піками» активності навесні та восени, та майже повною відсутністю потоку туристів у червні та серпні;

- короткий сезон круїзного туризму, який триває 7 місяців (квітень – серпень) внаслідок

несприятливих погодних умов в осінньо-зимовий період (штормів, ожеледі);

- існуючі обмеження для проходження суден через протоку Босфор, що дозволяє проходити суднам довжиною не більше 300 м.

На даний момент у Чорному морі розвивається, переважно, в'їзний круїзний туризм, темпи розвитку якого значно поступаються темпам розвитку Середземноморського круїзного напрямку, на якому за 2011-2012 роки обсяг круїзних перевезень збільшився на 17,6 % [2].

Серед позитивних тенденцій розвитку круїзного туризму слід відзначити організацію з 2008 р. кругових круїзів по Чорному та Середземному морям круїзів компанією «MSC» зі зміною пасажирів на базі Одеського морського торговельного порту. В лютому 2012 р. був підписаний протокол про наміри з однією з провідних круїзних компаній Royal Caribbean International щодо створення в портах Ялта та Севастополь двох круїзних терміналів[4].

Одеська область має потужний потенціал для розвитку та просування на внутрішньому і міжнародному ринках туристських послуг таких видів туризму як круїзний та яхтовий. На її території діє сім портів, з яких три, маючи відповідну інфраструктуру, спроможні приймати пасажирські круїзні судна (порти міст Одеса, Рені та Ізмаїл).

Пасажирський комплекс Одеського морського торговельного порту, який є другим за величиною і значущістю портом Чорного моря, здатний одночасно приймати на причалах довжиною 1370 метрів п'ять теплоходів, з пропускною спроможністю до 4 млн. туристів на рік. Глибина моря поблизу причалів варіюється від 9,5 до 11,5 м. Фарватер і портові споруди дозволяють приймати теплоходи завдовжки до 275 метрів. А в серпні 2010 року було урочисто відкрито причал №16, довжина якого складає 290 метрів - на сьогодні це найбільший причал на Чорному морі, що дозволить Одеському морвокзалу приймати судна до 330 метрів довжиною [3].

Одеса з кожним роком стає все більш привабливою для іноземних круїзних туристів, що підтверджується стабільною динамікою зростання суднозаходів круїзних суден в Одеський порт і збільшенням пасажирообігу. Так, у 2001 році іноземними круїзними суднами було здійснено 21 суднозаход і пасажирообіг склав 94,2 тис. осіб, а у 2011 році - 74 суднозаходи, пасажирообіг склав 133,0 тис. осіб [3].

Отже, зовнішнє і внутрішнє середовище відіграє важливу роль в процесі розвитку вітчизняного круїзного ринку. Значна кількість конкурентних переваг чорноморського регіону дає можливість говорити про вихід на міжнародний ринок послуг. Серед позитивних тенденцій розвитку круїзного туризму слід відзначити організацію співпраці з міжнародною компанією «MSC» з 2008 р. по Чорному та Середземному морям, розвиток Одеського морського регіону як центру не тільки круїзного, а й яхтового туризму.

Література

1. Порты Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portsukraine.com/navigation?page=2>
2. Міністерство інфраструктури України . Адміністрація морських портів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uspa.gov.ua/tu/>
3. Туристичний сайт Одеської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://touregion.od.ua/>

Міщенко Т.М., к.пед.н., доц., Сапатрило В.В., студ.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФРАНЧАЙЗИНГ В ТУРИСТСЬКІЙ ІНДУСТРІЇ

На сучасному етапі розвитку України серед усіх видів договірних відносин, заснованих на передачі виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, франчайзинг вважається найбільш перспективним та ефективним способом ведення бізнесу. Франчайзинг є одним із доступних і досить гідних шляхів «розкручення» торгівельної марки і підвищення прибутку, але разом із тим доволі ризикованим. Тому необхідність вивчення даного питання визначає актуальність аналізу франчайзингу як способу ведення бізнесу.

Дослідженню франчайзингу в економічній літературі приділяється неабияка увага. Серед вітчизняних вчених, що вивчають дану тематику можна віднести Д. Лук'яненко, Є. Панченко, Я. Галата, І.Заговорич, М. Бедринець. Зарубіжний досвід франчайзингу викладено в працях Дж. Хейза, Р. Галагера.

Метою статті є дослідження франчайзингу як альтернативного способу започаткування підприємницької діяльності, особливо в туризмі.

Термін "франчайзинг" (англ. franchising) походить від французького слова franchise, що означає "пільга, привілей, право участі".

Існує низка тлумачень цього терміна. Така різноманітність значною мірою зумовлена притаманністю франчайзинговим відносинам окремих характерних рис інших видів економічного співробітництва.

У проекті Закону України "Про франчайзинг" від 08.11.2001 р. № 8241 поняття франчайзинг визначається як підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правовласник)

зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Залежно від того, на якій стадії готовності продукція передається франчайзером для франчайзі з метою подальшої її реалізації, виділяють такі три види франчайзингу:

1) товарний (інші назви – торговий, збутовий) – торгова фірма отримує лише право використовувати назву іншої фірми та її товарний знак, право на продаж готового товару;

2) виробничий (промисловий) – придбання ліцензії на продаж (виробництво) в межах суворо обмеженої території певних видів продукції під товарним знаком виробника;

3) діловий (бізнес-формат) – передбачає комплексне забезпечення бізнесу франчайзі, що охоплює право на використання імені франчайзера, ліцензію на продаж товарів (надання послуг), навчання методів оперативного управління бізнесом[2].

Незважаючи на понад 10-літню практику франчайзингу в Україні, такого слова в законодавстві країни ще не існує. Є поняття "комерційна концесія", яку можна вважати певним аналогом франчайзингу [1]. В цивільному кодексі цьому питанню присвячено декілька глав кодексу. Але все ж таки існує проект Закону України "Про франчайзинг". Його було зареєстровано у Секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241. Тоді була восьма сесія Верховної Ради України III скликання. Суб'єктами законодавчої ініціативи був Кабінет Міністрів України.

Як і будь-який інший спосіб ведення бізнесу, франчайзинг має свої переваги і вади. Феномен широкого розповсюдження і швидкого розвитку франчайзингу полягає, по-перше, у взаємній вигоді як для франчайзера, так і для франчайзі, і, по-друге, у зниженні оподаткування.

Переваги франчайзингу для франчайзера загалом полягають у можливості останнього розширювати межі визнання власної торговельної марки та забезпечувати розвиток підприємницької діяльності за рахунок коштів і зусиль інших суб'єктів господарювання.

Більшість негативів франчайзингових відносин пов'язані із загрозою невідповідності дій одного з учасників франчайзингових відносин очікуванням іншого, а отже, франчайзинг може бути надзвичайно ефективною формою організації бізнесу для суб'єктів підприємницької діяльності лише за умови правильного вибору ними свого партнера по франчайзингу (іншого учасника франчайзингових відносин).

В туризмі найбільш поширеним є діловий франчайзинг. Серед найбільш популярних туроператорів, що пропонують співпрацю на основі договору франчайзингу, є СОНАТА, Join UP, TUI та Tez Tour (табл. 1).

Таблиця 1

Каталог франшиз основних туроператорів

Туроператор	Передбачувана сума інвестицій	Підтримка для франчайзі
1	2	3
СОНАТА	Паушальний внесок: \$1500 (Київ - \$ 2000) Роялті: \$ 150 щомісяця (Київ - \$ 200) Інвестиції: від \$ 1000.	Юридична консультація з питань відкриття офісу й подальше супроводження діяльності франчайзі; доступ до спеціалізованих систем on-line бронювання турів, готелів, круїзів, оренди автомобілів; розроблені фахівцями СА«СОНАТА» методичні посібники з техніки продажів і правил роботи в Мережі; надання брендбуку, розробленого стилістичного оформлення офісу та рекламних матеріалів; надання світлової вивіски і таблички; корпоративний персоналізований сайт; організація та участь співробітників франчайзингових офісів у рекламних турах; можливість постійно підвищувати кваліфікацію співробітників на семінарах і тренінгах із залученням провідних фахівців з фінансових, технологічних, управлінських, кадрових та юридичних питань; розміщення контактів франчайзі на сайтах спеціалізованих проектів СА «СОНАТА»; надання персонального сайту.
Join UP	Вартість франшизи: 16.000 грн. Інвестиції: від 25.000 до 50.000 грн. Роялті: від 800 грн до 2.000 грн.	Унікальний турпродукт від туроператора Join UP! для туристів, що продається тільки в мережі турагентств Join UP & Enjoy; підвищена комісія за списком із пріоритетних туроператорів. Надання рекламної продукції та атрибутики; проведення тренінгів, семінарів та вебінарів для агентств мережі; безкоштовна участь співробітників франчайзингових агентств у рекламних турах; юридична і бухгалтерська підтримка; розробка та впровадження мережових і локальних акцій для агентств.

1	2	3
Tez Tour	Паушальний внесок від \$ 5000 до \$ 7000 Інвестиції \$ 8.000	Переваги відомого бренду; продуктна лінія; велика рекламна кампанія (реклама в ЗМІ, на радіо, на телебаченні, в Інтернет; зовнішня реклама); Інтернет (Інтернет сайт; корпоративний e-mail); комунікації (колл центр, корпоративні мобільні номери, корпоративний ІМ); управління продажами (кураторський центральний офіс, програмне забезпечення «до продажу», програмне забезпечення «після продажу», програмне забезпечення для бухгалтерії); кадри (рекрутинг, кадрові питання, табельний облік, навчальний центр); юридична консультація; робота з рекламаціями.
TUI	від \$5.000 до \$10.000	Готовий туристичний бізнес - ідеальний варіант для «новачків» та фахівців в туристичному бізнесі; лідируючий міжнародний бренд - TUI; робота з кращими туроператорами; якісний турпродукт; рекламний бюджет, спрямований на популяризацію бренду TUI; вигідні фінансові умови; підвищення кваліфікації персоналу; програми лояльності для клієнтів: CRM-програма, гаряча лінія і центр підтримки клієнтів 24/7; захищеність території; закріплення куратора за кожним офісом - підтримка 7 днів на тиждень; спеціальний пакет для нових партнерів.

Отже, на сьогоднішній день франчайзинг є досить популярним способом ведення бізнесу, незважаючи на те, що законодавча база України, що регулює основні питання франчайзингу, є недосконалою. В свою чергу провідні туроператори на ринку України активно розширюють свій бізнес за допомогою франчайзингу.

Література

1. Опейда З. Правові питання державної реєстрації договору комерційної концесії // Правничий часопис Донецького університету. – 2009. – №1/2. – С. 109–115
2. Сідун О. Я. Франчайзинг, як особлива форма здійснення підприємницької діяльності/ Науковий вісник Мукачівського технологічного університету : 36. наук. пр. № 2.– Мукачєво : Видавництво Мукачівського технологічного інституту, 2006. – С. 89-96

Мороз К. Д., студ. гр. УПЕП-10-1

Науковий керівник: д.е.н., проф. Ведерніков М. Д.

Хмельницький національний університет

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що за сучасних кризових умов в Україні саме персонал компаній може стати тим рушійним інструментом, який допоможе компаніям пережити кризу, а можливо навіть і вийти на новий більш якісний рівень господарювання. За таких умов необхідний розвиток персоналу і, як показує практика найрозвинутіших країн світу, саме корпоративна соціальна відповідальність якнайкраще забезпечує цей розвиток.

Вивченням впливу корпоративної соціальної відповідальності на розвиток персоналу та компанії займалися такі вчені як О. Лазаренко, С. Куц, Л. Корчєнова, Н. Яресько, Т. Топчій, Є. Мороз та багато інших, проте в Україні корпоративна соціальна відповідальність лише недавно розпочала свій розвиток, тому дане питання ще не достатньо вивчене і потребує подальших досліджень.

Мета даної публікації – показати як в сучасних ринкових умовах залучення співробітників у соціальні проекти може служити розвитку персоналу, а як наслідок розвитку компанії.

У сучасних умовах господарювання все більшого значення набуває соціальна відповідальність бізнесу, адже світова спільнота надає дедалі більшого значення веденню бізнесу з користю для суспільства. Ведення соціально відповідального бізнесу забезпечує не лише сталий розвиток підприємства, але й розвиток його персоналу [1].

Як показують опитування для працівників дедалі більшого значення набувають компанії, які ведуть соціально відповідальний бізнес, оскільки такі компанії не лише турбуються про довкілля та суспільство, а в першу чергу відкривають свою звітність перед суспільством, що забезпечує їх прозору діяльність. Саме це на думку опитуваних працівників викликає у них відчуття гордості за приналежність до даної

компанії, що з погляду мотивації праці є однією з мотиваційних основ підвищення продуктивності праці.

Корпоративна соціальна відповідальність дає персоналу можливість розвиватися, оскільки працівники компанії залучаються до волонтерських, освітніх, філантропічних, фінансових проєктів, а також партнерські проєкти з владою вони мають можливість розвиватися як в професійному так і духовному плані. Так, наприклад, така компанія як Ernst & Young залучає своїх працівників до освітніх програм, що вимагає від них відповідних знань та розвитку в професійному плані, адже їм необхідно відповідати іміджеві компанії [2].

Залучення персоналу до волонтерських програм допомагає їм відчувати себе однією по справжньому згуртованою командою, що допомагає зняти напруження в колективі та відкрити нові можливості для роботи. Беручи участь у волонтерських програмах персонал спілкується з різноманітними людьми, що розширює їх кругозір та допомагає поглянути на певні проблеми з іншої точки зору.

Впровадження заходів спрямованих на розвиток персоналу означає здоров'я та безпеку робочого місця, мотивацію персоналу, гнучкий графік роботи, кращі умови праці, навчання та розвиток, рівне ставлення, різноманітність робочого процесу, баланс між режимами праці та відпочинку, прозора та справедлива система матеріального стимулювання, а також захищеність працівників [3].

Для компанії ведення соціально відповідального бізнесу означає те, що її персонал більш мотивований до праці та насамперед до саморозвитку та розвитку в межах компанії. Ще одним позитивним моментом є те, що в таких компаніях у працівників збільшується довіра до керівництва, що допомагає подоланню конфліктності трудових відносин в компанії.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність вже давно стала одним із пріоритетів у веденні бізнесу у більшості країн світу, проте, на жаль, в Україні таке ведення бізнесу розпочалось не так давно, тому в більшості компаній існують застарілі еталони мислення про ведення бізнесу, що й призводить до занепаду компаній. Саме тому необхідно впроваджувати соціально відповідальне ведення бізнесу, що забезпечить не лише розвиток персоналу та компанії загалом, але й допоможе відновити довіру до бізнесу з боку суспільства.

Література

1. 1 Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – К.: Видавництво „Енергія”, 2008 – 96 с.
2. 2 Ernst & Young Україна [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.ey.com/UA/uk/Home>
3. Буян О. А. Корпоративна та соціальна відповідальність як стратегія конкурентно-спроможності для малих та середніх підприємств [Електронний ресурс] / О. А. Буян // Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_54.pdf

Нагорна О.В., студ., Волянська-Савчук Л.В., ст. викл.
Хмельницький національний університет

ВПЛИВ КРИЗИ НА КАДРОВУ ПОЛІТИКУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найважливіших проблем на сучасному етапі розвитку економіки більшості країн світу є проблема у сфері кадрової політики.

В останній час актуальність даної теми зростає з кожним днем. Кадрова політика – це генеральний напрямок кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму по обробці цілей, завдань, спрямованих на збереження зміцнення і розвиток кадрового потенціалу на створення відповідального і високопродуктивного згуртованого колективу здатного своєчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з врахуванням стратегії розвитку організації[2].

При вивченні кадрових процесів в організації, що знаходиться в умовах кризи, на сьогоднішній день прийнято виділяти такі основні завдання, як визначення розвитку прогресивності системи управління персоналом; виявлення так званих "Проблемних ділянок", тобто явищ, що уповільнюють успішний розвиток підприємства; оцінка адаптивних можливостей колективу і його готовності до змін. Додатково збираються статистичні кількісні дані: витрати на персонал (загальні і їх частка на робочу силу в обсязі собівартості виробленої продукції); статистичні дані по характеристикам сукупної робочої сили на підприємстві; показники продуктивності праці і т. д.[1].

В умовах кризи, при нестачі матеріальних, кадрових і часових ресурсів детальна оцінка організації може здатися неможливою. Проблема мінімізації діагностичної процедури створила безліч підходів до вибору методу оцінки.

Найчастіше вибирається 3 методи діагностики на підприємстві:

- метод інтерв'ю;
- анкетні опитування і огляди;
- аналіз зовнішньої інформації;

Проблема формування, розвитку та раціонального використання трудових ресурсів є однією з найбільш важливих для підприємства будь-якої форми власності. В період економічних перетворень, що відбуваються в нашій країні, високої актуальності набула необхідність формування кадрової політики,

відповідної ринковим умовам господарювання яка сприяє адаптації персоналу до зміни характеру взаємин у процесі трудової діяльності.

Цілі, на досягнення яких спрямована кадрова політика [3]:

- забезпечення високого професіоналізму при здійсненні управлінського та технологічного процесу на основі ефективного використання інтелектуально-кадрового потенціалу за допомогою розстановки на всіх ділянках трудової діяльності кваліфікованих, активно діючих працівників;

- створення сприятливих умов для реалізації членами трудового колективу своїх здібностей і досягнення ними високого творчого потенціалу за рахунок стимулювання професійного зростання і службового просування.

При формуванні кадрової політики необхідно враховувати, що в сучасних умовах вона повинна бути достатньо гнучкою, тобто, з одного боку, стабільною, оскільки саме зі стабільністю зв'язані певні очікування працівників, з іншого боку - динамічною, тобто коректуватися відповідно до змін, які не вдалося передбачити [2].

Отже, імпульсом до формуванню нової кадрової політики в умовах кризи виступає виявлення невідповідності між характеристиками людських ресурсів підприємства, організаційної культури і тим рівнем, на якому вони повинні знаходитися в зв'язку зі зміною зовнішнього або внутрішнього середовища підприємства, яке виявляється неможливо усунути, спираючись на наявну політику, колишніми, традиційними методами.

Література

1. Ледаєв С. Управління персоналом в умовах кризи.// Управління персоналом.- 2008. – 263 с.
2. Сутність кадрової політики [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://uchil.net>.
3. Симонова І., Зазовская Н.М. Стратегічні аспекти управління персоналом: Учеб. посібник. М.: РГУ нафти і газу ім. І.М. Губкіна. 2007.

Несевра А.І., студ.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О. А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕМІГРАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ В УКРАЇНІ

Визначальними ознаками сучасного соціально-економічного розвитку є глобалізація та інтелектуалізація, характер і швидкість яких надають нового вигляду моделі світу та місцю в ній окремих держав, включаючи і Україну. Це означає боротьбу країн за єдиний, поки що нерозподілений ресурс – людський інтелект. З розвитком науково-технічного прогресу, знання стають домінуючою формою суспільного багатства, а також основою інтелектуального та соціального капіталу країни [2, с. 1].

Значну увагу слід приділити саме рівню інтелектуальної компетентності вітчизняних економістів, адже від нього значною мірою залежить утвердження інноваційної моделі економічного зростання в Україні. Саме тому значної актуальності набуває дослідження особливостей явища інтелектуальної еміграції економістів в Україні та його наслідків.

Інтелектуальна міграція – це переміщення в міждержавному просторі осіб, які займаються розумовою діяльністю, створюють матеріальні та духовні цінності внаслідок інтелектуальної діяльності [2, с. 2].

На нашу думку, дослідження питання інтелектуальної еміграції студентів-економістів передбачає виконання двох завдань: перше – визначення та конкретизація причин, через які молодь їде з України, друге – розробка дієвої політики, яку повинна вести держава щодо врегулювання процесів інтелектуальної трудової міграції та еміграції.

Проведене дослідження було здійснено за допомогою методу опитування в мережі Інтернет, анкета знаходиться за посиланням [1]. Вибірка становила 202 студенти-економісти 3-4 курсів бакалаврату таких ВНЗ: Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, економічний факультет (53% опитаних), Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана (25% відповідей) та Київський національний торговельно-економічний університет (22% опитаних).

У результаті проведеного дослідження нами було сформовано перелік особливостей інтелектуальної еміграції студентів-економістів в Україні:

- Більше половини (61%) опитаних студентів мають бажання емігрувати, у той же час активно готуються до поїздки за кордон лише п'ята частина опитаних;
- 2/3 частини можливих студентів-емігрантів хочуть отримати якіснішу освіту, інші, тобто третина, бажають емігрувати задля майбутнього працевлаштування та постійного проживання за кордоном;
- Половина з можливих емігрантів не збираються повертатися в Україну, що становить десяту частину від загальної кількості опитаних;
- Найбільше майбутніх емігрантів не влаштовують в Україні: значна різниця в оплаті праці на батьківщині й за кордоном (25% відповідей); труднощі, пов'язані із житловим забезпеченням молоді та

неможливість реалізувати свій людський потенціал на батьківщині (по 15%); трохи менше мотивують студентів виїжджати за кордон такі чинники як дискомфорт від загальної нестабільності в Україні, корупція влади, незахищеність від зловживань і свавілля з боку владних структур, соціально-економічна криза в Україні (по 10 %).

- Щодо еміграції, студенти-економісти надають перевагу високорозвиненим країнам заходу: США та Великобританії (24% та 19% відповідно), на третьому місці Німеччина (18 % опитаних).

Таким чином, дане питання потребує негайного створення механізмів взаємодії у сфері міжнародної інтелектуальної міграції, адекватних сучасним процесам інтернаціоналізації, глобалізації та особливостям національних процесів інтелектуальної міграції.

Одним з кроків у цьому напрямку має стати розробка на державному рівні спеціальних програм по поверненню емігрантів до України. Ми пропонуємо такі стратегії впровадження подібних програм:

- Програма використання інтелектуального потенціалу тих молодих економістів, які не виключають для себе професійні зв'язки з Україною. Налагодження з ними інформаційного контакту, у тому числі шляхом активізації можливостей Інтернету. На таку програму слід звернути увагу науково-дослідним інститутам та вищим навчальним закладам, підприємствам різних галузей, котрі можуть почерпнути з такої співпраці новітні досягнення у сфері ведення бізнесу, особливості економічної теорії, нові методи обробки економічної та статистичної інформації за кордоном.

- Основою для попередньої програми може стати створення бази даних студентів-українців, що навчаються у закордонних університетах. До роботи над створенням такої бази доцільно залучити університети, у яких попередньо навчались емігранти та самих інтелектуальних емігрантів.

З розвитком процесу глобальної інтеграції інтелектуальна еміграція стає звичним явищем і розглядається як важлива характеристика сучасних світогосподарських відносин. Здобуття освіти за кордоном свідчить про високий соціальний ресурс особи і дозволяє підвищити якість людського капіталу країни. У той же час інтелектуальна міграція економістів несе у собі і негативний ефект, пов'язаний із втратою молодих, розумних спеціалістів. Проведене дослідження показало, що п'ята частина опитаних студентів-економістів планують виїжджати за кордон, саме тому першочергової уваги з боку держави вимагає формування виваженої політики, орієнтованої на утримання та повернення інтелектуальних ресурсів до України, а також обмін знаннями з інтелектуальними емігрантами.

Література

- Анкета, використана в науковому дослідженні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://docs.google.com/forms/d/1DSPxr_5eeo4QkYmXYRXTZF1wBEZGBD_cx7NeJseaWlk/viewform.
- Грішнова О. А. Глобальний перерозподіл людського капіталу в контексті інноваційного розвитку: проблеми і напрями їх вирішення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_gum/Tpaeiv/2008/60.pdf

Нечипорук О.В., студ., Чернушкіна О.О., к.е.н., доц.
Хмельницький національний університет

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю вдосконалення системи взаємин у трудових колективах підприємств, що сприяє створенню позитивного психологічного клімату як необхідної умови підвищення продуктивності діяльності працівників.

Широке коло питань, пов'язаних з вивченням поліпшення соціально-психологічного клімату в колективі, відображено в працях вітчизняних та закордонних вчених в області організації та психології праці, серед них: Е.А. Клімов, Х.І. Лейбович, А.К. Маркова, Б.Д. Паригін, А.Ф. Шикун, К.К. Платонов, Г.В. Телятніков. Проте, малодослідженими залишаються сучасні засади формування соціально-психологічного клімату в трудовому колективі підприємства.

Метою статті є вивчення впливу соціально-психологічного клімату на діяльність працівників підприємства та розробка рекомендацій щодо його поліпшення.

На початку XXI століття, коли розвиток виробництва, використання інвестицій і високих технологій досяг своєї апогеї, прийшов час більш детально поглянути на один з найважливіших факторів - розкриття, розвиток і використання прихованого потенціалу людини. У теперішній час ця проблема усвідомлюється вченими та практиками як на теоретичному, так і на практичному рівнях.

На перший план висуваються завдання активізації працівників шляхом діагностування та застосування заходів щодо поліпшення психологічного клімату трудового колективу. Дослідження психологів і керівників виробництва показують, що відносини між працівниками прямо впливають на результати діяльності підприємства.

Отже, на наш погляд, почати варто з визначення поняття психологічного клімату трудового колективу.

Під психологічним кліматом розуміють ту емоційно-психологічну атмосферу, яка створюється

внаслідок ставлення людей до виробничого середовища (до умов праці, знарядь виробництва та інше) [1].

У житті кожного виробничого (трудоного) колективу виникає незліченна кількість ситуацій, які можуть потягти за собою певне зрушення в психологічній атмосфері. Наприклад, небажано мати «незамінних» працівників, які були б на особливому становищі в колективі, на відміну від його інших членів.

Одним з найважливіших напрямків підвищення ефективності ролі й значення людського фактора в умовах сучасного виробництва лежить у сфері оптимізації управління морально-психологічним кліматом трудового колективу.

Морально-психологічний клімат - один з найбільш значимих компонентів у структурі соціально-психологічних умов і найважливіших факторів усієї життєдіяльності трудового колективу. Висока значимість морально-психологічного клімату обумовлена, насамперед, тим, що він відтворює пануючий внутрішній стан трудового колективу, його психологічну атмосферу. А оскільки, трудова діяльність займає в нашому житті найважливіше місце й відбувається через участь кожного в спільній роботі трудового колективу, то й характеристики морально-психологічного клімату, що сформувалися в даному колективі, являють собою значиму соціально-психологічну складову способу життя кожної особистості [2].

Через морально-психологічний клімат опосередковується будь-яка діяльність колективу. При цьому, переважний психічний настрій тієї або іншої групи людей визначає не тільки внесок кожного індивіда в діяльність, але й в кінцевому варіанті - ефективність. Виходячи з цього, соціально-психологічний клімат може бути чинником мобілізації внутрішніх резервів трудового колективу, але й посилення трудової дисципліни.

Таким чином, залежно від характеру морально-психологічного клімату, його вплив на особистість буде різним. Ефект впливу може бути позитивним або негативним, сприятливим або несприятливим, здоровим або нездоровим.

Отже, керівнику будь-якого рівня управління необхідно серйозну увагу приділяти заходам, які дозволять поліпшити морально-психологічний клімат колективу, а саме [3]:

- розробка місії та цінностей підприємства;
- формування корпоративних правил, корпоративної культури;
- повага до працівників підприємства як обов'язкова складова успіху;
- проведення корпоративних тренінгів;
- проведення свят та неформальних зустрічей з працівниками.

Отже, аналіз зарубіжної та вітчизняної літератури з питань формування соціально-психологічного клімату в колективі довів необхідність здійснення психологічного контролю на підприємствах і в організаціях, формування та забезпечення поліпшення морально-психологічного клімату в трудових колективах.

Література

1. Воднік В. Структура соціально-психологічного клімату колективу, шляхи його регуляції та формування / В. Воднік // Бюлетень. - № 5. - С. 36-70.
2. Кримов А. А. Вы – управляющий персоналом : пособие / А. А. Кримов. – М. : Бератор-пресс, 2004. – 186 с.
3. Палійчук Д. Лідери та їх команди [Електронний ресурс] / Д. Палійчук. – Режим доступу : http://www.educate.com.ua/article/0/Lidery_i_ih_komandy_kmbs.html (дата звернення 29.01.2014).

Олицька Т.А., студ., Кравець І.М., к.е.н., доц.
Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного розвитку економіки, проблема управління якістю продукції є актуальною для всіх суб'єктів господарювання, які виробляють і реалізують продукцію. Підвищення якості продукції, що виробляється у сучасному світі розцінюється як вирішальна умова її конкурентоздатності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Дослідження у царині управління якістю на підприємствах привертають увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків. Вагомий внесок у цьому напрямі проблемо зокрема Єськовим П. О., Паршиною О. А., Фатхутдіновим Р. А., Лісовською Г. В., Шаповалом М. І. та іншими.

Метою даної статті є обґрунтування впливу системи управління якістю продукції на конкурентоспроможність підприємства.

Зростання конкуренції на світових ринках вимагає формування цивілізованих взаємовідносин між товаровиробниками і споживачами в Україні, що обумовлює необхідність виробництва якісної та конкурентоспроможної продукції та послуг. Впевненість споживачів у якості може бути забезпечена впровадженням на підприємствах результативної системи управління якістю.

Якість - це невід'ємна характеристика продукту, яка займає особливо важливе значення в

підприємницькій діяльності. Якість продукції відноситься до числа найважливіших критеріїв функціонування підприємства в умовах насиченого ринку і переважної нецінової конкуренції. Підвищення технічного рівня і якості продукції визначає темпи науково-технічного прогресу і зростання ефективності виробництва в цілому, впливає на інтенсифікацію економіки, конкурентоздатність вітчизняних товарів і життєвий рівень населення країни [1].

Управління якістю продукції, зокрема харчової промисловості, - це встановлення, забезпечення і дотримання необхідного рівня якості при її розробці та виготовленні, що досягається шляхом систематичного контролю за якістю і цілеспрямованого впливу на умови й фактори, від яких вона залежить. Система управління якістю продукції має багаторівневий комплексний характер. Вона забезпечує єдність і взаємозв'язок технічного, організаційного, економічного, соціального і правового аспектів. Управління якістю охоплює основні елементи виробництва, які впливають на якість продукції: засоби праці, предмети праці та саму працю.

Система управління якістю продукції представляє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, що направлений на забезпечення необхідного рівня якості продукції при її розробці, виготовленні та зберіганні. Вона повинна бути невід'ємною частиною системи управління виробництвом, метою якої є посилення впливу механізму управління на підвищення якості роботи та ефективності виробництва за рахунок концентрації зусиль на найбільш важливих ключових трудових процесах та виробничих функціях [2].

Управління якістю продукції і ефективним використанням ресурсів, у т. ч. при виробництві продуктів харчування, має здійснюватись на основі реалізації таких функцій як прогнозування технічного рівня виробництва продукції і розвитку підприємства; планування підвищення якості продукції і ефективності виробництва; нормування і організація розробки нової продукції на виробництві; забезпечення стабільності запланованого рівня якості продукції при її розробці, виготовленні, зберіганні та збуті; організація метрологічного забезпечення; контроль якості та випробування. В управлінні якістю повинні брати участь всі підрозділи і громадські організації підприємства.

Виконання вимог до якості будь-якої продукції неможливе без проведення суворого контролю конструктивних і технологічних параметрів її виробництва. При цьому необхідно виходити з того, що якість продукції закладається при розробці проекту, забезпечується під час її виготовлення та підтримується в процесі експлуатації.

Проблема якості продукції є глобальною, оскільки зачіпає, перш за все, здоров'я людини. Особливо це стосується якості продуктів харчування, яка значною мірою визначає демографічний аспект людського розвитку, рівень життя, соціальну активність людини та впливає на всю економіку країни. Тому, щоб забезпечити високий рівень життя людини в державі, прогресивний розвиток людського потенціалу, економічне зростання, необхідно приділяти якості продуктів харчування підвищену увагу.

У сучасних умовах людина все менше довіряє якості вироблених продуктів. Це пов'язано як з погіршенням умов навколишнього середовища (підвищена хімізація і індустріалізація виробництва), так і з генною модифікацією продуктів харчування і низьким контролем якості в процесі виробництва продуктів харчування. При нинішній ситуації в Україні проблема якості є надто важливою і повинна бути вирішена спільними зусиллями держави, керівників колективів підприємств, учених, конструкторів, кожного інженера, робітника, що в кінцевому результаті забезпечить конкурентоспроможність національної економіки.

Література

1. Паршина О.А. Управління конкурентоспроможністю продукції: Монографія / О. А.Паршина. – Д.: Національний гірничий університет, 2010. – С. 280
2. Єськов П.О. Українська асоціація якості – запорука якості в Україні / П. О. Єськов // Факти, 25.10.2012 р., с.3-4
3. 3. Фатхутдінов Р. А., Лісовська Г. В. Управління конкурентоздатністю організації : підручник / Р. Фатхутдінов, Г. Лісовська. – К. : «Кондор», 2009. – 470 с.
4. Шаповал М. І. Менеджмент якості : навчальний посібник / М. І. Шаповал / – К. : «Кондор», 2011. – С. 471.

Орлова А.А., к.е.н., ст. викл., Губанова В.В., студ. гр. ЕК-12
Кіровоградський національний технічний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Ринок праці є віддзеркаленням політичних і соціально-економічних процесів, що відбуваються в державі, оскільки характеризує методи макроекономічного регулювання та ефективність соціальної політики, а також становище національної економіки в цілому. Стан ринку праці в Україні протягом останніх 20 років характеризується негативними тенденціями. Світова економічна криза посилила деструктивні явища, пов'язані зі спадом виробництва, скороченням показників зайнятості населення та стрімким зростанням кількості безробітних. Не зважаючи на значну кількість праць вітчизняних та закордонних вчених (Бугуцький О.А., Демуш О.Б., Долішний М.І., Ємельяненко Л.М., Онікієнко В.В.,

Ткаченко Л.Г.), присвячених даній проблематиці, існує доцільність подальших досліджень проблем та сучасних тенденцій ринку праці в Україні.

У результаті радикальних реформ 90-х років та відсутності вираженої державної політики в сфері зайнятості в Україні було зруйновано планову систему підготовки та руху кадрів, держава фактично не регулює розмір заробітної плати [3]. У той же час не було сформовано нової ефективної системи координації сфер зайнятості та освіти. Як наслідок, маємо структурні диспропорції у попиті та пропозиції робочої сили, високий рівень безробіття, низьку соціальну підтримку населення.

До основних чинників, які гальмують формування ринку праці, більшість науковців відносять: тривалий спад виробництва; наявність та зростання рівня прихованого безробіття; неконтрольовану міграцію населення і робочої сили до країн колишнього СРСР та країн Європейського співтовариства [3]; низький рівень середньої заробітної плати (середня зарплата в Україні становить близько 370 доларів); відсутність зв'язку між державними і ринковими методами регулювання зайнятості; недосконале інформаційне забезпечення.

Однією з основних проблем на ринку праці України є безробіття. Проведений аналіз засвідчив, що значної шкоди українському ринку праці завдала світова фінансова криза. Згідно статистичних даних, в Україні кількість офіційно зареєстрованих безробітних у 2009 р. зросла на 237,8 тис. осіб порівняно з 2008 роком [4]. У цей період відбувається значний спад показників розвитку економічного добробуту країни. У 2010 році ситуація дещо покращилася і кількість безробітних знизилася на 373,9 тис. осіб [4].

У посткризовий період поступово стає помітною тенденція до зниження рівня безробіття в країні, що супроводжувалось економічним зростанням, пов'язаним з нарощуванням підприємствами своїх виробничих потужностей та використанням найманої праці. Проте, у 2011 році показники кількості безробітних знизилися на 52,9 тис. осіб. Серед можливих причин такої тенденції - новий Податковий кодекс України, а також нова пенсійна реформа, за якої велика кількість малих підприємств значно скоротила обсяги виробництва або взагалі припинила свою діяльність [1, с. 110].

Нині актуальною залишається проблема гендерної диференціації доходів населення України. Практично в більшості країн світу, у тому числі і в Україні, простежується концентрація жінок в галузях і професіях із нижчим рівнем оплати праці. Тому очевидним є факт зниження рівня заробітної плати жінок при переході з галузей, в яких домінують чоловіки, в галузі, де більшість працюючих – жінки. Розмір середньої заробітної плати жінок є нижчим навіть там, де переважає жіноча праця. Крім того, кількість зареєстрованих безробітних серед жінок більша, ніж чоловіків, що теж впливає на розмір доходів (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Кількість зареєстрованих безробітних за статтю та місцем проживання у 2013 році
(на кінець звітного періоду; тис. осіб)

	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень
Всього	564,5	589,1	571,6	534,7	501,0	465,3	451,5	435,4
жінки	293,4	303,7	301,5	292,5	275,9	259,1	254,6	247,8
чоловіки	271,1	285,4	270,1	242,2	225,1	206,2	196,9	187,6
міське населення	316,9	326,2	325,4	322,3	308,9	291,4	286,2	278,0
сільське населення	247,6	262,9	246,2	212,4	192,1	173,9	165,3	157,4

Таким чином, становлення ринкових відносин в Україні супроводжується зростанням числа безробітних, гендерною диференціацією доходів, дефіцитом робочої сили певних категорій і, в той же час, нестачею робочих місць. Наявність цих та інших проблем свідчить про потребу прийняття термінових і радикальних заходів, спрямованих на їх вирішення, зокрема:

- підсилення контролю щодо дотримання норм трудового законодавства, яке захищає інтереси громади щодо гарантій зайнятості, умов праці, її оплати;
- покращення якості освіти, підготовки та перепідготовки фахівців; підвищення гнучкості та ефективності системи професійної освіти;
- зосередження уваги на оплаті праці жінок, зокрема у шкідливих умовах;
- зменшення гендерної диференціації доходів населення України та розриву у заробітній платі жінок та чоловіків.

Література

1. Гальків Л.І. Втрати людського капіталу: чинник безробіття / Л.І. Гальків // Економіка і регіони. – 2009. – №2. – С. 110-113.
2. Карпуньо І.О., Колесник І.В. Проблеми сучасного розвитку ринку праці України [Електронний ресурс] / І.О. Карпуньо, І.В. Колесник // Ефективна економіка. — 2012. — № 4. — Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=523>
3. Кончаковський С.О. Сучасні моделі ринку праці: стан та шляхи розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/195.pdf>
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Традиційне для централізованої системи господарювання техніко-економічне обґрунтування планових показників, яке передбачало стислу оцінку економічної ефективності проекту, втратило свою актуальність з переходом до ринкової економіки. Натомість з'являється принципово новий документ – бізнес-план, який містить детальну характеристику основних аспектів майбутнього підприємства, аналіз можливих проблем та способи їх вирішення.

Сутність та роль бізнес-планування в діяльності підприємств вивчали як вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема К. Барроу, О. Волков, М. Денисенко, В. Горемикін, Р. Гріфін, В. Іванова, О. Кузьмін, О. Мельник, Г. Осовська, В. Слиньков, В. Стадник, Г. Тарасюк, В. Ясинський.

Бізнес-план – це план розвитку підприємства, необхідний для освоєння нових сфер діяльності фірми, створення нових видів бізнесу.

Бізнес-планування вирішує ряд важливих проблем:

1. Визначає ступінь життєздатності та майбутньої стійкості фірми, знижує ризик підприємницької діяльності;
2. Конкретизує перспективи бізнесу у вигляді системи кількісних та якісних показників розвитку;
3. Приваблює увагу та інтерес, забезпечує підтримку зі сторони потенційних інтересів фірми;
4. Допомогає отримати цінний досвід планування, розвиває перспективний погляд на організацію та її робоче середовище [4].

Мету створення бізнес-плану можна охарактеризувати за допомогою наступних тверджень:

1) ключовим фактором процвітання в бізнесі є планування. План з його конкретною комерційною метою і програмою дій щодо їх досягнення виконує роль гіда, що веде бізнес лабіринтом економіки. Іншими словами, бізнес-план — це засіб, за допомогою якого підприємець може управляти своїм бізнесом [2].

2) розробка бізнес-плану примушує підприємця моделювати ситуації і розглядати проблеми, які можуть перешкоджати успіху підприємницького почину. Це дозволяє попередити багато ускладнень або (в крайньому випадку) краще підготуватися до труднощів, наперед намітити шляхи їх подолання.

3) бізнес-план — це засіб залучення позикового капіталу, необхідного для розвитку бізнесу, оскільки забезпечує не тільки виробничу, ринкову і організаційну, але і фінансову інформацію про майбутню фірму. Ця інформація дозволяє визначати, скільки необхідно стартового капіталу, як він буде витрачений на погашення кредитів, який ступінь ризику бізнесу і т.п. [3, с. 112].

4) на початковому етапі бізнес-план служить основним інструментом комунікацій між підприємцем і зовнішнім світом. Він покликаний переконати майбутніх постачальників, продавців і найнятих робітників у тому, що підприємницька ідея є приваблива, обґрунтована і реальна для здійснення плану.

5) в процесі складання бізнес-плану розвиваються здібності підприємця як менеджера, адже він набуває досвіду оцінки умов конкуренції, способів просування товарів на ринок, використання переваг бізнесу, фінансового планування тощо. Складаючи бізнес-план, підприємець-менеджер ретельно аналізує всі економічні аспекти своєї ідеї. Також в процесі розробки проекту з'являється можливість з'ясувати перешкоди на шляху до реалізації підприємницького задуму, які не можуть бути усунені і, таким чином, уникнути витрат часу, грошей і зусиль підприємця [1, с. 35].

Особлива потреба у розробці бізнес-плану виникає при веденні переговорів із закордонними фірмами. Як правило, він є опорною точкою для початку переговорів між підприємцем та можливими інвесторами. Бізнес-план як ніякий інший з планів фірми має зовнішню направленість, перетворюється в свого роду товар, продаж якого повинний принести максимально можливий вигаи.

Загалом, вдало розроблений бізнес-план є надійним інструментом у конкурентному змаганні та в розширенні своєї справи. Він дає можливість оцінити життєздатність підприємства в конкурентних умовах, формує орієнтири першочергової діяльності, виступає аргументованою базою для одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів. Як свідчить практика, особливо гостро розробки бізнес-плану потребують підприємці, які бажають залучити іноземні інвестиції, у той час як більшість іноземних інвесторів віддають перевагу традиційній схемі надання коштів, ключовим елементом якої виступає розгляд бізнес-плану.

Література

1. Агафонова Л. Г., Рога О. В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. — 3-тє вид., стер. — К.: Знання, 2001. — 158 с.
2. Братішко Н. Теоретичні основи бізнес-планування [Електронний ресурс] - Режим доступа: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2011/Economics/10_83312.doc.htm
3. Волкова В.Н., Денисов А.А. Основы теории систем и системного анализа: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности „Системный анализ и управление”. Изд. 2-е, перераб. и доп. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 1999. – 274 с.
4. Протопопова В. О. Економіка підприємства : Конспект лекцій [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://readbookz.com/book/107/2547.html>

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ ТА ЇХ ГАРМОНІЗАЦІЯ

З давніх часів відносини людей у сфері праці не залишали байдужими як прогресивних мислителів, так і безпосередніх учасників таких відносин. Зміст і характер таких відносин завжди безпосередньо впливали на результати праці, накопичення матеріального багатства, визначали можливості господарчого розвитку, розвитку нації, розквіту країни, або, навпаки, зумовлювали перспективи господарчого та соціального занепаду.

Багатовіковий досвід людства засвідчує необхідність побудови стабільних відносин між роботодавцями і найманими працівниками завдяки впровадженню соціального діалогу, орієнтації на пріоритети гідної праці, соціальної безпеки. У світі все більше усвідомлюється вагоме значення гармонізації соціально-трудових відносин.

Аналіз публікацій останніх років засвідчує, що в Україні, яка прагне до модернізації економіки, дослідження проблеми гармонізації соціально-трудових відносин (СТВ) набуває актуальності як в теоретичному, так і прикладному аспектах.

Відомі в Україні дослідники сфери соціально-трудових відносин (Бандур С.І., Богиня Д.П., Заяць Т.А., Грішнова О.А., Колот А.М., Куценко В.І., Лібанова Е.М., Лісогор Л.С., Новікова О.Ф., Онікієнко В.В., Семів Л.К., Садова У.Я., Шаульська Л.В. та ін.) констатують, що стабілізації соціально-трудових відносин перешкоджають внутрішні суперечності в економіці і політиці країни, недоліки державного регулювання соціально-трудової сфери.

Метою статті є висвітлення сутності соціально-трудових відносин в Україні з позицій стратегічних завдань модернізації економіки, аналіз стану соціально-трудових відносин в Україні та основних напрямків їхньої гармонізації.

Соціально-трудові відносини (СТВ) – це відносини між роботодавцями та найманими працівниками, які здійснюються ними безпосередньо або за участі держави. Найбільш важливими сторонами СТВ є порядок працевлаштування, оплата праці, режим та умови праці, охорона праці, гарантії збереження робочого місця, участь працівника в прийнятті рішень, дієвість функціонування колективно-договірних механізмів, рівень поваги до людської честі та гідності працівника з боку керівництва тощо. СТВ є важливою складовою системи суспільних відносин. Якість СТВ в значній мірі впливає на самопочуття громадян та загальну атмосферу в суспільстві. У деяких випадках трудові конфлікти здатні суттєво дестабілізувати суспільно-політичну ситуацію в країні.

Виконане нами дослідження довело, що Україна суттєво відстає від розвинених країн за рівнем «соціалізації» всієї системи СТВ, не говорячи про досягнення їх рівноважного стану та гармонізацію взаємовідносин соціальних партнерів. Рухаючись шляхом політичних та соціально-економічних перетворень, українська держава досягла багато змін, які безпосередньо вплинули на стан соціально-трудової сфери. Йдеться про закладення основ розвитку демократії, демонтаж механізмів планово-розподільчої системи, перехід до різноманітних форм власності і господарювання, створення основних інститутів ринку, зокрема ринку праці, на якому працездатні особи отримали право вільного трудового вибору, запровадження колективно-договірного регулювання праці тощо.

На сьогоднішній день поширені досить різні моделі відносин між працівниками та роботодавцями. Проте їхньою загальною сутнісною характеристикою є домінування сторони роботодавців. Незважаючи на юридичну рівність сторін, має місце їхня глибока фактична нерівність (асиметрія) [1]. Серед основних причин, що породжують домінування сторони роботодавців в СТВ: 1) низькі обсяги пропозиції якісних робочих місць внаслідок депресивного стану вітчизняного ринку праці та наявних структурних диспропорцій; 2) слабкість вітчизняних профспілок; 3) наявний рівень соціальної толерантності сучасного українського бізнесу, який в умовах нерозвиненості інститутів громадянського суспільства, недосконаlostі державних механізмів реалізації практики соціального діалогу та інших чинників здебільшого зорієнтований на реалізацію в сфері СТВ не стільки демократичного, скільки командно-авторитарного типу поведінки [2].

Внаслідок існування об'єктивної протилежності інтересів найманих працівників та роботодавців соціально-трудові відносини несуть в собі значний потенціал конфліктності. Серед проблем, які є найбільш конфліктогенними, слід назвати: 1. Порушення прав найманих працівників в процесі працевлаштування та укладання трудового договору. 2. Низький рівень оплати праці найманих працівників. За даними Держстату, в липні 2012 р. середня нарахована заробітна плата в Україні складала 3151 грн., в т.ч. в промисловості – 3600 грн., державному управлінні – 3836 грн., наземному транспорті 3060 грн., освіті – 2730 грн., будівництві – 2601 грн., охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги – 2343 грн., сільському господарстві 2222 грн. 3. Заборгованість із виплати заробітної плати. Станом на 1 червня 2012 р. заборгованість складала майже 1 млрд. грн., з них 479 млн. грн. або 48 % складала заборгованість економічно активних підприємств [3]. 4. Практика застосування вимушеної

неповної зайнятості, роботи в умовах неповного робочого дня (тижня), відпустки без збереження заробітної плати. 5. Практика незаконних звільнень працівників або звільнень без «поважної причини». 6. Не обумовлені об'єктивними (фінансовими та економічними) причинами дії роботодавців, які порушують колективні права працівників. 7. Дії роботодавців, які ображають професійну честь та людську гідність працівників.

Таким чином, для забезпечення реформування системи соціально-трудових відносин у напрямку встановлення балансу сил між найманими працівниками і роботодавцями слід вжити наступні заходи, направлені на вдосконалення чинного трудового законодавства та підвищення ефективності державного впливу на сферу СТВ: - посилити правові гарантії діяльності профспілок; - впорядкувати використання механізмів «запозиченої праці», зокрема надання послуг «запозиченої праці» для організацій та індивідуальних підприємців як агентствами зайнятості, так і іншими господарюючими суб'єктами; - посилити відповідальність роботодавців за порушення чинного трудового законодавства; - впровадити систему державного моніторингу соціально-трудої сфери; - впровадити систему збирання статистичної інформації щодо кількості та характеру індивідуальних трудових спорів на підприємствах та в установах; - підвищити ефективність діяльності Державної інспекції України з питань праці; - вжити заходів, спрямованих на підвищення рівня поінформованості громадян щодо шляхів захисту їхніх трудових прав.

Література

1. Колот А.М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання. – КНЕУ. – К.: 2008. – С.25.
2. Козина И.М. Проблемы солидарности и лидерства в трудовых конфликтах // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества [Текст] : в 4 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – с. 322-330.
3. Праця України у 2011 році. Статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України. – 2012. – С. 98-100

Папинян С.Л., студ.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Рывкина О.Л.

Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

СУЩНОСТЬ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Деятельность любого предприятия всегда ориентирована на достижение цели (получение результата) посредством использования ресурсов, поэтому требует управления. В самом общем смысле управление производством продукции и услуг как конкретно-исторический способ упорядочивающего воздействия на процесс общественного труда в соответствии с объективными законами развития производства [1], предполагает осуществление определенных действий с помощью конкретных способов и методов, то есть, основан на использовании технологий. Технологии управления – важная составляющая управленческой деятельности. Соблюдение управленческих технологий, а также уместное применение и адекватное сочетание различных их видов – важная предпосылка эффективного достижения предприятием целей развития. Из многоаспектности сущности и содержания управленческой деятельности следует неоднозначность понимания сущности технологий управления, конкретизация которой является целью исследования.

В самом общем смысле технология управления, по мнению А. Н. Леонтьева, – это разновидность или форма реализации управленческой деятельности [2]. Е.А Репина уточняет сущность технологии управления, как системного комплекса воздействий на объект для достижения конечного его состояния с точки зрения управляющего [3]. А поскольку предметом и, соответственно, исходным материалом управленческого труда менеджера выступает информация, то технологию управления предлагается рассматривать как комплекс методов по обработке управленческой информации с целью разработки, принятия и реализации управленческих решений [4]. То есть, технология управления с точки зрения информационной составляющей управленческого труда, характеризуется процессами движения и обработки информации и определяется составом и порядком выполнения управленческих работ, в ходе которых эта информация преобразуется и оказывает воздействие на управляемый объект.

Помимо информационного аспекта, технологии управления, по мнению Сахарова О.В., представляют собой процессы и способы для реализации управленческих функций [5]. Аналогичного подхода придерживается и Кучерова Е.Н., определяющая сущность технологий управления как приемы, способы и порядок (последовательность, регламент) выполнения процесса управления в целом и составляющих его функций [6]. Более развернутая трактовка исследуемого понятия в функциональном контексте дается в [7], как набор управленческих средств и методов достижения поставленных целей организации, включающий не только методы и средства сбора и обработки информации; но и приемы эффективного воздействия на работников; принципы, законы и закономерности организации и управления; системы контроля.

Поскольку разработчиками и пользователями технологий управления выступают менеджеры, следовательно, организационный аспект сущности этого понятия имеет важное значение. С этой позиции

технологію управління визначають як систему операцій і процедур, виконуваних керівниками, спеціалістами і технічними виконавцями в певній послідовності з використанням необхідних для цього методів і технічних засобів [8]. Цей підхід має особу актуальність в сучасних умовах, враховуючи переважаючу функціонально-ієрархічну структуру системи управління сучасних підприємств і необхідність встановлення раціональної схеми взаємодії як структурних підрозділів, так і окремих виконавців в процесі управління.

Сузгоджене функціонування органів управління вимагає і розчленування процесу управління на операції, а ефективна організація управління - належного комбінування цих операцій. При цьому кожну операцію необхідно зв'язувати з попередніми операціями циклу управління. Це є поняття «технологія управління» тісно пов'язано і з процесом алгоритмізації операцій в межах цих або інших функцій управляючої системи або застосування до певних суб'єктів управління. В ролі алгоритма (процедури) процесу управління виступає предписання, визначаюче зміст і послідовність дій в будь-якому інформаційному або організаційному процесі [4]. Це є сутність технології управління розкриває і предписувальний підхід.

Управлінська технологія - предмет не тільки практичної, але і науково-дослідницької діяльності, що підтверджують автори підручника [8], розглядаючи технологію управління як область знання про способи і процедури оптимізації діяльності організацій в цілому, і системи управління організацій, в частині.

Обобщаючи, слід відзначити, що багатогранність сутності технології управління обумовлена багатогранністю управління діяльністю підприємства і може бути відображена з позицій інформаційного, функціонального, організаційного, предписувального і наукового підходів.

Література

1. <http://slovari.yandex.ru>
2. http://econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatiy/2007_05/Pirogov.htm
3. <http://ego.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/01/05/>
4. http://infomanagement.ru/lekciya/Tehnologia_upravleniya
5. <http://www.science-education.ru/101-5374>
6. http://www.kycherova.ru/stanovlenie_razvitiye/tehnologiya_upravleniya/index.html
7. <http://www.pags.ru/idpo/do/programs/nalog/up/ruk/learn/r4.1.htm>
8. http://infomanagement.ru/lekciya/Tehnologia_upravleniya

Петіна О.М., магістр. гр. ЕП-13м

Науковий керівник: к.е.н., доц. Харченко І.В.

Кіровоградський національний технічний університет

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» ДЛЯ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ (НА ПРИКЛАДІ ВАТ НАСК «ОРАНТА»)

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки характеризується посиленням конкуренції, швидкими темпами змін в зовнішньому середовищі та факторами глобалізації. В цих умовах зростає роль стратегії, яка забезпечує пріоритетні напрямки розвитку підприємства. Ефективність діяльності підприємства залежить від врахування тенденцій зовнішнього та внутрішнього середовища, орієнтації на споживача, адекватності управлінських рішень, що зумовлює необхідність формування гнучкої стратегії розвитку підприємства. Тому розробка теоретичних засад, методичних підходів та механізмів формування стратегії підприємства набуває надзвичайної актуальності. Однак для того, щоб розроблена стратегія була успішно реалізована, необхідно прикласти значних зусиль по вдосконаленню процесу її розробки. У зв'язку з цим постає питання вдосконалення методики розробки стратегії та застосування більш інноваційних тактик та стратегій конкурентної боротьби.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі розвитку економічної науки проблеми розробки стратегії підприємства знайшли відображення у роботах низки іноземних фахівців: М. Портера, І. Ансоффа, Г. Мінцберга, Г. Кунца, А. Томпсона, Р. Акоффа, В. Хендерсона, А. Чандлера, К. Ендрюса та у роботах українських вчених: З.Є. Шершньової, В.Г. Герасимчука, А.В. Козаченко, І.А. Колодійчук, А.П. Наливайко, В.В. Пастухової, Й.М. Петровича, О.І. Пушкаря.

Мета публікації. На основі аналізу джерел вторинної інформації та актуальних наукових досліджень, метою статті доцільно вважати формулювання рекомендацій щодо вибору стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія «блакитного океану» - це результат досліджень і аналізу даних про ринкові стратегії 108 компаній у 30-ти галузях економіки за останнє століття та застосування запропонованої методики розробки стратегії з метою значного зменшення гостроти конкурентної боротьби, або навіть, як вважають автори Чан Кім та Рене Моборн вийти за межі конкуренції, знайти і відкрити свій «блакитний океан», тобто, ринок, де можна створити власний простір, не боятись конкуренції, подолати існуючий компроміс «цінність-витрати» [2].

Так як, частка ВАН НАСК «Оранта» на ринку страхування зменшується і діюча стратегія є малоефективною, то пропонується стратегія, розроблена за методикою стратегії «блакитного океану».

В Україні відсутній платоспроможний попит на страхові послуги внаслідок низького рівня життя населення, тому пропонується увійти в новий сегмент ринку, а саме мікрострахування, яке широко розглядається у світовій практиці. Мікрострахування — це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів бідних і малозаможних осіб в обмін на низькі страхові премії за невеликих страхових сум і спрощеної системи страхування [3, с. 146].

Доцільність впровадження послуг мікрострахування також обумовлюється низькими показниками проникнення страхування (частки страхових премій у ВВП) та щільності страхування (страхові премії на душу населення), завищеною вартістю страхових продуктів по відношенню до середнього рівня доходів громадян та низькою страховою культурою населення.

Щоб реконструювати елементи цінності для покупця при роботі над новою кривою цінності, створимо модель чотирьох дій. Як показано на рисунку 1, для того, щоб зруйнувати компроміс між диференціацією та низькими витратами і створити нову криву цінності, потрібно відповісти на чотири основні питання, що стосуються притаманних даних галузі стратегічної логіки і бізнес - моделі [1]: Які фактори, що галузь приймає як само собою зрозумілі, слід скасувати? Які фактори слід значно знизити в порівнянні з існуючими в галузі стандартами? Які фактори слід значно підвищити в порівнянні з існуючими в галузі стандартами? Які фактори з ніколи раніше не пропонували галуззю слід створити?

Спрощення	Зниження
Процедура андеррайтингу (комплексна діяльність страховика з ідентифікації, аналізу, оцінки ризиків та визначення можливості страхування, вибору оптимального страхового покриття, перевірки відповідності ризиків збалансованості страхового портфеля)	Широка лінійка продуктів Широка мережа представництв і доступ до страхових продуктів Розмір страхових тарифів та страхових сум
Підвищення	Створення
Ефективність реклами Сприятливий імідж фірми у споживачів	Спрощені процедури страхування і отримання відшкодування Інноваційний механізм реалізації страхових послуг

Рис. 1. «Модель чотирьох дій» для ВАН НАСК «Оранта»

За допомогою карти корисності для споживача, визначено, що нова ідея не тільки створює пропозицію корисності, відрізняється від існуючих, а й усуває основні перешкоди на шляху до створення корисності і перетворенню неклієнтів в клієнтів. На цій карті зазначаються всі важелі, за які компанія може потягнути, щоб надати покупцям виняткову корисність. В нашому випадку, такими важелями будуть: економічна вигідність для клієнта, простота, ризик, імідж, комплексність обслуговування, оперативність надання мікрострахової послуги.

Компанія повинна зосередитись на двох факторах: впровадженні спрощених процедур страхування і отримання відшкодування та інноваційному механізмі реалізації страхових послуг. Девізом компанії може стати такий: «Страхування для всіх».

В даному випадку найбільш складною для вирішення є проблема досягнення економічної доцільності операцій мікрострахування, оскільки внаслідок встановлення низьких страхових премій, страховій компанії буде важко досягти бажаного рівня прибутковості, особливо за окремими видами страхування, для яких характерні порівняно високі витрати на андеррайтинг та ведення страхових справ (наприклад, медичне страхування). Тому доцільно використати спрощений андеррайтинг, при якому додаткова оцінка ризиків не проводиться. Але, наявність ризику є необхідною умовою страхування, тому що інакше відсутній страховий інтерес. Спеціально для таких ризиків та виконання страхових зобов'язань страхова компанія формує страхові резерви, а за необхідності використовує власні вільні кошти.

У мікрострахуванні, так само як і в звичайному страхуванні, ймовірність настання ризиків можна кількісно оцінити. Середній розрахунковий розмір збитку буде помірним, а максимально можливий збиток від таких ризиків не є критичним для платоспроможності страхової компанії (з урахуванням реалізації заходів з управління ризиками), існує велика кількість потенційних страхувальників, а несприятливий відбір ризиків, а саме аналіз пропозицій щодо страхування та відмова від прийняття на страхування ризиків, за якими надання страхового захисту є недоцільним, не призведе до надмірних збитків.

Відповідно, управління даними ризиками базується на використанні особливих механізмів, характерних тільки для страхової справи: перестрахування, превентивних дій, формування страхових резервів.

Для ВАН НАСК «Оранта» перевагою стратегії «блакитного океану» стане розширення ринків збуту страхових послуг за рахунок залучення нових груп споживачів. При цьому зростання попиту на

мікрострахові продукти забезпечуватиметься не лише шляхом страхування осіб з низькими доходами, але й громадян із середніми доходами, які внаслідок недовіри до страхових компаній більш схильні купувати поліси страхування із нижчими страховими преміями та страховими сумами.

Література

1. Чан Ким У., Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Пер. с англ. М.: НРРО, 2005. – 272 с.
2. Чан Ким У. Барьерные рифы синего океана/ У. Чан Ким // Компаньон. Стратегии. – 2006. – № 4. – С. 6–12.
3. Шірінян Л. В. Мікрострахування – новий напрям розвитку страхової діяльності в Україні / Л. В. Шірінян // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 141-150.

Пилипчук У.О., студ., Зелена М.І., асистент
Хмельницький національний університет

СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗВ'ЯЗАННЯ КОНФЛІКТІВ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогодні в процесі трудової діяльності працівників супроводжують стреси, проблеми та вже назрілі конфлікти. Саме тому керівникам будь-якого підприємства необхідно володіти знаннями про сучасні засоби запобігання, причини виникнення та припинення конфліктів. Дана проблема досить актуальна перш за все тому, що неконтрольований конфлікт «пущений на самотік», може призвести до незворотніх негативних наслідків як для окремого працівника, так і для організації в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить те, що автори, досліджувавши конфлікт пов'язували його з боротьбою протилежностей. У трактуванні американського конфліктолога Л. Козера, конфлікт – це боротьба за цінності та претензія на певний статус, владу і суперечність і зіткнення інтересів. За Г. Осового ознаками конфлікту є неприйняття інтересів однією стороною іншою, спроба використання ресурсів іншої сторони показ повного неприйняття планів опонента та спроба зіпсувати плани іншого.[1]

Однак, не дивлячись на цілу низку дослідників даного питання, залишається потреба у його розгляді, аналізу та пошуку нових шляхів його вирішення.

Метою дослідження є виокремлення сутності поняття управління конфліктами, причини виникнення та пошук новітніх методів розв'язання конфліктних ситуацій.

В управлінні персоналом керівництво більшу частину свого робочого часу приділяє на спілкування та роботу з людьми. З цього аспекту випливає, що управлінська діяльність досить схильна до виникнення конфліктних ситуацій. Тому будь-якому керівнику потрібно навчитися уникати зайвих конфліктів і ефективно управляти ними у разі їх виникнення. Це буде запорукою успішного керівництва та здорового психологічного мікроклімату у колективі працівників.

Причини конфліктів, які виникають між працівником та колективом, пов'язані з порушенням рольових очікувань; з неадекватністю внутрішньої установки статусу працівника; порушення групових норм, неповні і неточні факти; чутки, мимовільна дезінформація; передчасна інформація або така, що запізнилася; ненадійність джерел інформації; сторонні факти; неадекватні акценти тощо.

Для успішного розв'язання конфлікту у колективі варто використовувати метод складання карти конфлікту, розроблену австралійськими психологами Хеленою Корнеліус та Шошаною Феєр [2].

Центральне місце в карті відводиться констатації тієї проблеми, яка викликала протистояння конфліктуючих сторін та потребі негайного вирішення. Потім окреслюються сторони, що безпосередньо беруть участь у конфлікті, їхні інтереси та побоювання відносно можливих витрат. Використання даного методу дозволить: обмежитися формальними рамками, можливість спільного обговорення проблеми, висловити власну точку зору, обрати нові шляхи розв'язання конфлікту.

В сучасних умовах господарювання з метою для профілактики конфліктів на рівні підприємства можна скористатися новими методами, а саме: постановка інтегруючих цілей між керівництвом та персоналом; баланс прав та відповідальності за виконання службових обов'язків; виконання правил формування та функціонування тимчасових підрозділів; дотримання правил надання повноважень та відповідності між ієрархічними рівнями управління.

Можна застосовувати монетарні та немонетарні спонукальні системи для профілактики конфліктів, а саме: організацію оплати праці в розмірі відповідному внеску співробітника; запроваджувати преміальну політику; врахування участі робітників у прибутках та капіталі підприємства; доступність інформаційної системи, залучення персоналу до розробки найважливіших рішень як в середині підрозділу, так і в організації в цілому; запровадження системи гнучкої зайнятості співробітників, гнучкого режиму праці та відпочинку[3].

Варто відмітити, що конфлікти можна уникнути, якщо вести продуману роботу із співробітниками, проводити співбесіди, досліджувати характери особистостей працівників тощо.

У повсякденній діяльності підприємства тісна взаємодія співробітників у процесі виконання ними загальних задач забезпечується балансом особистих якостей робітників та їх сумісністю.

Однак, для вичерпання конфліктів, підвищення стресостійкості персоналу керівництву варто

створити додаткову психологічну службу та включити у штатний склад працівників - психолога. Це дозволить не лише професійно ліквідувати конфліктні ситуації, але й передбачити їх заздалегідь і не дозволити внести їм негативні корективи серед працівників. Управлінець мусить знати, що вирішення конфлікту має бути спокійним, етичним та максимально відповідати очікуванням обох конфліктуючих сторін.

Отже, можна стверджувати, що конфлікт – це психічне явище, що характеризується двома аспектами й розвивається між двома полюсами. І яким буде конфлікт у конкретній ситуації, чи переважатимуть у ньому негативні аспекти, чи він відіграє позитивну роль значною мірою залежить від того, наскільки керівник вчасно прийме управлінські рішення та усвідомить значущість конфлікту.

Література

1. Видай А. Психологія конфліктності, або як керувати без конфліктів? / А. Видай // Персонал.- К.: МАУП, 2007. - №4. – С. 29 – 34.
2. Завалкевич Л. Є. Психологія ефективного менеджера / Л. Є. Завалкевич. – К. : Ніка-центр, 2003. – С. 335
3. Сорокіна Е. Конфлікти в організації : шляхи подолання / Е. Сорокіна // Довідник кадровика. – К., 2004. № 05(23) – С.88- 92.

Півторацька Т.В., студ. 1 курсу магістратури, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення професійний розвиток персоналу – одна із найбільш важливих складових загального підвищення ефективності виробництва.

Серед сучасних вчених-економістів суттєвий внесок в розвиток теорії й практики зробили: В.М. Гриньова, О.А. Грішнова, В.А. Савченко, Г.В. Назарова, К.В. Ковальська, Т.В. Білорус, В.М. Приймак та інші. О.А. Грішнова трактує розвиток персоналу як системний процес удосконалення знань, умінь та навичок працівників підприємства, що реалізується через сукупність організаційно-економічних заходів, які передбачають адаптацію, професійне навчання, оцінювання та планування трудової кар'єри персоналу[3, с.11].

На прикладі ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської» представимо систему розвитку персоналу (табл.1).

Таблиця 1

Кількість працівників ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської», які брали участь у заходах з розвитку персоналу (за видами навчання) в 2009-2013 рр.

Назва показника	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
Усього штатних працівників, осіб, з них:	1 485	1 076	999	1 141	1 167
Навчено новим професіям, усього	10	14	21	27	34
в. т. ч. - на виробництві	8	11	18	22	28
– в навчальних закладах	2	3	3	5	6
Підвищили кваліфікацію, в т. ч.	28	34	35	38	46
– на виробництві	24	28	29	31	38
– в навчальних закладах	4	6	6	7	8
Чисельність працівників, які пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації					
– всього, осіб	38	48	56	65	80
– у % до загальної кількості працівників	2,56	4,46	5,61	5,7	6,86

Джерело: складено автором за матеріалами звітності ПАТ «Завод ЗБК ім. С. Ковальської»

Варто зауважити, що підприємство проводило більшість усіх заходів з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників безпосередньо на виробництві (табл.1). У 2009 р. було навчено 38 працівників, з яких лише 6 осіб підвищили кваліфікацію у навчальних закладах і 32 особи – безпосередньо на виробництві, а в 2013 році було навчено 46 працівників, з яких 12 осіб підвищили кваліфікацію у навчальних закладах і 32 особи – безпосередньо на виробництві.

На наступному етапі аналізу розглянемо показники ефективності розвитку персоналу (табл.2).

Отже, згідно з проведеними розрахунками можна зробити наступні узагальнюючі висновки. По-перше, фонд оплати праці на підприємстві ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської» впродовж досліджуваного періоду не має чітко визначеної тенденції: так в 2010 р. даний показник скоротився на 32589 тис. грн., проте в 2011–2013 роках спостерігається зростання даного показника.

Таблиця 2

Показники ефективності розвитку персоналу підприємства ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської» у 2010-2013 рр.

Показники	Період				Ланцюгове відхилення абсолютне, +/-		
	2010	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	531354	595196	841526	1033129	63842	246330	191603
Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	16634	13093	18427	77787	-3541	5334	59360
Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб.	1076	999	1141	1167	-77	142	26
Кількість звільнених, осіб	89	26	21	12	-63	-5	-9
Коефіцієнт плинності кадрів	0,083	0,026	0,018	0,01	-0,06	-0,01	-0,01
Фонд оплати праці - всього (тис. грн.)	43215	54568	74349	92285	11353	19781	17936
Загальна продуктивність праці, тис. грн.	493,8	595,8	737,5	885,3	102,0	141,7	147,8
Продуктивність праці одного робітника	700,5	840,3	1031,5	1224,5	139,9	191,2	192,9
Середній рівень заробітної плати на підприємстві, тис. грн.	4,747	6,420	7,595	9,115	1,673	1,174	1,520
Рентабельність персоналу, тис. грн.	15,46	13,11	16,15	66,66	-2,35	3,04	50,51

Джерело: розраховано автором на основі оперативної звітності підприємства

Загалом потрібно зауважити, що зростання фонду оплати праці пов'язане зі збільшенням чисельності працівників та зростанням середньої заробітної плати. По-друге, що стосується продуктивності праці персоналу досліджуваного ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської», то результати розрахунків, які здійснено у табл.4 дають змогу обґрунтовано говорити про зростання ефективності роботи персоналу. Рентабельність персоналу збільшилася в 2012 році в порівнянні із 2011 роком на 50,51 тис. грн. за рахунок збільшення продуктивності праці. Комплексна оцінка показників ефективності розвитку персоналу ПАТ «Завод ЗБК ім. Світлани Ковальської» засвідчила високий рівень продуктивності праці, що в кінцевому результаті призводить до збільшення конкурентних позицій підприємства на ринку виробництва будівельних матеріалів. Від того, наскільки добре обізнаний та кваліфікований персонал працює на підприємстві, залежить загалом подальше існування та розвиток підприємства. Тому заходи щодо розвитку та підвищення кваліфікації працівників повинно проводити кожне підприємство.

Література

1. Гавкалова Н. Л. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу/ Гавкалова Н. Л. // Україна: аспекти праці. Наук.-екон. та сусп.-політ.журн. — 2012. — № 3. — С. 31–36.
2. Гриньова В.М. Формування мотиваційної стратегії управління персоналом підприємства : монографія / Гриньова В.М., Грузіна І.А. — Харків : ХНЕУ, 2012. — 297, [2] с. : іл., табл. — Додатки: с. 289-298. — Бібліогр.: с. 270-287.
3. Грішнова О. Розвиток персоналу як пріоритетний напрям реалізації соціальної відповідальності бізнесу / О. Грішнова, І. Когут // Україна: аспекти праці : науково-економічний та суспільно-політичний журнал — Київ, 2012. — № 8. — С. 10-15.

Плотнікова А.С., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СОЦІАЛЬНІ ЕФЕКТИ ВІД ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ

Інвестиції у людський капітал є основою для збільшення продуктивності праці, що зумовлює більш високі заробітки. Розглядаючи проблему ефективності інвестицій, слід зазначити, що крім грошових доходів існують і не грошові, котрі не враховуються в розрахунках норм віддачі капіталовкладень в освіту, охорону здоров'я та ін. Тому облік лише грошової прибутковості освіти знижує дійсну цінність

інвестицій у людський капітал.

Ідеї соціальної ефективності інвестицій в людський капітал беруть початок із теорії економічного зростання А. Маршалла («Принципи економічної науки», 1890). Він зазначав, що накопичення людського капіталу є двигуном економічного зростання. Маршалл підкреслював соціальні переваги цінних ідей, які генеруються високоосвіченими людьми і як наслідок стають суспільними благами. Американський економіст Р. Лукас («Механізми економічного розвитку», 1988), доводить, що суспільні ефекти від інвестицій в людський капітал перевищують обсяг приватних. Зовнішні вигоди можуть виникнути, тому що освіта знижує злочинну поведінку (Л. Лохнер і Е. Моретті «Вплив освіти на злочинну діяльність», 2004), дозволяє людям ефективніше брати участь у політичному житті (Фрідман «Капіталізм і свобода», 1963), підвищує добробут суспільства через мережу соціальних взаємодій [3, с.2].

Освіта є суспільним благом, яке створює значний позитивний зовнішній ефект і вимагає державного забезпечення інвестування в людський капітал, що дає досить тривалий за часом й інтегральний за характером соціальний ефект [1, с. 21]. Соціальні ефекти від інвестицій в людський капітал виникають тому, що інвестиції в людський капітал приносять соціальну вигоду не лише особам, залученим в процес інвестування, соціальна віддача від вкладень розповсюджується на все суспільство.

Ми пропонуємо виділяти соціальні ефекти від інвестицій в людський капітал на трьох рівнях: на рівні особистості, підприємства та держави:

а) Особистісний рівень: самовдосконалення і самоствердження особистості; підвищення освіченості; підвищення рівня професіоналізму; досягнення максимально можливого рівня здоров'я, ведення здорового способу життя; раціональний підхід до споживання і використання вільного часу; більш сприятливі умови праці.

б) Рівень підприємства: оптимізація процесів руху персоналу; підвищення рівня задоволеності від праці; створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі.

в) Державний рівень: поліпшення умов життя людей та підвищення їхнього добробуту; науково-технічний прогрес; запобігання забрудненню навколишнього середовища; зменшення розшарування суспільства за майновим і соціальним станом; зниження злочинності; підвищення рівня здоров'я населення; підвищення інтелектуального потенціалу нації; зростання культури, громадської активності.

Для кількісної оцінки соціальних ефектів від інвестицій в людський капітал треба класифікувати методи оцінки ефективності соціальних інвестицій (рис.1).



Рис. 1. Класифікація методів оцінки ефективності соціальних інвестицій [2, с. 65].

Суспільний ефект можна представити як функцію від параметрів, що визначають суспільну ефективність соціальних інвестицій: $NPV_p = F(q, t, i_p, T, U(t))$, де q - число користувачів даного суспільного блага; i_p - неперервна ставка дисконтування, що визначається на «основі суспільних альтернатив»; t - поточний часовий період; T - час використання даного суспільного блага; $U(t)$ – усереднена корисність (ефект у вартісному вираженні), що припадає на одного користувача в даний момент часу [2, с. 67].

Таким чином, наукова, інноваційна й освітня сфери дають зовнішній ефект, який виявляється на рівні особистості, підприємства і держави. Суспільна віддача від інвестицій в людський капітал перевищує приватну, тому держава зацікавлена у їх нарощенні і має відігравати визначальну роль у здійсненні цих інвестицій.

Література

1. Грішнова О.А. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / О. Грішнова, Н.

Полив'яна // Україна: аспекти праці : науково-економічний та суспільно-політичний журнал / НДІ праці і зайнятості населення, Мінпраці та НАНУ. - Київ, 2009. - № 3. - С. 19-24.

2. Шибаева Н.А. Методы оценки эффективности социальных инвестиций // Проблемы управления. - Москва, 2008. - № 3. - С.64-68, [електронний ресурс] // Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-sotsialnyh-investitsiy>.

3. F. Lange, R. Topel The Social Value of Education and Human Capital // Handbook of the economics of education 2006, p.459-509 [електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.econ.yale.edu/~fl88/Handbook_Chapter.pdf.

Позняк В.Л., студ. гр. МК-12

Науковий керівник: к.е.н., ст. викл. Бугайова М.В.

Кіровоградський національний технічний університет

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

Прискорення темпів соціально-економічного та інноваційного розвитку країни безпосередньо залежить від підвищення продуктивності людської праці на основі піднесення ролі новітніх знань, зростання професійної майстерності населення. Це є неможливим без якісного формування та розвитку трудового потенціалу населення, який має характеризуватися міцним здоров'ям, високим рівнем загальної та професійної освіти, схильністю до безперервного навчання та інновацій, професійною мобільністю. Разом з тим вітчизняні вчені і фахівці з тривогою констатують, що в Україні спостерігаються негативні процеси у розвитку людських продуктивних сил, зокрема, кількісне скорочення та руйнація якості трудового потенціалу, що, у свою чергу, гальмує подальші позитивні зрушення в економіці регіонів, необхідні для забезпечення якісного людського розвитку країни. За таких умов виникає об'єктивна потреба в науковій оцінці стану формування трудового потенціалу країни та визначенні оптимальних шляхів його збереження і розвитку.

Серед українських дослідників вагомий внесок у вивчення та формування цієї багатогранної проблеми належить М. Семикіній, О. Амоші, С. Бандуру, Д. Богині, О. Грішновій, Б. Данилишину, М. Долишньому, Т. Заяць, С. Злупку, Є. Качану, А. Колоту, В. Куценко, Е. Лібановій, О. Новіковій, В. Онікієнку, В. Приймаку, С. Пиріжкову, В. Стешенко, Л. Семів, А. Чухно, Л. Шаульській, Л. Шевчук та ін. Водночас, не зважаючи на значне коло досліджень, можна з впевненістю стверджувати, що поки не створено дієвого механізму збереження та розвитку трудового потенціалу в Україні загалом. Прояв негативних тенденцій у стані розвитку трудового потенціалу диктує нагальну потребу у продовженні наукових досліджень у цьому напрямі [4].

Мета статті полягає у визначенні напрямів формування та якісного розвитку трудового потенціалу України за результатами аналізу його сучасного стану та використання в інтересах зростання конкурентоспроможності економіки країни.

Найважливіші напрямки формування і розвитку трудового потенціалу визначаються його структурою: природно-біологічним, освітньо-професійним, соціально-економічним та іншими елементами трудового потенціалу. Загальною основою і джерелом формування трудового потенціалу є населення країни [1, с.34]. Отже, розглянемо такий показник, як коефіцієнт природного приросту населення України. За статистичними даними, у 2013 р. коефіцієнт природного приросту населення склав 11,1. Додатний природний приріст населення в Україні востаннє мав місце у 1990 р. Від'ємний приріст зменшувався від -6,4 у 2006 р. до -3,1 у 2012 р., за виключенням 2010 р., коли приріст населення становив -4,4, так з 2006 р. невинно зменшується скорочення населення внаслідок зростання народжуваності та скорочення смертності. Ця позитивна тенденція підкріплюється вдалою демографічною політикою останніх років. Загальний рух населення країни характеризується його природним приростом і сальдо міграційних потоків, тобто різницею між чисельністю тих, хто прибув у країну (іммігрантів), і тих, хто вибув (емігрантів). Так природний рух населення протягом 2006-2013 є від'ємним, а сальдо міграції населення (враховуючи і нелегальну) є позитивним (число прибулих, перевищує число вибулих). Так міграційний приріст у 2013 році становив 31913 чоловік [3].

Важливим показником населення як носія трудового потенціалу є стан здоров'я нації. На відміну від світової тенденції, у нашій країні середня очікувана тривалість життя – синтетичний показник здоров'я населення – зменшується і наразі становить 70,4 років. Це приблизно на 10 років менше ніж у Західній Європі [3].

Головним чинником формування і розвитку трудового потенціалу, людського капіталу є освіта. Завдяки здобуткам радянської системи освіти наша країна ще має достатньо високий освітньо-професійний потенціал, високий рівень освіченості дорослого населення, розвинуту систему професійної підготовки, фундаментальний характер вищої освіти. За рівнем грамотності дорослого населення старше 15 років (99,7 %), середньої освіти (98,4 %) та за коефіцієнтом охоплення вищою освітою населення старше шкільного віку (85,0 %) Україна знаходиться в одному ряду з розвинутими європейськими країнами, США і Японією. А за деякими показниками освіченості навіть перевершує їх. Громадяни України, особливо молоде покоління, володіють у необхідній мірі іноземною мовною і комп'ютерною грамотністю [3].

Разом із цим, у системі української освіти є й серйозні проблеми. Якість освіченості із природничої та класично-гуманітарної підготовки як у випускників середньої школи, так і у студентів бажає кращого. Збереглося і навіть загострилося протиріччя між освітою і ринком праці, між отриманою освітою і вартістю робочої сили. Немає безпосереднього зв'язку між рівнем освіти та зарплати. Рівень оплати праці у освітян значно нижчий, ніж в інших галузях народного господарства, хоча в передових і розвинутих країнах спостерігається протилежна пропорція в системі зарплати. Так, за даними Держкомстату України, у 2013 р. середня зарплата в сфері освіти становила 2700 грн. проти 3763 в промисловості в цілому [3].

Вихідну й ключову роль у формуванні та розвитку трудового потенціалу, людського капіталу відіграє сім'я. Саме в родині відбувається народження і виховання немовлят, закладаються основи їх фізичного і духовного розвитку та здоров'я. Лише в атмосфері сімейного життя, батьківської любові та турботи можна виховати і виростити справжню людину. Безперечно, школа і вищі навчальні заклади визначають основні напрями оволодіння молодими поколіннями загальнонауковими і професійними знаннями та навичками мислення. Разом із тим, як відомо, успішність учнів молодших класів безпосередньо залежить від ставлення батьків до навчання своїх дітей. Та й у старшокласників, а також у багатьох студентів успішність у значній мірі визначається ставленням їхніх батьків до своїх дітей. Саме в родині закладаються основи інтелектуального розвитку людини.

Чимале місце серед напрямів і чинників формування та розвитку трудового потенціалу посідає соціально-економічний фактор. Щодо трудового потенціалу цей фактор виступає як соціально-трудова відносина - частина виробничих відносин. Як свідчать дослідження донецьких економістів з Інституту економіки промисловості НАН шляхом репрезентативного опитування експертів – учених, фахівців, можновладців і представників профспілок з праці, головною причиною руйнування трудового потенціалу за роки незалежності є негативний вплив недосконалих соціально-трудова відносин (87,7 % респондентів). Це у свою чергу приводить до великомасштабної тінізації економіки, незадовільності трудового законодавства, недотримання роботодавцями законодавчо встановлених соціально-трудова прав і гарантій (78 % опитаних). Серед основних напрямків вдосконалення соціально-трудова відносин, як вважають експерти-трудова, - створення реальних умов для формування та розвитку соціального партнерства і виробничої демократії, вдосконалення соціально-трудова законодавства та його орієнтація на європейські стандарти, підвищення ролі профспілкових організацій [1, с.13-15].

Таким чином, результати дослідження засвідчили необхідність прийняття термінових заходів на всіх рівнях в інтересах збереження та розвитку трудового потенціалу. Ключове значення, на наш погляд, мають такі заходи: - кардинальне поліпшення стану охорони здоров'я, проведення всеохоплюючої діагностики та профілактичних заходів щодо збереження здоров'я та утвердження здорового способу життя, вдосконалення стимулювання праці медичних працівників; - соціально-економічна підтримка в країні молодих сімей (пільгові кредити на житло, сприяння у працевлаштуванні, гарантії місця в дитячих садках); - заохочення людей похилого віку до активної трудової діяльності, створення для цього сприятливих умов і режиму праці; - максимальне залучення працездатного населення до легальної трудової діяльності в економіці області; - зменшення розміру податків на фонд заробітної плати з метою зниження тінізації зайнятості; - вдосконалення законодавчої бази самостійної зайнятості та створення розгалуженої інфраструктури малого бізнесу; - соціальна підтримка молодих працівників, стимулювання їх зайнятості в регіоні; гарантії першого робочого місця для випускників навчальних закладів.

Література

1. Буряк П.Ю., Карпінський Б.А., Григорєва М.І. Економіка праці та соціально-трудова відносин: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 440 с.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник / О.А. Грішнова – К.: Знання, 2004. – 535 с.
3. Державна служба зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list>
4. Трудовий потенціал Кіровоградської області: стан та перспективи розвитку (колективна монографія) / За ред. М.В. Симикиної – Кіровоград: ВАТ «Кіровоградське видавництво», 2008. – 304 с.

Полякова К.В., Філіпова Н.А., магістр. гр. ОП-13м
Науковий керівник: к.е.н., доц. Лисенко А.М.
Кіровоградський національний технічний університет

ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Побудова ефективного механізму регулювання господарської діяльності підприємств здійснюється на основі органічного поєднання державного впливу з ринковими важелями. Особливе місце в структурі механізму державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання посідають інструменти податкової політики. Вибір вдалих схем податкової оптимізації, які не суперечать вимогам чинного законодавства, а також постійний моніторинг показників податкового навантаження на суб'єкт

господарювання є запорукою ефективного регулювання господарської діяльності підприємств та організацій.

Дослідженням проблем податкового регулювання господарської діяльності підприємств та розробкою напрямів підвищення його ефективності займаються Буряк О.П., Маринець В.П., Савчук Н.В., Филипів Р.С., Шевчук О.М., Ярема Б.П., Ярема Я.Р. та інші науковці. Однак недостатньо вирішеними залишаються питання, пов'язані з використанням альтернативних підходів в оподаткуванні, удосконаленням методологічних аспектів регулювання господарської діяльності підприємств засобами оподаткування.

Завданням даної публікації є аналіз теоретичних аспектів застосування податкових важелів як ефективного засобу регулювання господарської діяльності підприємств України.

Податки впливають на виробничу діяльність підприємств, на їх платоспроможність, фінансову стійкість, конкурентоспроможність продукції. Рівень цього впливу залежить від складу податків, рівня їх фіскальності та методів стягнення, стабільності та досконалості податкової системи. Вплив окремих податків на доходи бюджету і діяльність підприємств залежить, насамперед, від бази оподаткування: чим більш широка база даного податку, тим суттєвішою може бути сила його впливу.

Складність функціонування податкової системи рельєфно виявляється при аналізі окремих податків, що справляють найбільший вплив на діяльність підприємств, зокрема податку на прибуток підприємств, податку на додану вартість, єдиного соціального внеску та податку на доходи фізичних осіб.

Критерієм оцінки впливу податків на роботу підприємств може бути прибуток. Податок на прибуток сплачується як частина від отриманого підприємством прибутку, і тому має значний вплив на функціонування суб'єктів господарювання, адже при цьому зменшуються можливості розширеного відтворення.

Слід зазначити, що вплив податку на додану вартість на діяльність підприємства великою мірою залежить від призначення товару і типу покупця. Якщо покупець використовує придбаний товар як засіб виробництва, а отже, має можливість відшкодувати суми ПДВ, що входять у ціну, з бюджету, то ймовірніше, що ні підвищення, ні пониження ставок ПДВ не справлятимуть значного впливу на фінансовий стан продавця товару. Якщо покупець використовує придбаний товар як предмет споживання, то ефект від зміни ставок ПДВ буде розглядатися між товаровиробником-продавцем і споживачем у відповідності з особливостями еластичності попиту на цей товар. Крім того, високі ставки ПДВ негативно впливають на економічну діяльність підприємства внаслідок наявності часового розриву між моментом оплати ПДВ у ціні товару і моментом відшкодування його з бюджету, а також внаслідок підвищених витратів на придбання додаткових матеріально-технічних ресурсів у разі розширення виробництва.

Вагомий вплив на ефективність діяльності підприємств має також єдиний соціальний внесок і податок на доходи фізичних осіб. Податки із населення справляють пряму дію на доходи споживача. Для забезпечення існування робітників при збільшенні державою рівня податків на їх заробітну плату, підприємці будуть змушені підвищити зарплату. Такий крок призводить до зростання виробничих витрат, зменшення прибутку. Прагнучи знизити податкові витрати, підприємці здійснюють їх мінімізацію як законним шляхом (за рахунок скорочення обсягів виробництва), так і незаконним (шляхом часткового відображення в обліку сум нарахованої заробітної плати).

Найбільш важливими показниками оцінки ефективності механізму оподаткування є визначення суми податкових платежів, які здійснює підприємство від фонду оплати праці. Зважаючи на те, що платежі до загальнодержавних фондів і податок на доходи фізичних осіб розраховуються за єдиною базою, у процесі розрахунку ставки цих податків підсумовуються з метою використання єдиної ставки відрахувань. На другому етапі визначають суму платежів, які входять в ціну продукції, що реалізується, а також суму податку на прибуток та ефективну ставку оподаткування прибутку підприємств. Наступним етапом є визначення суми загальних податкових платежів, які розраховуються підсумовуванням усієї суми податків. Останній етап оцінки ефективності податкового механізму – розрахунок показників податкового навантаження на суб'єкт господарювання (співвідношення суми нарахованих податків (зборів, платежів) до чистого прибутку, величини власного капіталу, чисельності працюючих і т.ін.).

Зазначений підхід забезпечує наявність у стратегії підприємства набору легальних чинників успіху, які надавали б йому змогу адекватно оцінити рівень впливу оподаткування на кінцеві результати своєї діяльності, ефективно будувати свою податкову політику і забезпечувати економічне зростання.

Література

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Податковий менеджмент: підручник / Ярема Б.П., Маринець В.П., Савчук Н.В., Ярема Я.Р., Шевчук О.М., Буряк О. П., Филипів Р.С. – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 352 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ЙОГО РОЗВИТКУ

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій в ринковій економіці, яка характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. Висока конкурентоспроможність є основною умовою розвитку і життєдіяльності підприємства. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження є актуальним.

Дослідження теоретичних основ, практичного застосування та проблем управління конкурентоспроможністю підприємств у ринкових умовах господарювання знайшли своє відображення в працях закордонних учених І. Ансоффа, Г. Асселя, А. Курно, Ф. Котлера, Г. Минцберга, Пітерса, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Р. Уотермена, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера та інших. У працях вітчизняних учених Я.Б. Базилука, В.А. Білошапки, Н.М. Гаращенко, В.І. Герасимчука, В.Л. Діканя, Г.В. Загорій, Ю.Б. Іванова, Г.М. Скударя, О.Б. Чернеги та інших, приділяється значна увага формуванню конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність виробляти та реалізовувати свою продукцію швидко, якісно, дешево при високому технологічному рівні обслуговування; це можливість ефективно розпоряджатися ресурсами в умовах конкурентного ринку [1].

Конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на ринку. При цьому обов'язковою вимогою є порівняння таких параметрів як [2]:

- а) технології,
- б) можливості удосконалення обладнання,
- в) рівень персоналу,
- г) система управління,
- д) рівень інновацій,
- е) стан комунікацій,
- є) рівень маркетингової політики,
- ж) експортно-імпорتنі можливості та н.. параметри.

Систематична оцінка конкурентної позиції підприємства порівняно з основними конкурентами є важливим етапом в аналізі стану підприємства. Міцність конкурентної позиції підприємства оцінюється окрім вказаних параметрів ще й за такими важливими, щодо конкуренції показниками, як якість товару, фінансова стійкість, технологічні можливості стосовно основних конкурентів.

Існує принаймні три ознаки конкурентоспроможності підприємства:

- 1) рентабельність виробництва;
- 2) ринкова позиція, що виражається часткою ринку або сегментом ринку;
- 3) цінова еластичність попиту споживачів на диференційований товар.

Вказані ознаки необхідно розглядати та використовувати лише комплексно, в іншому випадку може надаватися викривлене уявлення про рівень конкурентоспроможності.

На думку вчених, для підприємства існують три основні шляхи здобуття конкурентних переваг: стати кращим самому, послабити конкурентів або змінити ринкове середовище.

У першому випадку підприємство застосовує сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності (наприклад, поліпшення якості продукції, зниження її собівартості). У другому випадку – діяльність компанії спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. У випадку неможливості використання двох перших шляхів або їх вичерпаності компанії часто намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують [4].

Існують два антагоністичні погляди щодо можливостей здобуття конкурентних переваг. Згідно з традиційним і найпоширенішим поглядом, конкурентні переваги підприємство здобуває у процесі роботи на ринку. Таких поглядів дотримуються, наприклад, школи стратегічного планування, позиціонування, підприємництва та інші [3]. Іншої позиції щодо можливостей здобуття конкурентних переваг дотримуються представники школи, які вказують, що певні конкурентні переваги можна здобути в процесі ринкового навчання, проте стратегічні переваги є природними, перманентними й зумовленими середовищем, в якому працює підприємство.

Підприємства прагнуть конкурентних переваг, знаходячи засоби конкуренції у своїй галузі і виходячи з ними на ринок. Будь-яке нововведення, що дає підприємству реальне збільшення його успіху на ринку, – це конкурентна перевага. Нововведення в широкому розумінні включає і поліпшення технології, й удосконалення способів і методів ведення бізнесу.

Якщо ріст конкурентоспроможності підприємства забезпечується за рахунок використання зовнішніх факторів, наприклад, шляхом зниження ціни на вироблений товар, чи за допомогою посилення бренду, в такому випадку має місце підвищення ринкової позиції підприємства при змінній еластичності попиту та зниженні рентабельності виробництва.

Зниження конкурентоспроможності проявляється в зниженні або всіх трьох частин його ознак або ж

деяких з них.

Отже, управління конкурентною політикою підприємства – це важлива складова в системі управління підприємством, оскільки вона дає можливість сформулювати загальну стратегію та передбачити й прорахувати перспективні напрями розвитку. Але сьогодні в формах статистичної звітності промислових підприємств відсутні і показник конкурентоспроможності і показник успішної реальної конкурентної боротьби (показник конкурентності). Поняття «конкурентоспроможність підприємства» принципово не може бути виміряне єдиним статистичним показником.

Література

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Сасенко М. Г. Стратегія підприємства: підручник. / М. Г. Сасенко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпбел Дж. Школи стратегій. / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпбел – СПб., «Питер», 2000. – 420 с.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАККіМ, 2006. – 160 с.

Потєєв С.О., студ. 2 курсу, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.
Київський Національний Університет імені Тараса Шевченка

ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В аграрному секторі економіки України впродовж останніх років відбулися значні перетворення, обумовлені переходом до ринкових форм господарювання. Новий етап розвитку сільського господарства України перш за все має супроводжуватися зростанням продуктивності праці. Саме інноваційна діяльність підприємства в сфері підвищення продуктивності праці надасть змогу зміцнити позиції підприємства на ринку.

На жаль, нині не враховується, що саме продуктивність праці є головним показником ефективності економіки країни. У сільському господарстві, де економічний механізм найбільш розладнаний, не відбуваються суттєві зрушення щодо підвищення продуктивності праці. Це пояснюється тим, що в Україні не сформовано дієвого механізму мотивації праці, мало інноваційно-активних організацій, низький рівень розвитку соціальної та виробничої інфраструктури. Ці та багато інших чинників гальмують зростання продуктивності праці на підприємствах сільськогосподарського сектору економіки України.

Покращення економічного стану сільськогосподарської галузі в Україні неможливе без підвищення рівня продуктивності праці, який зумовлюється багатьма факторами. Отже, чинники зростання продуктивності праці – це зміни матеріально-технічних, організаційних та соціально-економічних умов, під впливом яких скорочуються затрати праці на виробництво одиниці продукції [2,114]. Існують такі основні інституційні чинники підвищення продуктивності праці: людський капітал, наукові дослідження та їх впровадження, структурні зміни в економіці, організація праці, соціальне партнерство [2,117].

На прикладі підприємства ТОВ «Рассвет-Агро» проаналізуємо динаміку продуктивності праці (таблиця 1), та внесок інновацій в її зростання.

Таблиця 1

Продуктивність праці на підприємстві ТОВ «Рассвет-Агро»

Показники	Роки							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Середньооблікова чисельність працівників	38	36	28	25	24	23	22	22
Виробіток зернових (т.)	507,63	485,11	377,93	594,52	511,86	479,42	788,13	608,01
Продуктивність праці (т/люд)	13,35	13,47	13,49	23,78	21,32	20,84	35,82	27,63

Проаналізувавши дані таблиці, можна зробити висновок, що продуктивність праці на ТОВ «Рассвет-Агро» в межах 2005-2007 рр., зростала повільно, і здебільшого за рахунок звільнення працівників. Щодо інноваційної діяльності підприємства, то за цей період її майже не відбувалося, підприємство працювало на застарілому обладнанні, не вистачало коштів на оновлення сільськогосподарської техніки.

У 2008 році рівень продуктивності праці підвищився на 76,2 % порівняно з 2007 роком. Цьому посприяли такі чинники: 1. Підприємство придбало зернозбиральний комбайн NEW HOLLAND CSX 7080; 2. Підприємство розпочало закупівлю високоврожайних сортів пшениці та соняшника «першого» класу, класу «еліт» та класу «с/еліт».

У 2011 році відбулося зростання продуктивності праці на 72% порівняно з 2010 роком. Цьому сприяв той факт, що підприємство повністю оновило автопарк тракторів, замінивши 3 трактори марки «Т-150» на 2 трактори NEW HOLLAND Т390, розпочало використовувати інноваційні добрива, які значно підвищили врожайність зернових культур. Але, в 2012 році тенденція зміни продуктивності праці дещо змінилася: продуктивність праці впала на 33% щодо 2011 р. Це пояснюється несприятливими кліматичними умовами, які вплинули на врожайність (відсутність дощів влітку, зміщення сезонів тощо).

Отже підприємство за період з 2005-2012 роки проводило інноваційну діяльність починаючи з 2008 року. Це позначилося на підвищенні продуктивності праці, та конкурентоспроможності підприємства в цілому. На нашу думку пріоритетними напрямками подальшої діяльності підприємства є: 1. Остаточне оновлення основних фондів виробництва; 2. Інвестиції у використання інноваційних добрив та гербіцидів, та впровадження нових технологій виробництва сільськогосподарської сировини; 3. Створення умов для ефективного формування мотивації праці на підприємстві;

Отже, усі способи підвищення продуктивності праці в сільському господарстві можна розподілити на 3 групи: збільшення валової продукції за рахунок підвищення врожайності культур; економія (скорочення робочого часу) за рахунок сучасної організації праці; резерви комплексного впливу, які водночас забезпечують збільшення виробництва продукції та зменшення витрат робочого часу.

На сьогодні найважливішою умовою зростання продуктивності праці в аграрному секторі економіки України є застосування комплексу інноваційних факторів підвищення продуктивності праці, передусім повне забезпечення сучасною технікою, впровадження високоврожайних сортів зернових, використання інноваційних добрив та гербіцидів.

Література

1. Гордійчук А.І Ефективність галузей сільського господарства та їх інноваційний розвиток / Гордійчук А.І // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010 – Вип. 154 ч. 1. – С. 96 – 101.
2. Грішнова Олена Антонівна Трудовий потенціал України: оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку: Монографія/ [О.А. Грішнова, С.Р. Пасєка, А.С. Пасєка]: за наук. Ред. д-ра економічних наук, проф. О.А. Грішнкової. – Черкаси: видавництво ТОВ «МАКЛАУТ», 2011, - 360 с.
3. Євчук В.В Інноваційна діяльність як чинник підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки/ Євчук В.В// Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.02. – С. 158-162.
4. Макаренко П.М Проблеми продуктивності праці в сучасних умовах розвитку сільського господарства/[Макаренко П.М., д.е.н., проф. Зоря О.П., к.е.н., Данько О.В.]// Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2011 – Вип. 2 Том. 2.-С. 3 – 8.
5. Мармуть Л.О Фактори і показники продуктивності праці у сільській місцевості / Л.О. Мармуть, Л.В. Транченко // Наукові записки. Серія «Економіка»: зб. наук. праць. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2011. – Вип. 18. – С. 332–340.

Рагуліна І.О., студ. гр. ФК-12

Науковий керівник: д.е.н., проф. Семикіна М.В.

Кіровоградський національний технічний університет

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ СМЕРТНОСТІ І НАРОДЖУВАНOSTІ В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Умови глобалізації, стрімкого розвитку продуктивних сил зумовлюють процеси міграції та зміну кількості населення у різних країнах. Тому питання природного приросту населення набуває ще більшої актуальності для України, оскільки Україна, як і будь-яка інша країна, не має змісту існування без населення як об'єктивної основи. Розвиток держави неможливий без достатньої кількості населення, необхідного кількісного та якісного складу демографічного потенціалу.

Метою написання роботи є обрахунок та характеристика основних абсолютних та відносних показників природного приросту населення для визначення і висвітлення проблем природного приросту населення України, а саме Кіровоградської області за період 2010-2012 років.

Проблема природного приросту завжди цікавила вчених різних галузей науки. Дана проблема залучає науковий інтерес математиків, соціологів, економістів, тому знаходить своє відображення у роботах таких науковців, як: Е.М. Лібанова, С.Ю. Аксьонова, О.О. Коломієць, Б.О. Крімер, Н.О. Рингач, Л.І. Слюсар, В.С. Стешенко, В. П. Піскунов, П.Є. Шевчук.

Населення є природною основою формування трудових ресурсів – найголовнішого елемента продуктивних сил. Щодо ринку праці, то визначальними елементами взаємозв'язку даного економічного поняття з населенням є саме якісний склад та динаміка останнього. Вивчення чисельності, складу і динаміки населення надзвичайно важливе і для економіки праці [1].

Найважливішим фактором динаміки загальної чисельності населення України є його рух. В статистиці під рухом населення розуміють зміну його чисельності, а кількісні характеристики населення формуються під впливом його природного та механічного руху.

Природний рух населення - це зміна одного покоління іншим в результаті народжуваності і

смертності. Природний рух характеризується показниками народжуваності, смертності, а також природного приросту.

Ці показники визначають у відносному та абсолютному вираженні. Абсолютні показники - це загальна кількість народжених або померлих, кількості зареєстрованих та розірваних шлюбів; відносні показники характеризуються коефіцієнтами народжуваності, смертності та природного руху, які розраховуються на 1000 жителів у проміле, коефіцієнтами шлюбності та розлученості, дитячої смертності. Вони використовуються для порівняльного аналізу природного руху населення на територіях, населених пунктах у часі [3].

Абсолютні показники народжуваності та смертності, кількості шлюбів та розлучень, випадків дитячої смертності отримуються способом реєстрації даних, перепису, аналізу статистичної звітності, а відносні показники розраховуються на основі абсолютних.

Загальний коефіцієнт народжуваності являє собою відношення кількості народжених за рік на 1000 жителів до середньорічної чисельності населення.

Однак, важливо звернути увагу на недоліки цього показника. Даний коефіцієнт не відображає реальну ситуацію народжуваності, тому використовують інші показники, такі як коефіцієнт народжуваності за віковими групами та сумарний коефіцієнт народжуваності. Перший показник розраховується діленням кількості народжених живими за рік у жінок визначеної вікової групи на середньорічну постійну чисельність жінок відповідного віку [2].

Одним із чинників природного руху населення є смертність. Для її характеристики зазвичай використовують коефіцієнт смертності - відношення кількості померлих за рік осіб до середньорічної чисельності населення даного регіону, а коефіцієнт дитячої смертності визначається як кількість померлих дітей за рік у віці до одного року до загальної кількості народжених за цей самий рік в загальному по регіону.

Отже, безпосередньо розглянемо динаміку народжуваності та смертності в Кіровоградській області за 2010-2012рр. (Рис. 1)

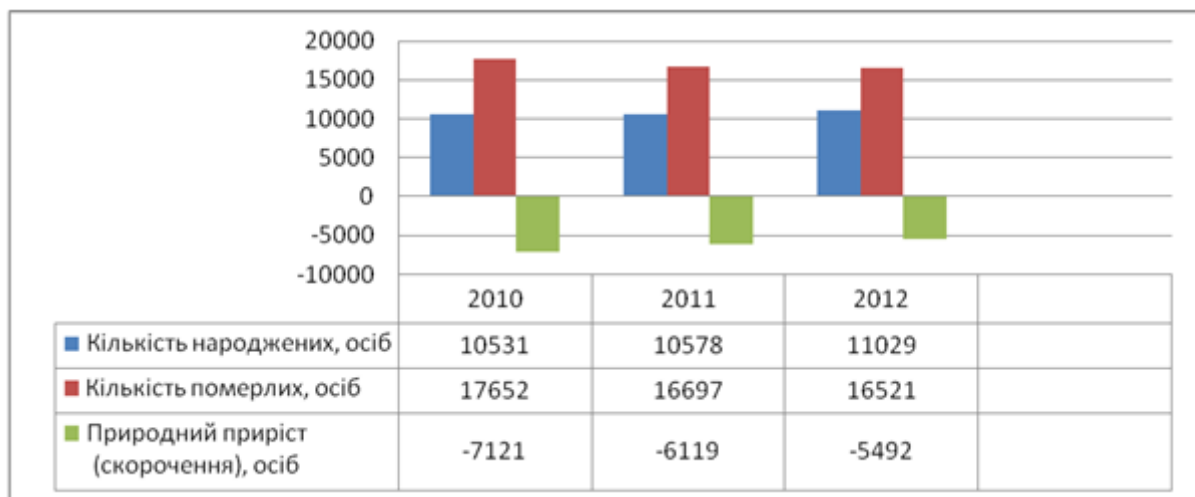


Рис.1. Динаміка народжуваності та смертності в Кіровоградській обл. за 2010-2012 р.р.

Зробивши висновок, можна прослідкувати зменшення смертності у 2011 та 2012р. в порівнянні з 2010р. та зростання народжуваності, однак навіть таке покращення демографічної ситуації в Кіровоградській області не забезпечує позитивного приросту населення, що на даний час носить від'ємний характер і становить -7121 та -5492 особи відповідно у 2010 та у 2012рр. Такий ефект має назву вимирання нації та свідчить про скорочення чисельності населення, що негативно впливає як на економічну, так і на загальну ситуацію в країні.

За всіма одержаними показниками можемо зробити висновок, що загальна демографічна ситуація в Кіровоградській області покращилась, суттєво збільшився природний приріст населення, зменшилися показники смертності та збільшилися показники народжуваності, та все ж ситуація є негативною, оскільки природний приріст ще набуває від'ємних значень.

В Україні розробляється стратегія демографічного розвитку країни, що передбачає цілісну систему заходів демографічної політики. Для вирішення цієї проблеми державі необхідне проведення і фінансування демографічних досліджень, розробка і впровадження послідовної довгостратегічної програми демографічного розвитку для забезпечення високого і стабільного рівня соціального захисту населення.

Література

1. Стеценко С.Г. Демографічна статистика з основами демографії: [Підручник]. — К. : Вища школа, 2005. — 416с.

2. Населення України. Народжуваність в Україні у контексті суспільно-трансформаційних процесів. — К. : АДЕФ-Україна, 2008. — 288 с.
3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудових відносин: [Підручник]. — К. : Знання, 2006. — 559 с.
4. Офіційний сайт Комітету державної статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу до сайту : www.ukrstat.gov.ua.

Романюк Д.М., викл.

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТИФІКАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ КЛЮЧОВІ ВИМІРИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ

Поняття соціально-економічної стратифікації є складним та багатограним. Незважаючи на численні наукові розвідки й досі не визначено єдиного критерію, на основі якого можна було б виділити більш-менш однорідні суспільні прошарки та сформувати об'єктивну структуру суспільства.

Соціальна стратифікація – це динамічний процес, який практично ніколи не перебуває у статичному вимірі: будь-які зміни (чи то економічні, чи то політичні, чи ін.) призводять до трансформації суспільної структури.

Концепція людського розвитку є загальновизнаним мірилом соціального розвитку та прогресу на світовому рівні. Це пояснюється тим, що в її основу покладені базові виміри, поліпшення стану справ у яких відображається як прогрес розвитку держави, так і прогрес у розвитку особистості.

Концепція людського розвитку як особлива теоретична система й орієнтована на практику державного управління методологія виходить з визнання неможливості звести суспільний прогрес до зростання грошового доходу чи примноження матеріального багатства.

З огляду на ключові виміри людського розвитку, автор пропонує аналізувати та вивчати процеси соціально-економічної стратифікації за трьома базовими його напрямками: освіта, здоров'я та добробут (див. табл. 1).

Методика аналізу та оцінки освітньої стратифікації населення. Одним з ключових критеріїв рівня життя та рівня матеріального забезпечення особи є її рівень освіти. Як вітчизняні, так і зарубіжні вчені доволі часто використовують показник рівня освіти та пов'язаного з ним освітньо-кваліфікаційного рівня для детермінації місця людини в соціальній ієрархії.

Таблиця 1

Система показників для аналізу соціально-економічної стратифікації українського соціуму*

Вимір людського розвитку	Показники, які характеризують соціально-економічну структуру населення
Освіта	– Динаміка рівня освіти населення (частка людей з різними рівнями освіти, %). – Середня тривалість навчання, років. – Показники освіти населення різних дохідних груп.
Здоров'я	– Середня очікувана тривалість життя при народженні (років). – Самооцінка населенням різних дохідних груп стану свого здоров'я. – Показники смертності та очікуваної тривалості життя залежно від рівня освіти.
Добробут	– Коефіцієнт Джині. – Структура населення України за рівнем середньодушових доходів. – Структура сукупного доходу домогосподарств. – Розподіл населення країни на групи за рівнем витрат, %. – Показник сукупних еквівалентних витрат.
*запропоновано автором	

Методика аналізу та оцінки стратифікації населення за станом здоров'я. Смертність та її похідна – очікувана тривалість життя населення – є одним з найбільш інформативних та синтетичних критеріїв соціально-демографічної результативності суспільного розвитку. Чільне ж місце здоров'я і життєздатності у системі відтворення населення визначається широким діапазоном і значущістю притаманних їм зв'язків у цій системі (з загальною і професійною працездатністю індивідів, їх мобільністю й адаптаційними можливостями, рівнем інтелектуального розвитку тощо), а також значенням здоров'я та тривалості життя як інтенсивного фактора розвитку населення.

Вплив соціально-економічної нерівності на показники здоров'я населення є беззаперечним. Взаємозв'язок високої захворюваності та смертності (особливо екзогенної) з безробіттям і маргіналізацією населення, бідністю і соціальною неповноцінністю не викликає сумнівів.

Методика аналізу та оцінки стратифікації населення за рівнем добробуту. Матеріальний добробут населення – це складна інтегральна характеристика, яка являє собою сукупність різноманітних економічних показників. Для прикладу, добробут можна визначити на основі наявності нерухомості та

майна тривалого використання, рівня поточних доходів та витрат, заробітної плати, рівня накопичених доходів тощо. Наявність нерухомості донедавна вважали об'єктивним показником рівня добробуту, проте сьогодні цей критерій практично повністю втратив свою об'єктивність.

З огляду, на те, що показник забезпеченості населення майном та нерухомістю втрачає свою об'єктивність, для врахування матеріальної складової при аналізі стратифікаційної структури доцільно використовувати показник поточних доходів. Проте варто зазначити, що в умовах значної тінізації національної економіки, науковці надають перевагу показнику середньодушових витрат, скоригованого на шкалу еквівалентності (сукупні еквівалентні витрати в розрахунку на одну особу).

Отож, автором запропоновано визначати соціально-економічну стратифікацію як ієрархічно організовану структуру суспільства, яка відображає суспільну диференціацію за освітніми, доходними та характеристиками рівня здоров'я, виявом якої є нерівність у розширенні можливостей людського розвитку.

Романюк Л.М., к.е.н., доц., Бондаренко Ю.Г., студ. гр. МБ-13с
Кіровоградський національний технічний університет

ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Важливий етап роботи кадрового менеджменту, щодо підвищення рівня компетентності – це оцінка (атестація) персоналу. В ході атестації оцінюється ступінь відповідності наявного рівня компетентності окремих працівників, вимогам тих посад, які вони займають. Для успішної діяльності необхідна не тільки цілеспрямована концентрація сил та правильно обрана стратегія, але й спроможність персоналу реалізувати розроблену конкурентну стратегію, що значною мірою залежить від сформованих умінь та навиків.

Компетентність – це сукупність спеціальних знань, умінь та практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості до виконання певних функцій відповідної складності. Компетентність підприємства – це сукупність технологічних, організаційних характеристик та характеристик всього персоналу, які забезпечують переваги у конкурентній боротьбі.

Управління компетентністю являє собою процес порівняння потреб якісних рис персоналу підприємства з його наявними характеристиками та визначення форм впливу на них для приведення у відповідність до потреб.

З точки зору управління компетентністю, тобто цілеспрямованого впливу на неї через оцінку, створення умов для формування і розвитку, важливим є визначення окремих складових компетентності, які включають такі професійно важливі якості, як: загальні та професійні знання; уміння та навички, отримані під час навчання та професійної діяльності; здібності природні та придбані протягом життя; способи спілкування; особистісні якості працівника.

Оскільки компетентність персоналу є стратегічним ресурсом підприємства, то кадровий менеджмент має забезпечити необхідні умови для її формування і розвитку. Організація роботи в цьому напрямку передбачає низку послідовних етапів: формування бази даних щодо точного та детального опису усіх посад та притаманних їм функцій; визначення необхідних компетенцій та компетентностей для кожної із посад, тобто розробка карт компетентності та розподіл необхідних компетенцій; аналіз та оцінка відповідності персональних компетентностей працівників тим функціям, які вони виконують; здійснення заходів щодо забезпечення більшої відповідності між виконуваними функціями та компетентністю працівника, шляхом посадового переміщення або підвищення компетентності; розробка та реалізація системи заходів щодо підвищення компетентності персоналу у відповідності до зміни трудових функцій та до вимог підвищення конкурентоспроможності підприємства; забезпечення постійного моніторингу відповідності між компетентністю працівників та їх функціональними обов'язками.

В ході атестації оцінюється ступінь відповідності наявного рівня компетентності окремих працівників, вимогам тих посад, які вони займають.

Для оцінки (атестації) персоналу запропоновано використати бальний метод. На початковому етапі проведення атестації персоналу доцільно здійснювати оцінку тільки ключових компетентностей як найбільш значимих. На основі здійсненої оцінки виводиться середній бал компетентності працівника:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^m x_i \cdot n_i}{n}, \quad (1)$$

де x – варіанта вибірки – значення бала; m – кількість варіант вибірки; n_i – частота варіант x_i ; n – обсяг вибірки ($n \leq N$) – кількість ознак характеристик, які вивчаються, N – загальна кількість ознак характеристик компетентності.

Залежно від одержаних балів проводиться робота з персоналом, яка потребує диференційованого

підходу до його компетентності (табл. 1).

Наступний етап у підвищенні компетентності персоналу – розробка програм особистого розвитку кожного працівника. Такі програми розробляються у відповідності до рекомендацій атестаційної комісії, з метою підвищення тих чи інших компетентностей, які ще не мають потрібного рівня або тих, які необхідні для реалізації обраної підприємством конкурентної стратегії.

Таблиця 1

Критерії оцінки рівня компетентності

Середній бал оцінки рівня компетентності	Критерії
Від –5 до 2	Рівень компетентності не відповідає вимогам посади. Працівника необхідно перевести на іншу посаду, направити на професійну підготовку або звільнити.
Від 2,1 до 3	Рівень компетентності недостатньо відповідає вимогам посади. Необхідно забезпечити підвищення професійної кваліфікації або перевести працівника на іншу посаду.
Від 3,1 до 4	Рівень компетентності в основному відповідає вимогам посади. Доцільно забезпечити підвищення рівня компетентності шляхом періодичного навчання, обміну досвідом, мотивації працівників до професійного розвитку.
Від 4,1 до 5	Високий рівень компетентності, який повністю відповідає вимогам посади. Доцільно або розширити повноваження посади або перевести його на посаду з вищим рівнем вимог.

Запропонована методика бальної оцінки рівня компетентності керівників всіх ланок та фахівців підприємства, диференційований підхід до їхнього розвитку та посадової ротації дасть змогу забезпечувати підвищення якісних характеристик, зростання конкурентоспроможності персоналу та його ефективного використання.

Література

1. Левченко О.М. Економіка знань: управління розвитком людських ресурсів Великобританії: моногр. / О.М.Левченко. – К.: Видавничий дім "Корпорація", 2005. – 292с.

Рубан Е.С., студ. 4 курса

Научный руководитель: к.э.н., доц. Стаценко Е.В.

Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

ПРИМЕНЕНИЕ АНКЕТИРОВАНИЯ ПРИ ОЦЕНКЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО МОТИВИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Анкетирование - один из наиболее распространенных и эффективных методов сбора первичной социологической и статистической информации, представляющий собой опрос сотрудников с помощью специального бланка с вопросами (анкеты). Цель анкетирования состоит в том, чтобы быстро и без больших затрат времени и средств получить объективное представление о мнении сотрудников относительно объекта исследования [4]. При этом анкетирование осуществляется по алгоритму, задачи которого определяются целями аналитиков, полнотой информации и видом объекта исследования.

Впервые метод анкетирования был использован Френсисом Гальтоном, изучавший происхождение умственных качеств личности по самоотчетам опрашиваемых, в 1874 году. В дальнейшем ученые различных отраслей применяли этот метод в аналитических целях, используя различные специфические методики (табл. 1.1.) [1,2,4,5]

Таблица 1.1

Методики, которые используются при оценке персонала

Автор	Наименование и особенности методики
1	2
Цуканова Е.В.	«Встречное анкетирование» - методика, предполагающая оценку отношения двух сторон канализируемому объекту, в рамках которой используется соответственно 2 типа различных анкет. На основе обработки данных выявляется степень согласованности мнений, наличие проблем или конфликтов в восприятии сторонами исследуемого объекта.
Савкина Е.	«Холодные контакты» - методика, предполагающая устные опросы респондентов в течение 2 – 3 минут, позволяющая получать ответы на 1 – 2 конкретных вопроса по анализируемому объекту.

1	2
Гезелл Арнольд Луций	«Лонгитюдное исследование» - методика, предполагающая последовательное многократное проведение анкетирования через строго установленные промежутки времени с целью определить динамику их изменения мнения респондентов и их взаимовлияние.
Кеттел Р.Б.	«Опросник Кеттелла» - методика, предполагающая оценку индивидуально-психологических особенностей личности и ее отношение к анализируемому явлению, включает в себя анкету, решение теста и отношение к анализируемому явлению.
Дембо - Рубинштейн	Методика анкетирования, проводимая графическим способом: респонденту предлагается на вертикальных линиях отметить определенными знаками уровень развития анализируемого явления и уровень притязаний, т. е. уровень развития этого же явления, который бы удовлетворял их.
HR – специалисты журнала «Бизнес без проблем»	«Барометр мотивации» - методика, направленная на выявление удовлетворенности респондентов мотивационной системой организации, путем выявления основополагающих мотивационных факторов и степени их взаимовлияния (корреляционных зависимостей).

На основании методики «Барометр мотивации» [5] автором была разработана собственная методика оценки удовлетворенности персоналом системой нематериальной мотивации предприятия (рис.1.1).

В результате оценки нематериальной мотивации по предложенной методике должен быть составлен комплексный показатель, характеризующий степень удовлетворенности персонала системой нематериальной мотивации предприятия согласно следующей закономерности: 100% удовлетворенность персонала системой нематериальной мотивации предприятия соответствует максимальной оценке отобранных показателей у всех респондентов, неудовлетворенность персонала системой нематериальной мотивации предприятия соответствует минимальной оценке отобранных критериев. На основании этого руководство должно принимать решение о структуризации действующей системы нематериальной мотивации персонала на предприятии.

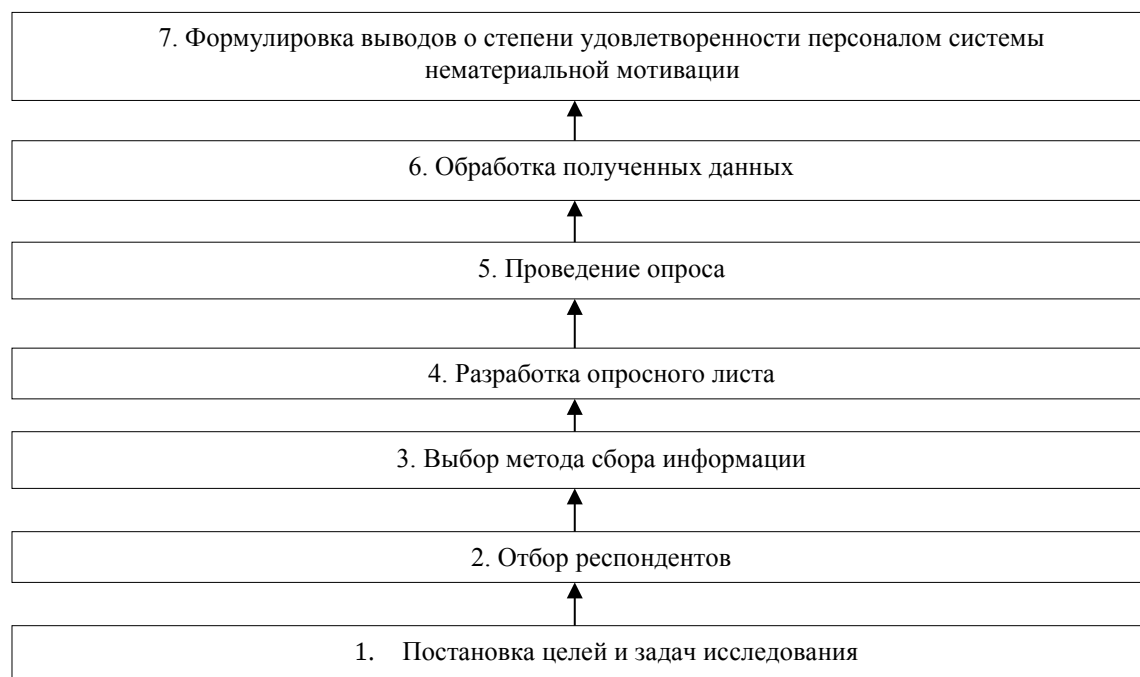


Рис. 1.1. Методика оценки удовлетворенности персоналом системой нематериальной мотивации предприятия

Литература

1. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования/ И.Ф.Девятко . – М.: КДУ, 2006. – 296с.
2. Капустина А. Н. Многофакторная личностная методика Р. Кеттелла / А.Н.Капустина. – СПб.: Речь, 2001. – 113 с.
3. Психология общения. Энциклопедический словарь. [под общ.ред. А.А. Бодалева]. – М.: Когито-Центр. – 2011. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/1095/word/>;
4. Самоукина Н. Методы обратной связи с персоналом/ Н.Самоукина // Кадровое дело № 2, 2006. – С.13.
5. Бизнес без проблем. – №3. – 2002. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://www.top-personnel.com/press_h20/rubrica_h59

РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ: ДОСВІД ЗАХІДНИХ КРАЇН

Нагальним питанням соціально-економічних перетворень в Україні є удосконалення та реформування державного регулювання системи оплати праці, оскільки існуюча система оплати праці не відповідає вимогам соціально орієнтованої ринкової економіки й свідчить про відсутність чітко налагодженого механізму взаємодії своїх основних елементів.

Сучасна система оплати праці не є ідеальною для забезпечення соціального захисту працюючих, незмінності та суворого дотримання встановлених соціальних норм та гарантій.

Тому одним із головних завдань є не механічне перенесення чи копіювання моделі системи оплати праці західних країн, а удосконалення механізмів державного і договірної регулювання системи оплати праці, первинних методів, принципів, напрямів розвитку, які створюють умови для ефективного функціонування системи оплати праці в умовах ринкової економіки.

Аналіз проблем державного та договірної регулювання системи оплати праці в умовах формування ринкових відносин в Україні міститься у працях Н.Волгіна, Р.Капелюшнікова, А.Колота, А.Нікіфорова, А.Лубкова, І.Моторної та ін.

Механізм державного регулювання оплати праці в країнах ЄС базується на співвідношенні таких складових, як:

- 1) мінімальна заробітна плата, граничні розміри її зростання в період інфляції, податкова політика (державне регулювання);
- 2) загальний порядок індексації доходів, форми і системи оплати праці тощо (колективно-договірне регулювання на галузевому рівні);
- 3) розміри тарифних ставок і окладів, доплат і надбавок (колективні договори);
- 4) середня заробітна плата (ринок робочої сили) [1].

Головним елементом державного регулювання в цьому механізмі є тарифні угоди, які дають можливість збільшувати чи зменшувати повноваження господарського суб'єкта при встановленні рівня оплати праці. Наприклад, у Німеччині оплата праці регулюється на основі усіх видів тарифних угод:

- типових тарифних угод, предметом яких є умови праці (звільнення, відпустка, робочий час тощо);
- тарифних угод щодо оплати праці робітників і службовців, тарифних угод щодо оплати праці. Вони встановлюються один раз на рік залежно від того, наскільки збільшуються доходи у зв'язку з інфляцією і зміною економічних результатів відповідної галузі;
- тарифних угод щодо розрядів оплати праці робітників і службовців залежно від того, які види діяльності і яким чином оплачуються [2].

На підприємствах Німеччини в організації оплати праці головними є тарифні угоди з розрядами заробітної плати робітників і службовців у відповідній галузі. У галузевих угодах країн ЄС основна увага приділяється питанням диференціації тарифних ставок працівників за основними професійно-посадовими групами і особливостями оплати праці окремих груп (професій) працівників. При цьому пропонується відійти від практики встановлення мінімальних тарифних ставок і взяти за основу принцип кратності мінімальної заробітної плати.

У колективному договорі підприємства обов'язково повинні відображатися всі питання, які стосуються умов оплати праці працівників, включаючи гарантії і компенсації за невідпрацьований час; пільги працівникам підприємства з урахуванням рішень з оплати праці, прийнятих у галузевих і територіальних угодах.

Підвищення стимулюючої функції оплати праці найманих працівників належить колективним договорам.

Не останню роль у визначенні умов оплати праці, реалізації принципу рівної оплати за рівну працю мають відігравати галузеві угоди.

Як свідчить досвід ЄС та інших високорозвинутих країн ринкової економіки, удосконалення державного регулювання оплати праці та розвиток договірної механізму регулювання оплати праці в Україні сприятиме перетворенню його в більш гнучку систему й підвищенню на цій основі ефективності функціонування системи оплати праці, а саме:

- закріплення постійності процесу проведення колективних переговорів;
- застосування механізму індексації заробітної плати, подібне до практики ЄС;
- усвідомлення того, що створення належних умов з боку держави для підвищення мотивації до високоефективної праці сприятиме наданню пріоритетного значення організації заробітної плати на рівні підприємств як одного з основних формуючих елементів системи оплати праці, а також відповідно до цього – чіткому законодавчому закріпленню незмінності пріоритету колективно-договірної механізму встановлення заробітної плати в системі її договірної регулювання; створення умов для укладання колективних договорів і угод на тривалий термін як засобу встановлення певних гарантій працівникам та

роботодавцям у довготерміновому періоді;

- диференційоване застосування контрактної форми оплати праці залежно від можливостей орієнтування зарплати працівника на конкретні результати його роботи; поширення контрактної форми оплати праці на більшість працівників у міру подолання економічної кризи й підвищення загальної культури соціально-трудових відносин.

Література

1. Дослідження проблем оплати праці: порівняльний аналіз (Україна та країни ЄС): монографія / А. М. Колот, Г. Т. Кулікова; за заг. ред. А. М. Колота, Г. Т. Кулікова. – К. : КНЕУ, 2008. – 274 с.
2. Матюх С. А. Західноєвропейський досвід організації оплати праці / С. А. Матюх // Вісн.ТУП. – 2003. – Ч. 2. – № 6. – С. 155–160.

Руденко О.С., студ. гр. ОА-12

Науковий керівник: к.е.н., ст. викл. Бугайова М.В.

Кіровоградський національний технічний університет

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ПРОБЛЕМИ ЯКІСНОГО ВІДТВОРЕННЯ

Ситуація, яка склалася сьогодні у формуванні й розвитку трудового потенціалу України, стала справжнім потрясінням для більшості людей, що довгий час жили в умовах повної зайнятості, абсолютної довіри до державного контролю за цінами і розподілом товарів та послуг. Громадяни України відчували вплив відкритого безробіття і вкрай швидкого соціального розшарування.

Тому дослідження процесів формування, якісного відтворення та використання трудового потенціалу суспільства та підприємства є досить актуальним в сучасних умовах економічного розвитку України, оскільки підвищення ефективності використання трудового потенціалу на підприємстві та у суспільстві в цілому може забезпечити зростання індексу людського розвитку держави.

Сьогодні цей науковий напрямок знаходиться у центрі уваги декількох наукових центрів України, серед них - Інститут регіональних досліджень НАН України (м. Львів), Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України (м. Київ), Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України (м. Київ), Інститут економіки промисловості НАН України (м. Донецьк), Науково-дослідний інститут праці та зайнятості населення Міністерства праці та соціальної політики України (м. Луганськ) та інші наукові установи, а також вищі навчальні заклади.

Мета статті полягає в дослідженні стану трудового потенціалу Кіровоградської області і розробці на цій основі теоретичних рекомендацій щодо шляхів його збереження та відтворення.

Трудовий потенціал – це ресурси або запаси праці, якими володіє суспільство, визначають його реальне значення чисельністю працездатного населення та його якісними характеристиками (стать, вік, освіта, професійна підготовка тощо; визначають сукупність можливостей населення до активної трудової, підприємницької, інноваційної діяльності у комплексі з умовами та якістю використання у сфері праці [1].

Трудовий потенціал складається з багатьох компонентів, головним з яких є: здоров'я, освіта, професіоналізм, моральність, вмотивованість, вміння працювати в колективі, творчий потенціал, активність, організованість, ресурси робочого часу [2].

Розглянемо стан трудового потенціалу на прикладі Кіровоградської області.

З кількісної точки зору трудовий потенціал Кіровоградської області являє собою економічно активне населення, тобто всіх тих, хто працює або шукає роботу (зайняті і безробітні), включаючи осіб працездатного віку і старше працездатного віку [3]. Розглянемо населення Кіровоградської області за показниками економічної активності (Таблиця 1).

Таблиця 1

Населення Кіровоградської області за показниками економічної активності (тис. осіб) [2].

Показники	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6	7
Економічно активне населення	500,2	503,2	499,2	480,3	473,5	474,0
працездатного віку	460,1	461,3	458,7	435,9	431,6	436,1
старше працездатного віку	40,1	41,9	40,5	44,4	41,9	37,9
Зайняте населення	458,9	462,4	459,1	432,7	431,2	433,1
працездатного віку	418,8	420,5	418,6	388,3	389,3	395,2
старше працездатного віку	40,1	41,9	40,5	44,4	41,9	37,9
Безробітне населення (за методологією МОП)	41,3	40,8	40,1	47,6	42,3	40,9
працездатного віку	41,3	40,8	40,1	47,6	42,3	40,9
старше працездатного віку	-	-	-	-	-	-

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
Економічно неактивне населення	303,7	292,7	285,6	290,0	284,8	274,8
працездатного віку	168,6	161,1	156,8	171,4	167,7	157,7
старше працездатного віку	135,1	131,6	128,8	118,6	117,1	117,1

Аналіз даних статистики дає змогу констатувати, що в Кіровоградській області стрімко зменшується кількість найманих працівників підприємств, установ, організацій. Йдеться про тих працівників, які уклали письмові трудові угоди (трудовий договір) на постійній або тимчасовій основі. За даними Кіровоградського обласного управління, середньорічна кількість найманих працівників, починаючи з 1990 р. до 2011 р. (включно), скоротилася у 2,5 р. (табл. 1). На нашу думку, такі тенденції теж віддзеркалюють загальне кількісне зменшення трудового потенціалу області, задіяного в офіційному секторі економіки.

На основі вищевикладеного можна зробити висновки, що за сучасних умов трудовий потенціал Кіровоградської області не лише скорочується кількісно, а й руйнується якісно, не використовується повністю, ефективно та раціонально, частина його залишається в резервному, прихованому стані, не працюючи повною мірою на інтереси економіки регіону, засвоєння інноваційної моделі розвитку.

В умовах поглиблення соціально-економічної кризи реальним шляхом підвищення ефективності використання трудового потенціалу регіону має стати збалансоване функціонування його господарського комплексу з урахуванням специфіки соціально-демографічного, економічного, природно-ресурсного, науково-технічного, виробничого, екологічного потенціалів.

Збереження та якісне відтворення трудового потенціалу повинно здійснюватись за такими напрямками: - постійне відслідковування визначальних показників стану трудового потенціалу в галузях і регіонах, що дасть можливість їх оцінити і на цій основі розробляти відповідні заходи на державному та регіональному рівнях; - впорядкування регулюючої функції мінімальної заробітної плати; - обґрунтування міжгалузевої, міжкваліфікаційної та міжпосадової диференціації заробітної плати; - застосування цілеспрямованої, суворо вибіркової підтримки висококваліфікованих трудових колективів та окремих категорій спеціалістів; - перехід до нової моделі відтворення робочої сили, яка забезпечила б відповідність трудового потенціалу вимогам, пов'язаними із процесом входження України до світового економічного простору.

Такі пропозиції можуть використовуватися управліннями економіки, іншими галузевими управліннями держадміністрацій обласного і районного рівнів, центрами зайнятості населення в процесі розробки заходів покращання використання трудового потенціалу, зменшення обсягів офіційного та прихованого безробіття.

Література

1. Трудовий потенціал України : оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку : Монографія [О.А. Грішнова, С.Р. Пасека, А.С. Пасека] : за наук. ред. д-ра економічних наук, проф. О.А. Грішнєвої. — Черкаси : видавництво ТОВ «МАКЛІАУТ», 2011. — 360 с.
2. Семикіна М.В. Трудовий потенціал Кіровоградської області : стан та перспективи розвитку (колективна монографія) — Кіровоград : ВАТ «Кіровоградське видавництво», 2008. — 304 с
3. Пустовіт В.М. «Трудоресурсне забезпечення регіону: діагностика стану,напрями розвитку» (Монографія) – Кіровоград, 2013. — 231с.

Сало А.В., аспірант
Кіровоградський національний технічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Економічна система будь якої країни не може забезпечити прогресивний розвиток без постійного використання інноваційних та інтелектуальних ресурсів. Такими ресурсами, в сучасному світі є капітал знань та вмінь суспільства. При таких умовах значно зростає статус вищої освіти в світлі не лише професійної підготовки людини як фахівця, а й забезпечення на належному рівні її самоосвіти з метою найповнішої реалізації закладених у кожній особі інтелектуальних можливостей. В Україні система вищої освіти давно потребує якісної перебудови а управлінський апарат – впровадження нових важелів впливу. Основні напрями розвитку системи вищої освіти й механізми її державного регулювання мають бути представлені через розвинену законодавчу базу, достатнім та ефективним бюджетним фінансуванням, досконало продуманою та виваженою концепцією.

Для того щоб побудувати якісну та дієву систему вищої освіти в Україні, владними структурами повинно бути закладене відповідне підґрунтя. Будь яка діяльність направлена в сферу освіти проходить через державну освітню політику. Така політика передбачає що суб'єктом її є державні органи регулювання освітнього процесу (органи законодавчої, виконавчої та судової влади, інститути

громадянського суспільства). Правильно організована освітня політика держави допомагає здійснювати ефективний контроль та введення необхідних змін на всіх рівнях системи вищої освіти. У розвинених державах освітня політика є важливою частиною соціальної стратегії. Освіта й освітня політика, що спрямовує її розвиток, виходять на перший план у програмах державних реформ [1, с. 7].

Розглядаючи українську модель державного управління вищою освітою з впевненістю можна сказати що вона є надто централізованою. Надлишок державного втручання спостерігається не тільки по відношенню до державних вищих учбових закладів (надалі ВУЗ) але й в систему приватних ВУЗів. Альтернативна вища освіта не має змоги виконувати свою роль через надмірний податковий тиск і використання непрямих методів державного регулювання. Централізація управління а також значна відірваність освіти від реальних потреб суспільства й сучасних вимог економічного розвитку призводить до зниження гнучкості та ефективності системи [2].

Варто пам'ятати, що на рівні з регулюванням освітньої сфери, держава має надавати ВУЗам особистий простір для владнання внутрішніх проблем. Безумовно втручання з боку держави в освітянську сферу повинно мати місце, але воно має бути направленим першочергово на ті сектори, які ВУЗи не мають можливості регулювати. Так наприклад, держава має регулювати первинний ринок праці з тим, щоб молоді спеціалісти отримували бможливість для самореалізації і само актуалізації [3].

Звертаючись до нормативно-правових документів, які регулюють діяльність сектору вищої освіти України, а саме до Конституції України маємо положення в якому зазначається, що кожен громадян України має право на безоплатну освіту незалежно від статі, раси, національності, соціального і майнового стану, роду та характеру занять, світоглядних переконань, належності до партій, ставлення до релігії, віросповідання, стану здоров'я, місця проживання та інших обставин [4].

Попри це в Національній доктрині розвитку освіти вказано, що стан фінансування освіти і науки залишається критичним, недостатнім також є рівень оплати праці працівників освіти і науки. Тому на вищі учбові заклади покладено функцію самостійного пошуку альтернативних джерел фінансування своєї діяльності.

На сьогоднішній день фінансування освіти в Україні може здійснюватися за рахунок:

- бюджетних коштів (за рахунок коштів Державного бюджету України, республіканського бюджету Автономної Республіки Крим та місцевих бюджетів - за державним замовленням);
- платних послуг, що їх мають право надавати освітні заклади;
- кредитних ресурсів (студентські позички тощо);
- цільових внесків роботодавців;
- спонсорської допомоги тощо.

Тобто університети зобов'язані самі забезпечувати надходження коштів до їх бюджету та формувати систему їх розподілу. В той же час відповідно до п. 5 статті 63 Закону України "Про вищу освіту", встановлено, що ВУЗ "у межах, визначених законами, та відповідно до статуту має право: отримувати кошти і матеріальні цінності (будинки, споруди, обладнання, транспортні засоби тощо) від органів державної влади, підприємств, установ, організацій (в тому числі благодійних) та фізичних осіб; здійснювати капітальне будівництво, реконструкцію, капітальний і поточний ремонт основних фондів на умовах підряду або господарським способом; спрямовувати кошти на будівництво або благоустрій соціально-побутових об'єктів, а також на соціальну підтримку педагогічних, науково-педагогічних та інших категорій працівників вищих навчальних закладів та осіб, які навчаються у ВНЗ". Відповідно до даного положення, вищі учбові заклади мають право самостійно розпоряджатися коштами і майном, якщо такі положення закріплені у його статуті. А відповідно до пункту 4 статті 64 Закону України "Про вищу освіту", для фінансування ВУЗів можуть залучатися додаткові джерела фінансування, не заборонені законодавством. Залучені кошти спрямовуються на здійснення статутної діяльності ВНЗ у порядку і на умовах, визначених законодавством та його статутом [5].

Безперечним є те, що сучасні інтеграційні процеси внесли інноваційну складову і в знаєву економіку. Виходячи з цього змінились форми та призначення існуючих механізмів впливу на освітні процеси. Так, наприклад, поряд з вже традиційними функціями регулювання вищої освіти, такими як виховна, навчальна, дослідницька та професійна з'явилися дві принципово нові їх форми – інноваційна та підприємницька [6, с. 18].

Перша функція полягає у втіленні нових важелів впливу продиктованих рушійними силами економічного простору. Підприємницька функція передбачає переміщення ВУЗів у конкурентне середовище, в якому отримання прибутку, що є головною метою будь-якого ВУЗу, напряму залежить від організації роботи та якості освіти.

Удосконалюючи механізм державного регулювання освітнього комплексу, держава повинна робити акцент на впровадження більш дієвих важелів впливу. Насамперед цей вплив повинен проходити через систему заохочень та стимулів а не державного примусу. Саме стимули (і мотиви) виступають основним спонукальним чинником економічної та суспільної активності ВНЗ.

У системі вищої освіти роль стимулів на себе можуть брати:

- для ВУЗ – надання додаткового фінансування, покращання рівня власного іміджу (репутації) і престижності диплома, можливість залучення найбільш здібних студентів і висококваліфікованих

працівників, підвищення власного конкурентного становища на ринку освітніх послуг;

– для роботодавців – прийняття на роботу висококваліфікованих, креативних, ініціативних працівників, здатних до ефективної праці в сучасних динамічних умовах на випередження змін і забезпечувати конкурентоздатність підприємств;

– для студентів – оволодіння знаннями і практичними навичками, які забезпечать в майбутньому можливість достойної роботи, конкурентоздатності на ринку праці [7 с.80].

Окрім цього варто взяти до уваги ефективність надання певної свободи дій ВУЗам, що в значній мірі полегшить роботу контролюючих органів а також відкриє нові можливості перед вищими навчальними закладами України.

Література

1. Халлак Ж. Политика в области образования и содержание обучения / Ж. Халлак // Перспективы. – Т. XXX. – № 2. – 2001. – С. 24 – 29.
2. Григанська С. В. Державне регулювання системи вищої освіти в Україні. автореф. дис. на здобуття наук.ступеня канд.екон. наук: спец. 25.00.02 “Механізми державного управління” / С. В. Григанська. – Запоріжжя, 2008.
3. Лотман Ю. Университет, учитель, НТР (беседа с профессором Тартуского университета) / Юрий Лотман // Альма Матер (Вестник высшей школы). – 2004. – № 8. – С. 27–30.
4. Конституція України. — К., 1996., розділ 2, стаття 53.
5. Про вищу освіту, розділ 2, стаття 53 : [Закон України: офіц.текст: за станом на 19 жовтня 2006 року]. – К.: Парламентське вид-во, 2006. – 64 с. – ISBN 966-611-506-9.
6. Емельянова И. Функции университета на современном этапе развития высшей школы / И. Емельянова // Альма Матер(Вестник высшей школы). – 2005. – № 10. – С. 14–38..
7. Кобець А. С. Напрями та механізми державного регулювання вищої освіти./ А. С. Кобець // Вісник Академії митної служби України. Серія: “Державне управління” .№ 2 (5) – Дніпропетровськ, вул. Рогальова, 8, 49000. – 2011. С.-215

Сафина Р.С., студ. гр. ЭП-401

Научный руководитель: к.э.н., доц. Стаценко Е.В.

Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

ОСОБЕННОСТИ ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОМА АЛЮМИНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА АЛЮМИНИЕВЫХ РАДИАТОРОВ МИРАДО

В современных условиях развития рыночной экономики особо актуальным является экономное и бережное отношение к природным ресурсам, многие из которых не возобновляются. Следует отметить, что из-за отсутствия информационных потоков относительно возможности и места использования отхода, в качестве вторичного сырья, а также недостаточности инвестиционных ресурсов на строительство мусороперерабатывающих заводов, лишь малая доля отходов используется повторно, что приводит к увеличению нагрузки на природную систему, а также к истощению природно-ресурсного потенциала. В этой связи одним из способов снижения объемов используемого сырья и поступающих в окружающую природную среду выбросов является повторное использование природных ресурсов на стадиях производства и потребления. Поэтому на современном этапе развития общества необходимо массово внедрять ресурсосберегающие и малоотходные технологии в производственные процессы разрабатывать направления многократного использования ресурсов, развивать связи предприятий относительно повторного использования ресурсов, что позволит экономить природные ресурсы и сокращать объемы загрязнения окружающей среды.

В качестве примера эффективного внедрения ресурсосберегающих технологий в Украине рассмотрим деятельность ООО «СанТехРай», которое расположено в Одессе. Предприятие производит и реализует алюминиевые, биметаллические и стальные радиаторы. Территориально предприятие расположено вблизи источников сырья, а также в относительной близости к морю, что дает возможность транспортировать производимую продукцию водным путем, что выгодно в экономическом отношении. Алюминиевые радиаторы – продукт, который производится экструзионным и литьевым методами. При этом экструзионный метод представляет собой метод прессование, при котором из сплава с высоким содержанием алюминия (около 98%) получают несколько элементов. Затем эти элементы соединяются механически с помощью высококачественного клея или сварки. Наиболее распространенный сегодня способ производства радиаторов — метод литья под давлением из силуминов — сплавов алюминия и кремния. Процентное содержание кремния обычно находится в пределах до 20%, но именно он придает всему изделию необходимую прочность. Такой метод позволяет создавать радиаторы различных форм, рассчитанные на рабочее давление до 6–16 атм. Продуктом предприятия являются радиаторы ТМ «Мирадо», которые производят методом литья под давлением из вторичного алюминия, поставляемого в виде лома алюминия. Такой метод использования вторичного сырья является основой для рационального использования природных ресурсов и сокращения затрат предприятий, так как позволяет затрачивать меньшее количество ресурсов при производстве единицы продукции.

Процесс производства состоит из этапов: плавка, литье секции, скрутка секций, обезжиривание и

окраска готового радиатора и заключительным этапом является контроль на герметичность.

Плавку лома производят в газовых камерных печах при температуре 650-700 градусов по Цельсию. Процесс литья полностью автоматизирован.

Следующим этапом производства радиаторов является извлечение роботом-манипулятором горячей отливки из машины с последующей укладкой секции. В торце отлитой секции имеется технологическое отверстие для выхода литевального стержня.

В процессе производства алюминиевых радиаторов «Мирадо» особое внимание уделяется испытаниям на герметичность – после сварки каждую секцию опускают под воду, а во внутренние полости подают сжатый воздух. Если пузырьков нет – секция передается на шлифовку лицевой поверхности и нарезку ниппельной резьбы. После нарезки резьбы происходит сборка секций в радиатор и испытания собранных радиаторов сжатым воздухом.

После изготовления и механической обработки секции радиаторов окрашиваются на специальной линии. Для этого секции подвешивают на крючки конвейера, который движется без остановки с постоянной скоростью. В результате происходит химическая очистка, обезжиривание и пассивирование (для защиты внутренних поверхностей) радиаторов.

После ванн секции проходят горячую сушку с последующим охлаждением и поступают в окрасочную камеру. В окрасочной камере распыляется полимерный порошок, который прилипает к поверхностям деталей под действием электростатического поля 50кВ. Детали, покрытые порошком, подвергают нагреву, в результате чего происходит полимеризация краски. После окраски происходит сборка секций в радиатор и финишные испытания собранных радиаторов сжатым воздухом. На завершающем этапе производства радиаторы, прошедшие испытания, упаковываются в индивидуальные картонные коробки, защищающие изделия от повреждений и загрязнений.

Экономический эффект применения такой технологии определим исходя из того, что в месяц производят 250 тысяч секций алюминиевых радиаторов ТМ «Мирадо». Расход алюминия на 1 секцию 1,3 кг. Стоимость закупаемого вторичного и первичного сырья 12 грн/кг и 14,85 грн/кг (цена на 13.11.2013) соответственно.

Из вторичного сырья производится продукт, ничем по своим характеристикам не отличающийся от аналогичного продукта, созданного из первичного сырья. Следует отметить, что экономия от повторного использования сырья составит 926250 гривен в месяц.

Отметим, что экологическим эффектом, будет являться снижение загрязнения окружающей природной среды, а также сокращение добычи природных ресурсов.

Сидорук В.В., студ., Зелена М.І., асистент
Хмельницький національний університет

МІСЦЕ ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В процесі трудової діяльності та спілкування з іншими людьми у працівника не тільки активізуються пізнавальні процеси, а й виникає особисте ставлення до цілей організації, інших людей, результатів власної діяльності, винагороди порівняно із затратами енергії. На сьогодні в умовах формування нової ринкової економіки дослідження питання впливу психічних станів людини на процес праці набуває все більшого значення.

Варто відзначити, що дану проблему висвітлювало багато науковців, зокрема, Г. М. Бреслав, Г. А. Вартанян, Г. С. Костюк, Я. В. Крушельницька, Ю. А. Макаренко, Р. С. Немов та інші. Однак, не дивлячись на широке коло наукових праць, що висвітлюють особливості обраної теми, потреба у подальших дослідженнях залишається актуальною.

Мета дослідження полягає у визначенні місця психічних станів людини в процесі її трудової діяльності.

Важливою стороною психічної діяльності людини є емоції та почуття як своєрідне ставлення до навколишнього світу і самої себе, що виявляються у вигляді переживань. Емоції являють собою загальну активну форму переживання організмом своєї життєдіяльності та реакцію психіки на задоволення чи незадоволення потреби. Якщо емоція – це короткоплинне переживання людини в даний момент, то почуття можна охарактеризувати, як більш глибокі та стійкі форми ставлення до дійсності [1].

Психічні стани впливають на психічну діяльність, надаючи їй певної специфічності. Наприклад, стан неувважності працівника негативно позначається на продуктивності мислення, сприймання, пам'яті. Загалом психічні стани можуть як позитивно впливати на трудову діяльність, так і приводити її до дезорганізації [2].

Варто відмітити, що психічні стани розрізняються за цілою низкою класифікаційних ознак. При цьому кожний стан характеризується певним рівнем прояву, набором певних особливостей, глибиною і тривалістю.

Як вияви психічних процесів психічні стани поділяються на пізнавальні (зосередженість,

замисленість і т. п.), емоційні (настрої, афекти, тривога та ін.) та вольові (рішучість, розгубленість та ін.) [2].

Залежно від умов праці і трудових навантажень, забезпеченості працівників усім необхідним для виконання роботи у них можуть виникати певні психічні стани. Основними з них є відчуття комфорту, психічна втома, психічна напруженість, відсутність мотивації, емоційний стрес, монотонія, тривожність, індиферентний стан. Зокрема, психічна напруженість являє собою надмірну величину психічних зусиль працівника для вирішення поставлених задач, а відсутність мотивації показує, що байдужість до результатів праці призводить до зниження активності психічних процесів. Також необхідно зазначити, що індиферентний стан властивий працівникам, які не включені у виробничу ситуацію, управління виробництвом, не зацікавлені в кінцевих результатах організації.

Однак, важливе значення у трудовій діяльності має стан психологічної готовності працівника до діяльності. Ця готовність може бути завчасною і ситуативною. Вона базується на раніше набутих знаннях, навичках, уміннях, мотивах і установках. Зокрема, ситуативна готовність працівника до трудової діяльності являє собою мобілізацію всіх сил, створення психологічних передумов для успішних дій у даний момент [2].

Відповідно до рівня напруження розрізняють психічні стани помірного і підвищеного напруження. Щодо помірного напруження, варто зауважити, що це нормальний робочий стан організму людини, який характеризується психічною активністю та помірними зрушеннями фізіологічних реакцій організму. Даному стану характерний добрий настрій та стабільне виконання трудових завдань працівником.

Підвищене напруження, протилежне помірному та характерне для діяльності в екстремальних умовах, коли від працівника вимагаються вольові зусилля. До факторів, які спричиняють підвищене напруження, належать: фізіологічний дискомфорт, страх, дефіцит часу на виконання роботи, підвищена складність завдання, наявність перешкод, дефіцит інформації для прийняття рішення, сенсорна депривація (недовантаження інформацією), висока значущість помилкових дій та перевантаження інформацією, конфліктні умови тощо [3].

Отже, підсумовуючи вище зазначане, можна сформулювати наступний висновок: формування готовності до діяльності залежить від рівня вольових якостей людини, вміння управляти своїми почуттями і емоціями, зовнішніми умовами [4]. Водночас оптимізація умов праці, створення сприятливого психологічного клімату, застосування ефективних методів стимулювання праці, включення працівника в розв'язання проблем стратегічного розвитку організації сприяють розвитку та реалізації його творчого потенціалу.

Література

1. Сергєєнкова О.П. Загальна психологія: навч. посібник/ О. П. Сергєєнкова [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/17540906/psihologiya/zagalna_psihologiya_-_sergyeyenkova_or (Дата звернення 15.02.2014)
2. Крушельницька Я. В. Фізіологія і психологія праці: підручник/ Я. В. Крушельницька. — К.: КНЕУ, 2003. — 367 с.
3. Кравченко О. В. Основні стратегії регуляції професійного стресу, кореляція стресових станів / О. В. Кравченко // Проблеми екстремальної та кризової психології. - 2010. - № 7 – С. 227-238
4. Афанасьев О. Социально-психологические аспекты корпоративных переворотов / О. Афанасьев // Управление персоналом. – 2007 – №5. – С. 29-31.

Силка О.О. студ.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах розвитку економіки нормування праці для підприємств набуває великого значення як засіб скорочення витрат живої праці, підвищення продуктивності праці, зниження собівартості продукції. В умовах зростаючих економічних і соціальних труднощів проблеми ставлення людей до праці, підвищення ефективності праці і якості трудового життя стають усе більше актуальними. Нормування праці є засобом визначення як міри праці для виконання тієї або іншої конкретної роботи, так і міри винагороди за працю залежно від її кількості і якості. Нормування праці – це вид діяльності з управління підприємством, спрямований на встановлення оптимальних співвідношень між витратами та результатами праці, а також між чисельністю працівників різних груп та кількістю одиниць обладнання [2; с.239].

Метою нормування праці в сучасних умовах господарювання є вдосконалення організації виробництва і праці, поліпшення його умов і скорочення витрат на випуск продукції, що, у свою чергу, підвищить продуктивність праці і посприє розширенню виробництва і зростанню реальних доходів працівників.

Завданнями нормування праці є:

- встановлення нормативу часу на одиницю продукції;

- розробка найбільш раціональної структури виробничого процесу;
- проведення аналізу виконання норм праці для розкриття резервів виробництва і продуктивності праці;
- впровадження найбільш раціонального режиму використання устаткування, машин і механізмів;
- перегляд норм праці у зв'язку зі зміною умов праці і проведення організаційно технічних заходів;
- впровадження ефективної організації праці робітника на робочому місці [1; с.23].

Найважливіші завдання нормування праці – послідовне поліпшення організації праці і виробництва, зниження трудомісткості продукції, посилення матеріальної зацікавленості працівників в підвищенні ефективності виробництва, підтримка економічно обґрунтованих співвідношень між зростанням продуктивності праці і заробітної плати. На деяких підприємствах норми праці покладаються в основу системи планування роботи, організації оплати праці персоналу, обліку та аналізу затрат на продукцію, управління соціально-трудовими відносинами тощо. За допомогою норм здійснюються планово-організаційні розрахунки завантаження устаткування та робочих місць, плануються обсяги виробництва цехів і дільниць [3;с.45]. Дослідження, проведені на підприємствах м.Києва (ТОВ «Орімі Трейд», ЗАТ «Лакма», ПП «А і К») показало, що для подальшого розвитку нормування праці має вбачати:

- максимальне охоплення нормами різних видів робіт з обслуговування виробництва та управління ним (від окремих до загальних робіт, з урахуванням кожної дрібниці);
- впровадження технічно обґрунтованих норм (розроблення норм виробітку, часу, обслуговування) з урахуванням можливостей сучасної техніки й технології виробництва тощо;
- поліпшення якості нормування на основі науково – технічних рекомендацій (розробка науково-обґрунтованих норм);
- формування єдиної системи нормування праці, в основі якої мають бути норми й нормативи, що охоплюють весь комплекс технологічних процесів на підприємстві (використання норм розроблених підприємством з урахуванням науково-обґрунтованих).

Науково обґрунтовані норми праці дозволяють оцінити результати трудової діяльності кожного працівника, колективу. Встановлення норм праці на окремі види робочих процесів і операцій дозволяє розрахувати та витримувати необхідні кількісні та якісні пропорції між робочими місцями, цехами, виробництвами, що сприяє зростанню продуктивності праці.

Для кращої організації праці норми праці мають бути визначені в колективних договорах, щоб в подальшому не виникало непорозумінь між працівниками і роботодавцями. В договорах має зазначатися:

- загальнообов'язкові норми, які мають виконуватися під час процесу виробництва;
- документи, якими обумовлені встановлені норми;
- порядок, зміни або заміни існуючих норм;
- зобов'язання адміністрації та трудового колективу у дотриманні існуючих норм.

Нормування має важливе значення для покращення організації праці на підприємстві, адже знаючи дійсно необхідні витрати робочого часу на виконання тієї або іншої роботи, можна правильно розрахувати кількість робітників, правильно організувати їх працю, погоджувати роботу усіх виробничих ланок, раціонально використати устаткування. Обґрунтованість норм значною мірою сприяє правильному визначенню розміру заробітної плати, матеріальної зацікавленості працівників.

Література

1. Багрова І.В. Нормування праці: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 212 с.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / О.А. Грішнова. – 5-те вид., оновлене. – К.: Знання, 2011. – 390с.
3. Сисун Г.Г. Нормування праці : навч.-метод. посіб. : європ. кредит.-трансфер. система : для студ. напряму підготов. 6.030505 / Г. Г. Сисун, О. І. Джоші; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. – Рівне : НУВГП, 2011. – 173с.

Сиротенко А.М., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ресторанний бізнес в Україні набуває стрімкого розвитку та характеризується посиленням конкурентної боротьби, що спонукає заклади ресторанного господарства активізувати діяльність спрямовану діяльність на залучення нових клієнтів та формуванню мережі постійних клієнтів, що дозволить їм зміцнити конкурентні позиції на ринку та збільшити стратегічний прибуток. Перспективним напрямом цієї діяльності є впровадження інноваційних технологій.

Інноваційна діяльність це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок у новий чи покращений продукт, який запропонований на ринку, в новий чи покращений технологічний процес або якісно новий підхід до виробництва та надання суспільно необхідних послуг.

Новизну інновацій оцінюють за технологічними параметрами. Так розрізняють інновації продуктові і процесні.

Продуктові інновації включають застосування нових матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих; одержання принципово нових продуктів.

Процесні інновації пов'язані з новими методами організації виробництва (новими технологіями). Процесні інновації пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємства.

Проблеми та перспективи впровадження інновацій в ресторанному бізнесі відображені в численних публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Серед зарубіжних науковців цю проблему розробляли Й. Шумпетер, Г. Менш, Б. Твіс, К. Фрімен, Р. Фостер, А. Кляйнкнехт, Е. Менсфілд, Р. Уотерман, А. Анчішкіна, С. Ільєнкова, А. Пригожин та інші. В Україні питаннями інноваційного розвитку як на рівні підприємств, так і економіки в цілому займалися Ю. Бажал, В. Василенко, В. Геєць, В. Грін'юв, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, І. Павленко, Л. Федулова та інші. Останнім часом окремі аспекти інноваційного розвитку сфери ресторанного господарства та оцінювання ефективності інноваційної політики підприємств цього виду діяльності висвітлювалися у працях Г. П'ятницької, О. Григоренко, О. Борисової. Проте комплексне дослідження інноваційних змін, що впливають на результати управління підприємствами ресторанного господарства, до цього часу не проводилось.

Важливими інноваціями, що використовуються в закладах ресторанного господарства є інформаційно-комп'ютерні технології, що дозволяють значно спростити та оптимізувати технологічні процеси ресторанного бізнесу. Використання інформаційно-комп'ютерних технологій дозволяє:

- здійснювати пошук постачальника та замовляти продукцію у постачальника через мережу Інтернет, що дозволить зекономити кошти;
- формувати правильне меню та оперативно працювати з розрахунками споживачів;
- більш оперативно працювати з черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню усіма необхідними інгредієнтами тощо, що є як маркетинговим ходом так і допоможе закладу стати більш конкурентоздатним;
- розробляти систему скидок та націнок на певний період, що дозволить закладу отримати більший прибуток або залишитися на ринку;
- створювати звітності різного характеру;
- покращувати сервісне обслуговування, через впровадження електронного меню та можливості робити замовлення прямо зі свого смартфона.

Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та Інтернет-технологій, програмних продуктів автоматизації процесів приготування їжі та обслуговування гостей сьогодні не просто питання лідерства і конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Також однією з важливих інновацій для закладів ресторанного харчування є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодії з клієнтами. Це дозволить споживачам замовляти продукцію додому та резервувати місця через мережу Інтернет або по телефону.

Такий комплекс рішень буде успішним якщо інформація на сайті буде постійно оновлюватися і не міститиме застарілої інформації. Для цього повинні бути створені спеціальні call-центри, які будуть надавати споживачам всю необхідну інформацію [4].

Перспективи набувають RFID-технології (англ. Radio Frequency Identification, радіочастотна ідентифікація) [2]. В Україні дані системи ще не дуже розповсюджені, але набули широкого використання за кордоном.

Суть технології – в розміщенні поблизу ресторанів RFID-міток, які можуть прочитуватися спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. Відбувається зв'язок з сервером, на якому зберігається найрізноманітніша інформація про даний ресторан. Відповідна інформація далі може бути передана на спеціальний портативний пристрій, що знаходиться у власника. Наприклад, власник смартфона або планшетного комп'ютера, який заблукав або стоїть у пробці, отримує можливість переглянути меню розташованого поблизу ресторану, дізнатися про наявність вільних місць, систему знижок, бонусів, додаткові послуги тощо [4].

Ці технології дозволяють розширити рекламу закладу ресторанного господарства та залучити нових споживачів, якщо він автоматично детектується мобільним телефоном, смартфоном або планшетним комп'ютером.

Популярністю за кордоном також користується електронне меню [1]. В закладах, які мають такий вид меню, споживачі користуються планшетними комп'ютерами. Це є вигідно як для споживача так і для ресторатор. Адміністрація закладу може швидко відредагувати меню і вносити в нього нові страви. У споживачів є можливість:

- обрати страву, а програма яка знаходиться на планшетному ПК самостійно підбере напій який більше всього до неї підходить;
- обрахувати калорійність тої чи іншої страви;
- при виборі страв одразу бачити ціну всього замовлення;
- при очікуванні замовлення пограти в одну з ігор, які представлені на планшетному комп'ютері, що при виграші дає можливість споживачеві виграти знижку або додаткову страву, зайти до мережі

Інтернет.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що впровадження інноваційних технологій в закладах ресторанного господарства має багато переваг і лише один недолік – це їх вартість. Такі технології набули дуже широкої популярності за кордоном, на жаль, на теренах України така закономірність не прослідковується.

Література

1. <http://bazaidei.ru/innovacii-v-restorannom-biznese/>
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Rfid>
3. <http://rkeeper.com.ua>
4. http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/articles/restaurant_3.shtml

Сіліонов Б.В., магістр. гр. УП-13м

Науковий керівник: к.е.н., доц. Лисенко А.М.

Кіровоградський національний технічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕЗЕРВИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

У процесі фінансово-господарської діяльності будь-який суб'єкт господарювання створює не лише економічні блага, товари та послуги, але й власний імідж, що безпосередньо впливає на рівень його інвестиційної привабливості. Інвестиційний рейтинг відображає не тільки загальні тенденції розвитку інвестування в масштабах всієї держави, а й можливості підприємства щодо залучення додаткового фінансування.

Дослідженням підходів до здійснення оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання займаються Брюховецька Н.Ю., Коваленко Н.В., Хобта В.М., Ястремська О.М. та інші науковці. Проте, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць, недостатня увага приділяється розробці напрямків пошуку резервів підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Тому метою даного дослідження є виявлення ключових проблем процесу інвестування, розробка напрямків пошуку резервів підвищення інвестиційної привабливості на мікрорівні.

Можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та урахування підприємством преференцій партнерів, від можливості побачити об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість. Підприємство зацікавлене в підвищенні рівня інвестиційної привабливості, адже кожен суб'єкт господарювання прагне розвивати власне виробництво, підвищувати конкурентоспроможність, освоювати нові ринки. Тому для кількісного виміру ступеня задоволеності інтересів окремих суб'єктів інвестиційного процесу доцільно відібрати для кожного суб'єкта такі чинники, які є найважливішими з позиції задоволення інтересів.

Щоб підприємство було інвестиційно привабливим, воно, перш за все, повинно мати корпоративну форму власності, стабільне зростання показників діяльності та високий рівень корпоративного управління, що виражається, зокрема, через вартість акцій, динаміку її зростання. На жаль, вітчизняні підприємства частіше за все не відповідають даним вимогам, відчуваючи постійний брак власних фінансових ресурсів та працюючи із використанням застарілих потужностей, що значно погіршує їх інвестиційний потенціал.

На сьогоднішній день сформовано велику кількість методик визначення як інвестиційної привабливості окремого підприємства, так і ранжування їх сукупності згідно з вимогами інвестора. Разом з тим, постає питання створення єдиної системи показників оцінювання, яка б дозволила проводити об'єктивний та всебічний аналіз інвестиційної привабливості підприємств у рамках обраного математичного інструментарію.

Поміж окремих факторів і резервів підвищення інвестиційної привабливості доцільно використовувати їх групування за ступенем впливу, а саме: фінансові та економічні фактори, що здійснюють прямий вплив на рівень привабливості підприємства, та групи факторів опосередкованого впливу (кадрові, інформаційні, резерви підвищення ділової репутації).

Зокрема, до фінансових резервів підвищення інвестиційної привабливості підприємства слід віднести: підвищення ефективності використання основних засобів та оборотних активів; нарощування показників ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності; удосконалення процесу управління прибутком. Серед економічних резервів підвищення привабливості можна виокремити наступні: запровадження маркетингових заходів; управління ціноутворенням на продукцію підприємства, впровадження моніторингу цін на сировину та комплектуючі вироби; зростання ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження екологічно безпечного обладнання.

До кадрових факторів і резервів належать: підвищення ефективності використання соціальних ресурсів підприємства; підвищення якості роботи персоналу. Серед інформаційних факторів і резервів доцільно розглянути: розробку і впровадження прогресивних інформаційних систем на підприємстві; забезпечення доступності внутрішньої інформації; налагодження каналів обміну зовнішньою

інформацією. До заходів підсилення ділової репутації слід віднести розробку ефективної PR-стратегії, створення надійного PR-ресурсу.

Слід зазначити, що реалізація процесу державного регулювання у сфері інвестування ґрунтується на правовому, організаційному та інформаційному забезпеченні і моніторингу. Найбільш ефективним інструментом у розвитку інвестиційної сфери є формування ефективного державного управління інвестиційним процесом через податкову, грошово-кредитну політику, а також регулювання обсягу іноземних інвестицій. Комплексне урахування внутрішніх та зовнішніх резервів сприятиме раціональному здійсненню інвестиційних процесів, підвищенню їх ефективності.

Література

1. Брюховецька Н.Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н.Ю. Брюховецька // Економіка промисловості. – 2009. – № 1 (44). – С. 110-117.
2. Коваленко Н.В. Забезпечення балансу інтересів суб'єктів інвестиційного процесу як фактор підвищення інвестиційної привабливості підприємства / Н.В. Коваленко, М.М. Мархайчук // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 2. – С. 162-167.
3. Хобта В.М. Формування та підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / В.М. Хобта, А.В. Мешков // Наукові праці Дон. НТУ. Серія: Економічна / за заг. ред. д-ра екон. наук В.В. Демет'єва. – Донецьк : ДВНЗ «ДонНТУ». – Вип. 37-3. – 2009. – С. 118-125.
4. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: монографія / О.М. Ястремська. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 488 с.

Сіренко Ю.С., студ., Дроботова М.В., к.е.н., доц.
Черкаський Національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В останні роки розглядаючи перспективи туризму в Україні активно відбуваються дискусії про розвиток індустріального (промислового) туризму. Систематичні погляди щодо виділення індустріального туризму з'являються лише в останні роки.

Дослідженням можливості та необхідності охорони та заповідання антропогенних ландшафтів, оцінкою їх як пам'яток індустріальної культури займалися Тютюнник Ю.Г., Дениско Г.І., Казаков В.Л.. Рекреаційне значення промислових зон досліджується в дисертаційних роботах Онушко Я.Г. та Пацюк В.С.

Серед досліджених визначень індустріального туризму, на наш погляд найбільш актуальним для сьогоднішнього є наступне: «індустріальний туризм» - це вид активного туризму, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів.

Одним з найпоширеніших видів індустріального туризму є відвідування залишених (занедбаних) об'єктів. Це можуть бути залишені недобудовані спорудження, що колись діяли, промислові, господарські й військові об'єкти, покинуті житлові будинки, райони й навіть міста (так звані міста-примари). Міста-примари та села є залишеними мешканцями, які складають особливу частину туристичного індустріального капіталу, налічуються у багатьох країнах. В Україні це - Чорнобиль та Прип'ять, в сусідній Росії - Кадикчан в Магаданській області, в Австралії - Уїттеном, в Чилі Хамберстоун і т.д.

Існує багато людей далеких від бажання активно досліджувати об'єкти й нелегально проникати на їхню територію, тому задовольняються спогляданням індустріальних пейзажів і об'єктів промислової архітектури в процесі екскурсій на діючі об'єкти промисловості. Для них організуються спеціальні тури в різні міста світу [1]. Також існують спеціальні тури для бізнесменів зацікавлених промисловістю, які перебувають у пошуку вигідного вкладення коштів у виробництво. Такий вид туризму також називають індустріальним.

У країнах Європейського союзу діють туристичні фірми, що пропонують тури по не традиційним куточках європейських міст. Так, в місті Хожув в Сілезьському воєводстві Польщі (схожому з індустріальними регіонами Східної України) розробили так званий «Маршрут технічних визначних пам'яток» із 31 об'єкта. До їх числа входять вугільні шахти, рудники, найвища в світі дерев'яна радіовишка в Гливиці тощо. Вартість, при перерахуванні на українську валюту, за участь в екскурсії однієї особи складає від 25 до 50 грн., тобто сума на яку може розраховувати не тільки іноземець, а і вітчизняний турист середнього достатку[2].

Індустріальний туризм, хоча й не посідає домінуючих місць на світовому туристичному ринку, проте за кордоном уже чітко зайняв певну нішу на туристичному ринку. Так екскурсії на підприємства видобувної промисловості, зокрема, в шахти, рудники, кар'єри відмічені на 4 континентах. Шахтний туризм поширений у Польщі (шахти Величка та Бохні), Швеції (залізрудні шахти м. Кірина), Естонії (сланцеві шахти Кохтла-Нимме), Норвегії (мідний рудник Ророс), Чехії (срібний рудник Кутна-Гора), Словаччині (золоторудна шахта Банска Штявница), Росії (в Хібінах, Солікамську, Воркуті), Чилі (мідний рудник Чукіамата), ПАР (алмазні шахти Кімберлі), Австралії (золоті шахти м. Теннант Крік), Фінляндії [4].

Різниця у мотивації людей до подорожей зумовлює можливу орієнтацію індустріального туризму у таких напрямках (табл. 1).

Такий широкий перелік мотивів дозволяє стверджувати, що індустріальний туризм може мати значні перспективи розвитку у всіх регіонах України.

В Україні останніми роками починає розвиватися індустріальний туризм. Для виробників впровадження туристичних маршрутів й екскурсій є оригінальним способом представити свою продукцію, поліпшити імідж компанії й галузі в цілому. А для туристів - це можливість побачити виробничі потужності, ознайомитися з історією промисловості й довідатися, що відбувається зі знайомими їм товарами.

Таблиця 1

Напрямки індустріального туризму за мотивацією людей до подорожей

напрямок	мотив до подорожі
навчальний	в першу чергу стосується студентів політехнічних ВУЗів, що отримані під час навчання ландшафтно-техногенні образи та уявлення конкретизують на практиці;
науковий	розрахований на фахівців, що займаються вивченням та покращення процесу виробництва
професійний	обмін досвідом працівників різних підприємств та їх структурних одиниць
діловий	відвідування підприємств з метою укладання договорів купівлі-продажу машинного устаткування, патентування певних технологічних процесів
спортивний	проведення різноманітних змагань на антропогенно змінених ландшафтах
екстремальний	відвідування промислових ландшафтів з метою отримання гострих вражень
екологічний	ознайомлення з негативним впливом людини на гідрологічні, орографічні та аеросистеми
пізнавальний	відвідування підприємств-гігантів та унікальних промислових ландшафтів і спостереження за процесами виробництва на них
соціальний	формування позитивного ставлення до об'єктів індустріальної культури
економічний	отримання доходів від відвідування туристами промислових ландшафтів

В першу чергу індустріальні райони України мають колосальний потенціал для розвитку індустріального туризму Дніпропетровська, Запоріжська, Донецька. Але і будь-який інший регіон може запропонувати об'єкти для розвитку індустріального туризму. В Черкаському регіоні об'єкти індустріального туризму можливо зазначити - ПАТ «Азот», ТОВ «Черкаська продовольча компанія», ТОВ «Світ ласощів» (кондитерські вироби), Корпорація «Богдан Моторс» (автозбірка), ПрАТ «Лавента» (виробництво взуття). Вірне використання таких об'єктів може принести хороші економічні дивіденди підприємствам і регіону, допомогти оновити місцеву інфраструктуру.

Поки основною складовою потоку у сфері індустріального туризму є школярі і студенти, групи яких окремі туристичні фірми возять на окремі підприємства за символічну платню. Туристичний потік на підприємства можна збільшити, в першу чергу, за рахунок туристів с «професійним інтересом» - спеціалістів аналогічних підприємств для вивчення досвіду і інновацій, потенціальних інвесторів и представників влади и місцевої громади для формування іміджу підприємства.

Як показують дослідження питань розвитку індустріального туризму, для того щоб реалізувати промислово-туристичний потенціал України, необхідно вирішити, в першу чергу наступні завдання:

- 1) розробити теоретичні засади та принципи промислового туризму;
- 2) створити анімаційні програми на виробничих підприємствах;
- 3) здійснити розробку турів по промисловим містам;
- 4) створити «Програму розвитку індустріального туризму в Україні»;

Отже, індустріальний туризм має всі перспективи, для того, щоб зайняти певний сегмент туристичного ринку України, плацдармом для цього є потужний промисловий осередок.

Література

1. Захарин С. «Год туризм запомнится повышением цен на туризм» / Украинская туристическая газета №5 2008
2. Ихельзон Е. «Хозяева рудных гор»/ газета «Сегодня» №136, 2009
3. Сучасні різновиди туризму - Кляп М.П. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1031020843565/turizm/igroviy_turizm_rozvazhalniy_turizm
4. Казакова Т.А. Екскурсії в шахту - перспективний напрямок розвитку техногенного туризму // Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та ландшафтознавства: Мат. II міжнар. наук. конф. - Кривий Ріг, 2005. - С. 124-127.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РОБОТОДАВЦІВ В СФЕРІ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

В останні роки в Україні зростає інтерес до соціальної відповідальності (СВ). Це пов'язано як з політичними, так і з економічними причинами. Українські підприємства зацікавлені у своїй стійкості й намагаються знайти спільну мову з суспільством, через реалізацію соціально орієнтованого управління. Забезпечення ефективного соціально-економічного розвитку України шляхом підсилення ролі регіонів є вкрай актуальним питанням. На жаль, на сьогоднішній день в Кіровоградській області розвитку СВ роботодавців приділяється замало уваги, що обумовлює наявність багатьох проблем в цій сфері.

Аналіз розвитку СВ в Кіровоградській області виявив найбільш проблемні складові СВ, а саме забезпечення працівників гідними і безпечними умовами праці, чесною, адекватною оплатою праці та системою підготовки та підвищення кваліфікації, врегулювання сфери колективно-договірних відносин. Протягом 2012 року в Кіровоградській області проведено 565 перевірок дотримання вимог трудового законодавства юридичними особами. Виявлено 746 порушень законодавства про працю, що стосувалося 6229 працівників, права яких порушено. Статистика профспілкових перевірок засвідчила, що переважну більшість порушень норм трудового законодавства складають порушення при звільненні та переведенні працівників – 334, з оплати праці – 171, недотримання гарантій та компенсацій – 107[1].

Одним з важливих аспектів реалізації СВ є забезпечення підготовки та підвищення кваліфікації кадрів. Потреба організації в підвищенні кваліфікації її співробітників обумовлена: змінами зовнішнього і внутрішнього середовища, удосконаленням процесу управління, освоєнням нових видів і сфер діяльності. Підвищення кваліфікації персоналу повинно бути комплексним за обсягом, диференційованим по окремих категоріях працівників, неперервним, зорієнтованим на перспективні професії. В Кіровоградській області підготовка та підвищення кваліфікації кадрів відбувається як на базі вищих навчальних закладів (52,1% - 2012р.), так і на виробництві (47,9% - 2012р.). Кількість працівників, яких було навчено новим професіям та тих, що підвищили свою кваліфікацію, приведено на рис. 1[2].

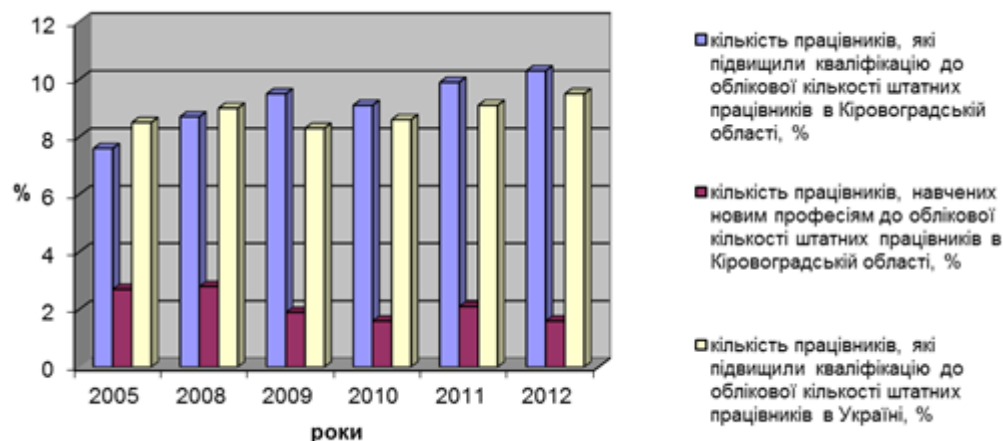


Рис. 1. Динаміка працівників, яких було навчено новим професіям та тих, що підвищили свою кваліфікацію, до загальної чисельності найманих працівників в Кіровоградській області

В Кіровоградській області доцільно працювати над розвитком СВ з метою покращення стану умов праці, кваліфікації працівників, рівня додержання трудових угод тощо, а от особливу увагу необхідно було б приділити запровадженню програми фінансування професійного навчання працівників виходячи з того, що рівень кваліфікації працівників та кількість працівників, навчених новим професіям не відповідає швидкості оновлення технологій.

Пропонуємо наступні заходи щодо підвищення кваліфікації працівників:

- 1) запровадження додаткових пільг для роботодавців, які здійснюють професійне навчання кадрів;
- 2) вирішення на регіональному рівні питання щодо залучення до фінансування професійного навчання працівників коштів із обласного та місцевого бюджетів;
- 3) участь роботодавців у фінансуванні професійного навчання працівників.

При цьому підвищення ефективності використання коштів, спрямованих на професійне навчання працівників в Кіровоградській області, зумовлює необхідність: визначення на рівні регіональних угод права роботодавців щодо встановлення за погодженням із професійними спілками терміну, який зобов'язаний відпрацювати працівник, навчання якого здійснювалося за кошти роботодавця;

розроблення та запровадження в колективних договорах порядку відшкодування працівниками чи іншими фізичними або юридичними особами роботодавцю коштів, затрачених на їх професійне навчання, у разі порушення ними договірних обов'язків в односторонньому порядку без поважних причин.

Реалізація вище запропонованих напрямів підвищення СВ роботодавців в Кіровоградській області може призвести до наступних переваг: забезпечення довгострокових перспектив розвитку регіону; створення можливостей впливу на зміни Кіровоградської області; допомагає розв'язувати соціальні проблеми, в тому числі й працівників організації; формування норм моралі в організації.

Таким чином, для успішного управління організація повинна вміти пристосовуватися і відгукуватися на проблеми, які виникають в соціальному середовищі, щоб зробити це середовище більш сприятливим для організації, для чого застосовується соціальна відповідальність.

Література

1. Пояснювальна записка до Інформації про правозахисну роботу ФПО за 2012 рік. Офіційний сайт федерації профспілок Кіровоградської області – [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.fpo.kr.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=220%3A-2012-&catid=60%3A2012-05-31-10-50-32&Itemid=77&lang=uk.

2. Праця України у 2012 році: Статистичний збірник. - К.: Держкомстат України, 2013. - 324 с.

Смутчак З.В., к.е.н, доц., Ускова Н.О., курсант гр. 401а
Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ РОБОТОДАВЦІВ ТА НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ

В останні роки в Україні зростає інтерес до соціальної відповідальності. Це пов'язано як з політичними, так і з економічними причинами. Українські підприємства зацікавлені у своїй стійкості й намагаються знайти спільну мову з суспільством, через реалізацію соціально орієнтованого управління. Забезпечення ефективного соціально-економічного розвитку України шляхом підсилення ролі регіонів є вкрай актуальним питанням. На даному етапі формування соціальної відповідальності (СВ) підприємств спостерігається існування нерозуміння цілісності концепції. Як свідчить аналіз, великі промислові підприємства, не зважаючи на збільшення випуску продукції, на сучасному етапі розвитку стикаються з рядом проблем, зокрема:

- застарілі основні виробничі фонди та відсутність реальних інвестицій для технологічного оновлення;
- невідповідність виробничих потужностей потенціалу ринків збуту та низький рівень їх завантаження;
- відсутність завершеного виробничого циклу;
- недостатній рівень платоспроможності товаровиробників;
- неконкурентоспроможність багатьох видів продукції та низький рівень впровадження інновацій [1].

Вирішення вищезазначених проблем повинно відбуватися в розрізі соціального діалогу роботодавців та самих найманих працівників, адже впровадження нових технологій, створення нового ланцюжка цінностей та диверсифікація виробництва можливе лише при наявності висококваліфікованих кадрів, соціально відповідальних керівників та сприятливих умов праці.

В цих умовах питання СВ бізнесу в є як ніколи актуальними. При цьому активна соціальна позиція підприємств має полягати в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [2].

На шляху розвитку соціальної відповідальності виникає дуже багато як загальних, так і специфічних перепон, що призводить до:

- зниження ступеня відповідальності роботодавців за рівень професіоналізму та кваліфікації працівників, небажанням витрачати на це кошти;
- економічної неспроможності підприємств забезпечувати гідний рівень заробітної плати та підтримувати стан санітарно – гігієнічних умов праці відповідно до встановлених норм;
- незацікавленості роботодавців до здійснення колективно – договірного регулювання соціально – трудових відносин;
- відсутності заходів щодо дисциплінарної та матеріальної відповідальності керівників.

Загальними напрямками підвищення СВ роботодавців можуть бути: добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств; реалізація корпоративних програм підвищення фаховості співробітників та з охорони і зміцнення здоров'я співробітників; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; реалізація благодійних і спонсорських проектів; участь у формуванні позитивної суспільної думки про компанію [3].

Важливо також зазначити обов'язковість зворотного зв'язку, а саме СВ самих працівників, посилення відповідальності яких пов'язане із необхідністю:

- постійного прагнення до підвищення професійних знань через підвищення кваліфікації, читання додаткової літератури тощо;
- просування нових, прогресивних, соціально-важливих ідей, технологій, товарів, послуг тощо, що сприяють зниженню соціальної напруженості та зростання суспільної злагоди;
- усвідомлення власної ролі в компанії як основної складової прогресивного розвитку підприємства в цілому;
- неухильного дотримання встановлених на підприємствах норм, положень, правил та інструкцій, направлених на регулювання трудової діяльності працівників;
- освоєння нових методів роботи та технологічних процесів в разі реструктуризації підприємства;
- постійної участі працівників в діяльності організації та розвитку їхньої ініціативи щодо суспільно важливих справ;
- формування соціально орієнтованого мислення, направлено на отримання реальних економічних вигод внаслідок дотримання основних законодавчих положень соціальної відповідальності підприємництва [4].

Для успішного управління організації варто вміти пристосовуватися і відгукуватися на проблеми, які виникають в соціальному середовищі, щоб зробити це середовище більш сприятливим для організації, для чого застосовується соціальна відповідальність.

Література

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота, - К.:КНЕУ, 2012.- 501 с.
2. Шиманська К.В. Соціальна відповідальність в контексті відносин «працівник-роботодавець»: проблема облікового відображення // Міжн. 36. Наук. праць. Серія: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз. Випуск 3 (12). / Відп. редактор д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинець. - Житомир: ЖДТУ, 2008. - 484 с. - С. 444-455.
3. Благоев Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник С. - Петербургского университета. Серия: Менеджмент.- 2006. - №2.- С. 3-24.
4. Бабенко О. Соціальному діалогу в Україні –бути! – [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.fpsu.org.ua/activity/economy-defence/44506da1cb6d9/20080109-002>.

Солодченко А.А., студ. гр. ЕП-401

Научный руководитель: к.э.н., доц. Стаценко Е.В.

Национальная академия природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

КЕЙТЕРИНГ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Конкуренция в сфере ресторанного бизнеса обуславливает активизацию процессов выявления новых методов реализации продукции, которые позволяют удержать существующих клиентов и привлечь новых, т.к. в экономике существует прямая зависимость между количеством посетителей ресторана и его финансовым благополучием. Отметим, что основными конкурентными преимуществами ресторана являются качество предоставления услуги, эксклюзивность, ассортимент блюд и напитков. При этом в последнее время огромное значение приобретает организация обслуживания, готовность обслужить посетителя с максимальным для него удобством, удовлетворяя его желания. Одним из таких видов обслуживания является кейтеринг, который стремительно развивается в ресторанном хозяйстве различных стран мира.

Целью исследования является выявление новых способов продвижения продукции ресторанного бизнеса на рынок.

Кейтеринг представляет собой деятельность по оказанию услуг организации питания вне стационарных заведений общественного питания, а так же оформление, сервировку, обслуживание и другие сопутствующие услуги.

Приведем основные виды кейтеринга:

1. Кейтеринг в специально оборудованном помещении - клиенту предлагается организация стола, а также специально оборудованный банкетный зал, который может быть использован для проведения мероприятий.
2. Кейтеринг вне ресторана предусматривает организацию питания на территории клиента. Подготовка блюд проводится в ресторане, после чего они доставляются к месту проведения праздничного мероприятия.
3. Доставка корпоративного питания (обедов). Реализация данных услуг возможна одним из трех вариантов: приготовление пищи в офисе компании-клиента, доставка полуфабрикатов с последующим доведением их до готовности и раздача в специально отведенном месте (столовая, кафе), доставка готовых обедов в специальной одноразовой посуде.

4. Соціальний кейтеринг (приготування їжі в непристосованому приміщенні) передбачає надання послуг по виїзному ресторанному обслуговуванню заходів на території замовника, не призначеної для приготування їжі.

5. Рознична продаж готової кулінарної продукції передбачає торгівлю напоями і мучними виробами в час спортивних матчів або змагань, під відкритим небом.

6. VIP-кейтеринг передбачає виїзне ресторанне обслуговування з залученням висококваліфікованих фахівців, які можуть супроводжувати клієнта в його турі.

7. Кейтеринг напоїв і коктейлів (виїзний бар) характеризується наявністю на заході спеціалізованого барного обладнання, інвентарю, посуду, що дозволяють налаштувати приготування і роздачу напоїв, різних коктейлів, а також наявністю фахівців, необхідних для цього.

В залежності від типу заходів розрізняють наступні формати кейтеринг – послуг: фуршет, шведський стіл, банкет, кофe-брейк, коктейль, барбекю.

Організація кейтерингу – процес складний і багатограний, включає п'ять етапів:

1. Дослідження. При прийомі замовлення адміністратор погоджує з замовником основні моменти запланованого свята: дата і час надання послуг, місце проведення заходу, формат обслуговування, тип заходу (свадьба, день народження), кількість гостей, приблизний бюджет свята, побажання по меню, оформленню і загальному стилю заходу. Предварительне дослідження допоможе чітко зрозуміти і сформулювати цілі і завдання заходу, визначити цільову аудиторію.

2. Планування. На основі отриманих даних розробляється детальний план завантаження меблів і обладнання, оформлення приміщень, сценарний план заходу. Так же складається детальна смета, в яку входять перелік обладнання і кількість персоналу, необхідного для організації і обслуговування заходу, а також детальне меню. На основі погодженого з замовником меню складається план закупки продуктів.

3. Підготовча робота. В час підготовки оглядається місце проведення заходу, готуються необхідні декорації, накривається текстиль, відбирається необхідна кількість і назва посуду, збирається необхідний кухонний інвентар і т.д.

4. Проведення заходу. В день заходу проводиться завантаження машин і перевезка продуктів, посуду і обладнання до місця проведення заходу. Після прибуття на місце спочатку встановлюється перевізний кухонний пункт: газові плити, мангали, електричні духовки, холодильні і морозильні установки, збираються стелажі для продуктів і поварацького обладнання. Після цього офіціанти розставляють столи, стільця, займаються сервіровкою. Готова продукція повинна доставлятися за 1-2 години до початку заходу, без деформування декорованих страв, з дотриманням строків зберігання. При доставці на місце продукцію розпаковують, оформляють і подають на стіл.

5. Заключальні роботи. Після закінчення заходу збирається все обладнання, і наводиться порядок.

Література

1. Волков Ю.Ф. Технологія готельного обслуговування. – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2003. – 384 с.
2. П'ятницька Г.Т. «Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація». — К.: КНТЕУ. — 2007. — С. 10—16.

Стецик Ю.В., магістр. гр. ФК-13М

Науковий керівник: к.е.н., доц. Фільштейн Л.М.

Кіровоградський національний технічний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ДЕРЖАВНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Державна казначейська служба України (Казначейство України) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра фінансів України. Казначейство України входить до системи органів виконавчої влади та утворюється для реалізації державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів. Казначейство України є учасником системи електронних платежів Національного банку України.

Казначейська система України має трирівневу структуру і складається з:

а) апарату Державної казначейської служби України, яка розташовується у столиці держави і представляє її центральний рівень;

б) Головних управлінь Державної казначейської служби України (ГУДКСУ) обласного значення, розміщених таким чином:

1 Головне управління – в Автономній Республіці Крим;

2 Головних управлінь – у містах Києві та Севастополі;

24 Головних управлінь, які функціонують в областях.

в) районних, міських, районних у містах управлінь (відділень) Державної казначейської служби (УДКС), які налічують 633 одиниці, зосереджених у найважливіших місцевих адміністративних центрах (рис.1).

Трирівнева структура Казначейства України, максимально наближена до адміністративно-територіального поділу, дає змогу здійснювати казначейське обслуговування місцевих бюджетів відповідно до вимог Бюджетного кодексу України.

Загальна кількість органів Казначейства України на територіях станом на 1 січня 2013 року становила 660 одиниць. У Державній казначейській службі України працює понад 18 тисяч осіб.

Казначейство України очолює Голова, якого призначає на посаду за поданням Прем'єр-міністра України, внесеним на підставі пропозицій Міністра фінансів України, та звільняє з посади Президент України.

Голова Казначейства України здійснює керівництво його діяльністю, визначає повноваження та розподіляє обов'язки між своїми заступниками, затверджує за погодженням з Міністром фінансів України структуру Казначейства України та його територіальних органів. Гранична чисельність державних службовців та працівників Казначейства України затверджується Кабінетом Міністрів України [2].

Структура апарату Казначейства України затверджується Головою Казначейства України за погодженням із Міністром.

Штатний розпис, кошторис Казначейства України затверджуються Головою Казначейства України за погодженням із Мінфіном України.

Управління Державної казначейської служби (УДКС) розташовано на всій території держави. Усі начальники казначейських управлінь звітують Голові Казначейства та начальникові ГУДКСУ. Кожне районне управління відповідає за здійснення касових операцій з виконання державного бюджету та обслуговує відповідні місцеві бюджети у своєму районі.

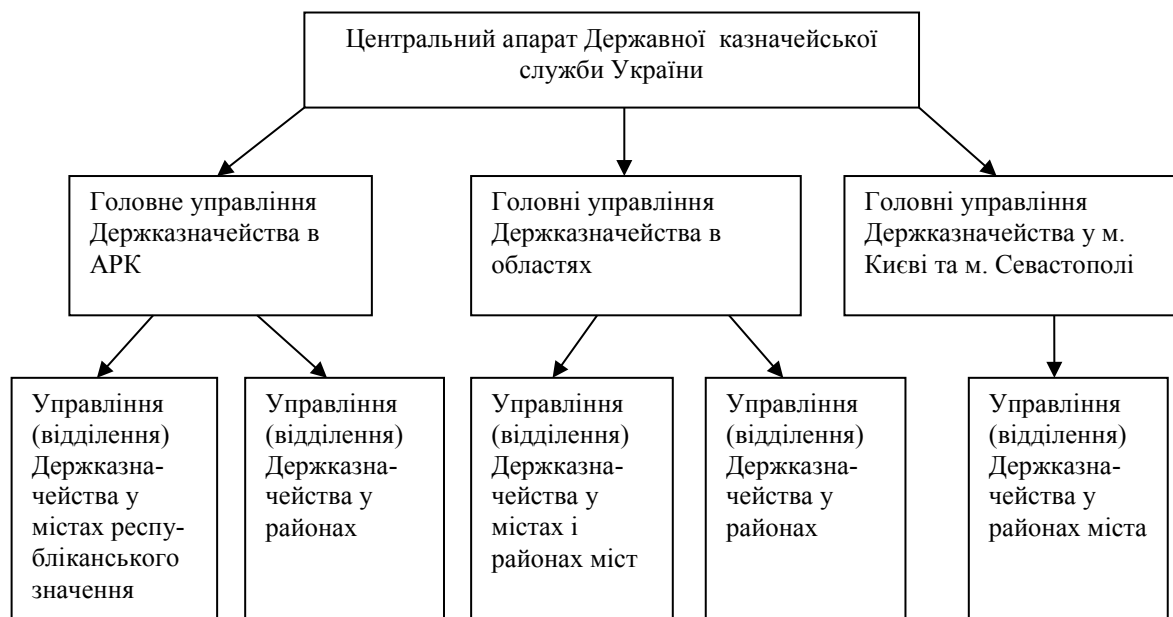


Рис. 1. Територіальна структура Державного казначейства України

Єдина трирівнева система, що об'єднує Казначейство України та його територіальні органи, створена з метою забезпечення фінансової безпеки фінансово-платіжної системи України та ефективного управління ресурсами єдиного казначейського рахунку для своєчасного та в повному обсязі виконання бюджетів усіх рівнів, підвищення оперативності проведення видатків при виконанні бюджетних програм, посилення контролю за надходженнями та цільовим спрямуванням бюджетних коштів, підвищення дієвості бюджетної політики держави.

Підводячи підсумки, можна стверджувати, що ефективність управління складною та багатогранною казначейською системою України потребує чимало зусиль, тому на кожній стадії бюджетного процесу задіяно багато учасників: законодавчі і виконавчі органи державної влади та місцевого самоврядування, органи грошово-кредитного регулювання, розпорядники та одержувачі коштів бюджетів всіх рівнів, платники податків, зборів, інших обов'язкових платежів. Й тому лише чітка визначеність бюджетних

повноважень та раціональний розподіл функцій між учасниками бюджетного процесу, співпраця та взаєморозуміння органів влади в ході виконання бюджетів сприяє підвищенню ефективності управління фінансовими ресурсами та виконанню бюджетів всіх рівнів.

Література

1. Бюджетний кодекс України. Затверджений Верховною Радою України 8 липня 2010 (№ 2456-VI) зі змінами внесеними згідно із Законом N 4318-VI від 12.01.2012): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Положення про Державну казначейську службу України від 13 квітня 2011р. №460/2011 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Офіційний веб-портал Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/publish/category/23608>.

Сухаревська М.М., магістр.

Науковий керівник: ст. викл. Каліна І.І.
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ

Нині в Україні існує велика кількість підприємств на яких виробництво занепадає не через те, що вони виготовляють непотрібні товари, а через те, що не можуть відповідним чином пристосуватись до нових умов ринкової економіки, налагодити систему постачання ресурсів, сформувати відповідний штат працівників з належними кваліфікаційними характеристиками, що стосується також керівників і менеджерів. Це призводить до скорочення прибутків, неефективного, і навіть збиткового виробництва, і як наслідок – до їх розпаду. А вся проблема в тому, що підприємство неправильно використало свій потенціал, не звернуло увагу на важливі для його успішного функціонування фактори, тобто вело неправильну стратегію на ринку. Актуальність використання бенчмаркінгу полягає у тому, що цей метод здатний покращити функціонування, розвиток і загалом становище як малих, так і великих підприємств. Детальне вивчення засобів використання та впровадження бенчмаркінгу у підприємницькій діяльності в Україні сприятиме розвитку як самих підприємств зокрема, так і вітчизняної економіки загалом.

Поняття "бенчмаркінг" вперше з'явилося в 1972 році в Інституті стратегічного планування Кембриджу під час дослідницької діяльності консалтингової групи PIMS. Тоді був сформульований основний принцип бенчмаркінгу: "для того щоб знайти ефективне рішення в сфері конкуренції, необхідно знати кращий досвід інших підприємств, які досягли успіху у подібних умовах" [1].

Термін бенчмаркінг походить від англійського «benchmark» – точка відліку, стандарт. У підприємстві бенчмаркінг пов'язаний з пошуком і вивченням найкращого досвіду, який розглядається як еталон, орієнтир для підприємства та допомагає здійснювати власний бізнес якісніше й продуктивніше [2].

Бенчмаркінг може здатися схожим на конкурентний аналіз, хоча насправді він є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим, ніж підхід конкурентного аналізу (табл. 1.1). Суть сьогоденного трактування бенчмаркінгу "безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до більш досконалої форми". Бенчмаркінговий підхід дасть підприємству можливість запозичити кращий досвід інших компаній, уникаючи "винаходу колеса".

Таблиця 1.1

Порівняння підходів бенчмаркінгу і конкурентного аналізу

Характеристики процесу	Аналіз конкурентів	Бенчмаркінг
Загальна мета	Аналіз стратегії конкурентів	Аналіз того, чому і як добре роблять конкуренти або лідируючі підприємства
Предмет вивчення	Стратегії конкурентів	Методи ведення бізнесу, що задовольняють потреби покупців
Об'єкт вивчення	Товари і ринки	Методика, процеси ведення бізнесу
Основні обмеження	Діяльність на ринку	Необмежений
Значення для ухвалення рішення	Певне	Дуже велике
Основні джерела інформації	Галузеві експерти й аналітики	Підприємства — лідери в галузі, поза галуззю, конкуренти, внутрішні підрозділи і т.д.

Тому і не дивно, що методологія бенчмаркінгу стає дедалі популярнішою. Опора на відпрацьований і перевірений практикою досвід сприяє зниженню ризику, дозволяє підприємцям уникнути багатьох помилок, скоротити тимчасові і фінансові витрати, пов'язані з набуттям власного досвіду шляхом проведення експериментів. Особливо слід відзначити, що використання бенчмаркінгу дає можливість

підприємству сформувати власну команду внутрішніх консультантів, напрацювати досвід проведення організаційних змін і, таким чином, створити базу для подальшого вдосконалення організації і управління, розраховуючи на власні сили.

Існує декілька видів бенчмаркінгової діяльності. Вони відрізняються за складністю завдань, що ставляться (прості і складні), за спрямованістю (внутрішня і зовнішня), за рівнем, на якому передбачається проводити бенчмаркінг (стратегічний і операційний). Який із видів бенчмаркінгу доцільно використовувати в кожному конкретному випадку, можна вирішити на основі інформації, поданої в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Види бенчмаркінгу			
Вид бенчмаркінгу	Визначення	Коли використовувати	Складнощі при використанні
Внутрішній	Порівняння методів здійснення подібних дій у межах організації. Спроба знайти в межах організації подібну, найбільш успішно виконувану дію.	Після вивчення процесу бенчмаркінгу. Перед тим як проводити бенчмаркінг зовнішній.	Необхідна сильна теоретична підготовка. Необхідність створення власної стратегії внутрішнього обміну інформацією.
Конкурентний	Порівняння ваших методів здійснення якихнебудь видів діяльності з методами здійснення подібних дій вашими конкурентами.	Увесь час — бенчмаркінг повинен стати важливою частиною вашої стратегії. Може здійснюватися як при співробітництві/ обміні інформацією з вашим безпосереднім конкурентом, так і без нього.	Важко одержати необхідну для аналізу надійну інформацію.
Спільний (асоціативний)	Декілька організацій, що є або не є конкурентами, укладають угоду про обмін інформацією в межах закритої групи (бенчмаркінговий альянс).	Коли ваші ймовірні (попередньо відібрані) партнери мають достатньо високі стандарти.	Забезпечує одержання інформації тільки щодо членів групи, які не обов'язково використовують «кращу» практику.

Бенчмаркінг може допомогти компаніям досягти серйозних переваг за рахунок запозичення чужих ідей - і вже потім докладання власних зусиль. Отримана при цьому ідея не буде нова і оригінальна, але етичні питання в цьому випадку як би йдуть самі собою. Таким чином, більшість підприємств використовує «бенчмаркінг» як один із засобів, за допомогою якого вони залишаються конкурентоспроможними.

Література

- Багиев Г.Л., Аренов И.А., Соловьева Ю.Н. Бенчмаркинг как функция и инструмент предпринимательской деятельности. В кн.: Международная научная конференция " Маркетинг и культура предпринимательства: Тезисы докладов./ Багиев Г.Л., Аренов И.А., Соловьева Ю.Н. - СПб.: Издво СПбУЭФ, - 2006р. - Ч.1. С. - 391
- Анн Х., Багиев Г., Маркетинг / Анн Х., Багиев Г., Тарасевич В. / Под общ. ред. Г. Багиева. – СПб. : Питер, 2005. – 736 с.

Сушкова О.Є., к.е.н., доц.

Національна академія природоохоронного та курортного будівництва, м. Сімферополь

ЗНИЖЕННЯ СТАВКИ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПОДАТКОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Питання про вдосконалення податкової системи, що відповідає стратегії євроінтеграційного розвитку країни, сприяє інноваційно-інвестиційної моделі економічного зростання, знаходиться в центрі уваги наукової та громадської думки з часу здобуття незалежності України. Особливо сьогодні, на державному рівні визнано гостроту проблеми оподаткування, пов'язаної з надмірністю податкового тягара, що є однією з причин фінансової нестабільності підприємств, зменшення сукупного попиту, частини податкових надходжень до бюджету й економічної кризи.

Надмірний рівень податкового тягара на суб'єктів господарювання з одного боку знижує регуляторні властивості системи оподаткування, а з іншого – забезпечує низький рівень податкових надходжень до

бюджету. Це обумовлено перш за все тим, що існує об'єктивний рівень податкоспроможності економічного суб'єкта, перевищення якого призводить до росту тіньового обороту. У цьому зв'язку В.І. Кравченко стверджує, що «податкоспроможність є ключовою у фінансовому плані категорією, кількісні виміри якої відображають можливості підприємства щодо виділення в бюджет країни грошових ресурсів після задоволення потреб власних відтворювальних процесів» [3, с.47].

Слід зазначити, що в українській економічній літературі поняття «податкоспроможності» практично не вживається, хоча економічний зміст, що ховається за цим терміном, необхідно виникає як тільки піднімається питання про те, наскільки обтяжливою є існуюча система оподаткування. Так, на думку американського вченого Л. Киммеля податкоспроможність може бути визначена як здатність уряду збирати доходи без зайвого надмірного втручання у виробничу і економічну діяльність. Мельник В.М. у роботі «Управління податкоспроможністю суб'єктів господарювання» трактує даний термін як «можливість своєчасно погасити всі свої платіжні зобов'язання наявними грошовими ресурсами» [4, с.42]. Таке визначення поняття «податкоспроможності» робить його частиною іншого фінансового поняття – «платоспроможність», конкретизуючи його у частині можливості сплати саме податкових зобов'язань.

Буряковський В.В. вважає, що податкоспроможність визначає «можливість (чи неможливість) регіону чи підприємства одночасно зі сплатою податків реалізувати розширене виробництво на своїй території, а значить – реалізувати і економічне зростання» [1, с.36]. Враховуючи думку вченого, під податкоспроможністю слід розглядати можливість економічного суб'єкта своєчасно погасити свої фінансові зобов'язання наявними грошовими ресурсами, що залишились в його розпорядженні після забезпечення розширеного виробництва.

З позиції податкоспроможності економічних суб'єктів дуже суперечливим є податок на прибуток підприємств, який крім великого фіскального значення, має й широкі можливості для регулювання і стимулювання підприємницької та інвестиційної активності. Цей регуляторний вплив може здійснюватися як завдяки диференціації ставок оподаткування по різних видах діяльності, так і завдяки наданню пільг у виробництві пріоритетних товарів. Але певний період часу в Україні можливості щодо використання податку на прибуток як регулюючого фактора дещо було обмежено його значною роллю у наповнюванні дохідної частини бюджету, внаслідок чого застосована єдина ставка цього податку 25% [2, с.109]. Але в результаті проведення реформи податкової системи України у 2010-2012 роках значних змін зазнали методика, ставка та порядок адміністрування податку на прибуток підприємств.

Так, методика розрахунку податку на прибуток підприємств була максимально наближена до бухгалтерського обліку, спрощена декларація з податку на прибуток підприємств. Але найбільш вагомим є поступове зниження ставки цього податку з 25% до 23% у 2011 р., до 21% у 2012 р., до 19% у 2013 р. та до 18% у 2014 р. [5]. Нормами Податкового кодексу України передбачено й подальше зниження ставки податку на прибуток підприємств до 17% у 2015 р. та до 16% у 2016 р. [5].

Таке суттєве зниження рівня податкового навантаження на економічних суб'єктів відносно сплати податку на прибуток підприємств сприятиме значному підвищенню рівня їх податкоспроможності. Це обумовлено вивільненням певного обсягу фінансових ресурсів, які можливо направити на розширення, модернізацію, вдосконалення виробництва або впровадження інноваційних продуктів та технологій, реалізацію соціальних заходів. У свою чергу розширене відтворення сприятиме збільшенню прибутку підприємств, а отже як наслідок і обсягу надходжень з податку на прибуток підприємств до бюджету. Але враховуючи періодичність зниження ставки податку на прибуток підприємств, яка не перевищує один календарний рік, оцінити ефективність цих заходів на практиці поки ще не представляється можливим.

До того ж, якщо порівнювати величину ставки податку на прибуток підприємств в Україні зі ставкою аналогічного податку розвинених країн, можна стверджувати, що у більшості європейських країн вона значно вища [2, с.110]. Зокрема результат обрахунку середнього розміру ставки податку на прибуток країн Європи дорівнює 33,68%. Якщо порівнювати з нинішніми членами Європейського союзу, середня ставка податку становить 31,68%, хоча порівнювати ці цифри важко, адже кінцева сума податку залежить від багатьох чинників. Така різниця у рівні оподаткування прибутку підприємств може сприяти підвищенню інвестиційної привабливості економіки України за умови позитивного впливу інших факторів економічного, політичного та соціального середовища.

Література

1. Буряковський В.В. Податки: [навчальний посібник] / В.В. Буряковський та ін. — Дніпропетровськ: Пороги, 1998. — 611 с.
2. Кміть В.М. Вплив податку на прибуток підприємств на розвиток ринкових відносин в Україні / В.М. Кміть // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. — 2002. — № 60 – 61. — С. 109 – 110.
3. Кравченко В.І. Фінанси місцевих органів влади України: Основи теорії та практики / В.І. Кравченко. — К.: НДФІ, 1997. — 276 с.
4. Мельник В.М. Управління податкоспроможністю суб'єктів господарювання: [навчальний посібник для самостійної роботи] / В.М. Мельник. — Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. — 116 с.
5. Податковий кодекс України №2755-VI від 02.12.2010 р.; в редакції від 02.02.2014 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу: <<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>>.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Однією з головних та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах розвитку в Україні ринкових відносин є раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що сприятиме виготовленню конкурентоспроможної продукції, поліпшенню економічної діяльності і зростанню доходів працівників. Реалізація цих завдань є неможливою без удосконалення ефективності праці.

Актуальність поставленої проблеми підтверджується тим, що в сучасних умовах розвитку ринкових відносин в Україні відбуваються негативні процеси, які характеризуються розбалансованістю між оцінкою праці та ефективністю економічної діяльності. Такі тенденції стримують піднесення національної економіки, оскільки мають ознаку некерованих процесів на ринку праці та, зокрема, недосконалого управління ефективністю праці. Сучасний стан розвитку соціально-економічних відносин в Україні зумовив нагальну необхідність проведення подальших досліджень в сфері праці з питань встановлення рівня її ефективності в суспільному виробництві. Адже саме це визначатиме успішність системи управління персоналом організації в контексті організації праці, її оплати, мотивації та стимулювання.

Вагомий внесок у вивчення теорії та практики реформування сфери удосконалення ефективності праці здійснили Є.Г. Антосенков, Є.І. Капустін, Д.М. Карпухін, В.Г. Костаков, Л.А. Костін, О.О. Котляр, В.В. Куліков, І.С. Маслова, А.І. Мілюков, Г.А. Пруденський, О.І. Рузавіната та інші. Зокрема ці науковці вивчали науково-практичні проблеми підвищення продуктивності праці, вдосконалення показників її вимірювання. Значно розширили теорію продуктивності і ефективності праці.

При всій значущості їх наукових розробок, слід зауважити що шляхи покращення системи ефективності праці є різноманітні. Тому основною метою цієї статті стало дослідження зростання ефективності праці, постійне вдосконалення людьми економічної діяльності, постійне знаходження можливості працювати краще, виробляти більше якісних благ при тих самих або і менших затратах праці, що забезпечує підвищення реального продукту і доходу взагалі, і в розрахунку на душу населення, зростання рівня споживання, а отже і рівня життя [1].

Згідно з рекомендаціями МОП ефективність відображає взаємозв'язок між кількістю і якістю вироблених товарів або наданих послуг і ресурсами, які були витрачені на їх виробництво, а ефективність праці – це ступінь ефективності використання конкретної праці, і в її визначенні закладено поняття праці, здатності людини виробляти за одиницю робочого часу певний обсяг продукції [2].

Основними завданнями ефективності праці є: економічне зростання; підвищення продуктивності праці; розвиток і впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу; піднесення загальноосвітнього, культурно-технічного та професійного рівня працівників; раціональне використання природних, матеріальних, трудових ресурсів; поліпшення організації та управління виробництвом; впровадження ефективних матеріальних і моральних стимулів до праці [3].

В сучасних умовах розвитку продуктивних сил особливої актуальності набуває не стільки глибоке науково-теоретичне обґрунтування проблематики у сфері праці, скільки розробка конкретних пропозицій щодо практичного їх впровадження в організаціях. Ключовим моментом проведення такого дослідження мають стати відповіді на такі запитання: з якою метою визначається рівень продуктивності праці; чи є потреба у визначенні рівня ефективності праці в галузі; чи існує залежність між ефективністю праці і рівнем її оплати; яким чином зацікавити керівників до співпраці з науково-дослідними інститутами щодо впровадження науково-обґрунтованих норм організації праці та її оплати в економічну практику діяльності підприємств у контексті підвищення ефективності управління персоналом. Тому, з метою підвищення ефективності праці на всіх рівнях: від локального до національного необхідно сформулювати концепцію удосконалення механізму управління ефективністю праці, що повинна ґрунтуватися на: внесенні змін до чинного законодавства із визначенням терміна «ефективність праці»; впровадженні ефективних методологічних розробок під час зміни у чинному законодавстві за участю вчених та науковців; удосконаленні механізму взаємодії на всіх рівнях національної економіки між усіма сторонами соціально-трудових відносин щодо досягнення збалансованості між ефективністю праці та її оплатою на засадах підвищення відповідальності працевдавців за своєчасну та у повному обсязі виплату заробітної плати – як заходу відтворення її стимулюючої функції та підвищення рівня захисту прав найманих працівників [4].

Отже, головна мета удосконалення існуючих підходів до підвищення ефективності праці полягає у співвідношенні між результативністю праці та величиною витрат (в т.ч. ступенем раціонального використання ресурсів), що виражається у досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат.

Література

1. Іляш О. І. Продуктивність та ефективність праці, резерви і шляхи їх підвищення / О. І. Іляш // Науковий вісник НЛТУ

України. – 2009. – Вип. 19.1 – С. 164 – 166.

2. Богиня Д. П. Ефективність праці в ринковій економіці / Д. П. Богиня, А. Шевченко // Україна: аспекти праці. – 1996. – № 4. – С. 3 – 6.

3. Музиченко С. А. Продуктивність праці, соціально-економічна сутність категорії / С. А. Музиченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 6. – С. 24 – 28.

4. Кукурудза І. І. Політична економія: матеріали до лекцій та семінарів / І. І. Кукурудза. – Вид. 2-ге, доп. – Черкаси : ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. – 368 с.

Тужилкіна О.В., к.е.н.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ РОБОТОДАВЦІВ І МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ

Актуальність проблеми підвищення конкурентоспроможності молодих фахівців визначається сучасною економічною ситуацією в Україні, яка характеризується незадовільним рівнем зайнятості випускників вищих навчальних закладів, потребує підвищення їх професійної «цінності» і практичного застосування здобутих вмінь та навичок. Саме конкурентоспроможність молодого фахівця на ринку праці є основним показником якості вузівської підготовки. Водночас розвиток системи освіти і ринку праці потребує створення умов для їх об'єднання, ефективного функціонування та накопичення людського та інноваційного потенціалу країни.

На реалізацію цих завдань має бути спрямована державна політика у сфері освіти, інноваційна стратегія розвитку вищих навчальних закладів України і підприємств на ґрунті світових стандартів освіти і забезпечення її конкурентоспроможності та якості.

Теоретичним та прикладним проблемам модернізації вищої освіти України, подолання конфліктності соціально–трудових відносин присвячені дослідження відомих українських вчених Бажала Ю., Грішнєвої О., Гриценка А., Гриценка А., Каленюк І., Лугового В., Одолюка І., Ревенко Н., Стеблюк Н. та ін. Разом з тим, потребують подальшого опрацювання шляхи забезпечення конкурентоспроможності молодих фахівців на ринку праці.

Метою даної публікації є обґрунтування заходів по посиленню практичної складової підготовки молодих фахівців вищими навчальними закладами України з метою забезпечення балансу інтересів сторін соціально-трудових відносин.

Проведене дослідження вимог ринку праці щодо якості підготовки випускників вищих навчальних закладів дає змогу зробити висновок, що ситуація відносно забезпечення практичної підготовки у вузах вимагає суттєвих змін. Відчутний розрив між вимогами ринку праці і результатами освітньої діяльності вищих навчальних закладів призводить до незадоволення споживачів освітніх послуг і роботодавців, причиною якого є недостатні практичні вміння і навички випускників вищих навчальних закладів за обраним напрямом, зростання часу їх психологічної і професійної адаптації.

Критерієм якості підготовки випускників вищої школи має виступати професійна компетентність. Сутність концептуальних вимог до професійної компетентності зводиться до розширення знань, умінь і навичок, необхідних для підвищення ефективності, продуктивності і конкурентоспроможності праці, активізації людського чинника, економічного зростання підприємств і економіки загалом.

За результатами опитування випускників Полтавського університету економіки і торгівлі, проведеного з метою оцінити ступінь їх готовності до ефективної поведінки на ринку праці, виявлено таке: більшість молодих фахівців не готові самостійно вирішувати проблеми працевлаштування внаслідок недостатньої поінформованості про ситуацію на ринку праці і залишають рішення цієї проблем до завершення навчання; рівень практичної підготовки не відповідає вимогам більшості роботодавців; наявність певних професійних амбіцій, прагнення до кар'єри формують у випускників завищені вимоги до умов, змісту, оплати праці на першому робочому місці. Суперечності між оцінкою молодого фахівця роботодавцем і самооцінкою стають причиною низької можливості працевлаштування.

Причинами труднощів, з якими стикаються випускники вищих навчальних закладів є не лише економічні проблеми, але й недоліки у системі освіти. Європейський досвід засвідчує доцільність змін у даній сфері, необхідність моніторингу та прогнозування попиту, оптимізації пропозиції на фахівців різних напрямів. У світовій практиці існує політика пропаганди і реклами напрямів професійної підготовки, нестача на які відчувається на поточний момент.

Україна реагує прийняттям певних законодавчих актів, призначених вирішувати означені проблеми. Водночас лише формування законодавчої бази для вирішення означеної проблеми недостатньо. Необхідна координована співпраця усіх зацікавлених сторін, зокрема роботодавців, вищих навчальних закладів і молодих фахівців.

Досвідом вирішення означеної проблеми, спрямованим на досягнення балансу інтересів молодих фахівців і роботодавців, є підготовка у 2011р. СКМ Р. Ахметова професійних стандартів – «Паспортів професій». Ці нормативи були розроблені сумісними зусиллями представників підприємств і вищими навчальними закладами. У вересні 2013 р. відбулося підведення підсумків першого етапу проекту.

Стандарти використовуються у 14 вищих навчальних закладах України. Головною метою даного заходу заявлено можливість формування у молодих фахівців професійної ідентичності та балансу інтересів роботодавців та потенційних найманих працівників.[3]

Проведений аналіз здобутків у сфері освіти дає змогу стверджувати, що в сучасній системі професійної освіти особливо цікавим є досвід підготовки спеціалістів у Казахстані, Німеччині, Росії. У даних країнах розповсюджена практика дуальної форми навчання, концепцією якої є тісне та чітке поєднання теоретичної освіти з частковою зайнятістю на виробництві.

Отже, в Україні ще не склалися умови для забезпечення балансу інтересів у сфері праці, що потребує сумісних зусиль сторін соціально-трудових відносин, зацікавлених у підвищенні конкурентоспроможності молодих фахівців на ринку праці; наближення професійної освіти до світових стандартів, зокрема посилення практичної складової підготовки у вищих навчальних закладах.

Література

1. Закон України «Про вищу освіту» від 17.01.2002 № 2984-III // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 20. – ст.134.
2. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Держкомстат України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Відкритий звіт компанії СКМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scm.com.ua>.

Федорченко О.О., студ. гр. АГ-11

Науковий керівник: к.е.н., доц. Збаржсевичка Л.Д.
Кіровоградський національний технічний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Місія аграрного сектору – стабільне забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, створення економічної бази для сталого розвитку сільських територій та активна участь у вирішенні проблеми продовольчої безпеки. Аграрна сфера є не лише основою забезпечення потреб людей у продуктах харчування, а й тим фактором, який істотно впливає на зайнятість населення та ефективність усього національного виробництва.

Незважаючи на пріоритетність галузі у забезпеченні продовольчої безпеки, фінансовий стан сільськогосподарських підприємств, рівень їх фінансової підтримки та соціальної сфери на селі є незадовільним. Зростає безробіття, зменшується народжуваність, закриваються школи, лікарні, руйнуються дороги, об'єкти соціальної сфери, деградує орні землі, польові лісонасадження, погіршується стан довкілля. Все це підтверджує погіршення ситуації у тенденціях розвитку аграрних підприємств на всіх рівнях: державному, регіональному та мікрорівні. Функціонування та розвиток даної галузі є важливим для економіки України в цілому.

Проблемам тенденцій розвитку аграрної сфери в умовах ринкових трансформацій присвячено багато наукових праць вчених-економістів: В.Г. Андрійчука, В.Я. Амбросова, П.І. Гайдучького, В.М.Гесця, Ю.С. Коваленко, В.Я. Месель-Веселяка, О.М. Онищенко, П.Т. Саблука, В.В. Юрчишина та ін.

На сучасному етапі розвитку аграрних відносин, сільське господарство не забезпечує виконання ним багатофункціональної місії. Воно є структурно розбалансованим, оскільки дає можливість нарощувати виробничий і експортний потенціал та отримувати доходи лише великим агровласникам, а також витісняти з виробництва нерентабельні для великого бізнесу види сільськогосподарської продукції. Відбувається перенасичення сівозмін одними й тими ж культурами, порушення співвідношення між рослинництвом і тваринництвом, між орними землями і пасовищами, погіршення їх родючості.

Структура сучасних сільськогосподарських підприємств в Україні свідчить, що більшість сільгоспдприємств мають невелику площу землекористування У структурі аграрного виробництва сьогодні близько 4,3 млн. особистих селянських господарств, близько 40 тисяч фермерів і близько 18 тис. господарств, реформованих з колгоспів, радгоспів. Вони обробляють від декількох десятків гектар до 10-15 тис. га землі. Також у структурі галузі кілька десятків великих агрохолдингів, які обробляють близько 10 млн. га орної землі, окремі з них обробляють до півмільйона га.

Разом з тим, у 309 сільськогосподарських підприємствах (0,5% від загальної їх кількості) використовувалось по 7000 га і більше сільгоспугідь Ці підприємства в цілому використовували 18,3 % загальної площі сільськогосподарських угідь. З одного боку, це сприяє підвищенню ефективності сільськогосподарської діяльності, адже на великих площах можна більш раціонально використовувати земельні ресурси, підвищити культуру землеробства та впроваджувати новітні досягнення науково-технічного прогресу. З іншого ж – найчастіше такі землекористувачі не зацікавлені у розвитку соціальної інфраструктури сільських територій, де розташовані земельні площі, та найманих місцевих жителів, оскільки виконання технологічних операцій нині потребує незначної кількості працівників високої кваліфікації, які вже є у наявності у таких агроформуваннях. На противагу, західні аграрії обробляють менші площі, однак за рахунок ефективно організації, зокрема, кооперації, їх результати значно кращі. Так, фермерське господарство в середньому в Італії має 7 га, Польщі – 9.6 га, Німеччині – 25 га, Франції

– 50 га, ФРН – 63 га, США – 175 га.

Актуальною є також проблема низького рівня доходів. Заробітна плата працівників сільського господарства становить лише 63% середньомісячної по країні. Цілорічно зайняті у тваринництві мають зарплату в 2–2,3 разу нижчу від середнього показника у промисловості. У селян нижчі і середньодушові доходи. Середньорічні доходи членів фермерських господарств у США, наприклад, є вищими від середньорічного душевого доходу по країні.

Однією з причин низького рівня доходів сільського населення є відсутність диверсифікації видів занять на селі. Сьогодні українські селяни практично не мають можливості займатися несільськогосподарською діяльністю, оскільки галузева скерованість сільських підприємств залишається сільськогосподарською. Світовий досвід переконує, що розташування промислових підприємств за межами міста є вигіднішим з огляду на меншу плату за купівлю чи оренду землі, а також – через менші витрати на робочу силу, порівняно з містом. Це сприяє розвитку виробничої та соціальної інфраструктури у сільській місцевості, стимулює розвиток сфери послуг. Тобто за кордоном проблеми сільського безробіття значною мірою вирішують з допомогою диверсифікації видів діяльності на селі.

Особливе значення для сільськогосподарського виробництва має інвестування. Реалізація потужного потенціалу галузі неможлива без залучення нових грошових капіталовкладень. Основними обмежуючими чинниками, які стримують потік інвестицій у агросферу та значно підвищують ризики інвесторів, є відсутність чітких, постійних правил у вигляді стабільної аграрної політики і сталого законодавства, не відпрацьованість паритету міжгалузевих економічних відносин, які б мали забезпечуватися довгостроковою стратегією розвитку аграрного сектору.

Для стабільного розвитку агровиробництва необхідно також вирішити проблему цінової політики та доступності довгострокових кредитів, щоб розвивати і модернізувати виробництво. Наразі потрібна ефективна державна політика регулювання цін.

Особливої уваги потребують інституціональні перетворення в напрямку стимулювання розвитку аграрного сектору та трансформації аграрної сфери країни.

Федченко А.А., студ. гр. ЗВ-10

Науковий керівник: к.т.н., доц. Чумаченко О.С.

Кіровоградський національний технічний університет

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТЕРМІЧНОГО РІЗАННЯ В МЕТАЛООБРОБЦІ

Перехід до інтенсивного шляху розвитку економіки потребує економічного зростання за рахунок поліпшення використання ресурсного потенціалу, на відміну від екстенсивного шляху розвитку, котре відбувається на основі кількісного приросту цих ресурсів. Підвищення ефективності використання матеріально-технічних ресурсів підприємства є важливим чинником зниження загальних витрат і збільшення конкурентоспроможності продукції.

Для металообробних підприємств, до яких належить Смілянський завод металевих виробів (м. Сміла, Черкаська обл.) економія може досягатись, перш за все, за рахунок збільшення коефіцієнту використання матеріалу при застосуванні прогресивних технологій і сучасного обладнання. Продукція підприємства на 72% виготовляється з листового металопрокату. Матеріальні витрати в технологічній собівартості виробів складають 70-80 %. Отже, доцільно рекомендувати їх зниження за рахунок впровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій термічного повітряно-плазмового різання взамін діючих на підприємстві технологій механічної обробки і штампування.

При серійному виробництві базова технологія малоефективна оскільки: мають місце значні постійні витрати на виготовлення штампової оснастки; заготівельні операції виконують за декілька переходів, що включають розрізання металевих листів на штаби і картки із подальшим штампуванням; коефіцієнт використання матеріалу складає до 70%; підготовка виробництва і проектування оснастки має значну трудомісткість.

В сучасних умовах заготівельного виробництва все більше застосовують обладнання повітряно-плазмового різання, яке має такий же порядок вартості як і штампувальне, дозволяє повністю автоматизувати виробничий процес, є універсальним, не потребує виготовлення додаткової оснастки і дозволяє зменшити обсяги відходів матеріалу за рахунок оптимального розкрою.

Техніка і технології повітряно-плазмового різання, в якому ріжучим інструментом є стовп електричного розряду із температурою 10000°C, зараз інтенсивно розвиваються і користуються значним попитом. Пояснюється це такими їх перевагами порівняно з традиційними способами механічної обробки:

1. Вихідний енергоносіє (електроенергія) не перетворюється в силову енергію (тобто не потрібен двигун і відповідні ланки кінематичного ланцюга верстата), а реалізується в зоні обробки безпосередньо, виконуючи відповідну операцію при необхідних якості та продуктивності обробки. При цьому продуктивність обробки змінюється простим регулюванням сили струму обробки. В результаті верстат

значно спрощується та здешевлюється, а процес стає мобільним.

2. Обробка здійснюється без механічних зусиль на інструмент та без силової дії на заготовку. Відповідно виключається необхідність передачі значних механічних зусиль через систему ВПД, що дозволяє помітно спростити та здешевити верстат в цілому.

3. Відсутня необхідність застосування спеціальних інструментів, більш твердих, ніж метал, що обробляється. Ріжучим інструментом є електричний розряд, який плавить і випаровує метал.

4. Продуктивність обробки не залежить від твердості та в'язкості металу, який обробляється, що важливо в умовах зростаючого застосування важкооброблюваних матеріалів.

5. Вирізання деталей потрібної конфігурації і потрібної кількості (при малих серіях чи одиничному виробництві) відбувається безпосередньо з листа без попереднього розрізання на штаби і картки.

6. Скорочується час і спрощується підготовка виробництва, оскільки для вирізання деталей з листа і оптимізації розкрою використовують комп'ютерне програмування руху ріжучого інструменту по відповідній траєкторії.

Все це суттєво підвищує ефективність металообробки, особливо в сучасних умовах серійного, дрібносерійного та індивідуального виробництва.

Фесун Ю.В., магістр. гр. ЕП-13м

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сисоліна Н.П.

Кіровоградський національний технічний університет

МЕТОДИ АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У світовій економіці не тільки постійно проводять оцінку фінансово-економічного стану підприємств (аналізують ділову активність, ефективність функціонування тощо), але й для прогнозування стійкості їх роботи та вибору його фінансово-економічної політики велику увагу приділяють ризику банкрутства.

Метою публікації є дослідження питань оцінки фінансово-економічного стану підприємства та заходів щодо усунення виявлених недоліків.

Відзначимо, що в Україні значно вище вплив зовнішніх факторів, які визначають можливість банкрутства, тому кількісні значення узагальненого показника відрізняються від західних стандартів. Серед існування багатьох економіко-математичних моделей прогнозування ймовірності банкрутства можна виділити і закордонні, і українські, такі як: моделі Е. Альтмана, модель Р. Ліса, модель Таффлера і Тішоу, модель Спрінгейта, факторна модель діагностики банкрутства (Г.В. Савицька), комплексний коефіцієнт банкрутства О.П. Зайцевої, модель Фулмера, модель прогнозу ризику банкрутства, розроблена вченими Державної економічної академії (м. Іркутськ) тощо.

В аналітичному дослідженні та прогнозуванні використовуються й інші критерії ймовірності фінансової кризи на підприємстві, до яких належать: істотні втрати в основній виробничій діяльності; підвищення собівартості продукції, що виробляється; зниження продуктивності праці; збільшення обсягу неліквідних оборотних коштів і наявність наднормативних запасів; неповне завантаження потужності, неритмічність виробництва; втрата клієнтів і покупців готової продукції, а отже несприятливі зміни у портфелі замовлень; надмірне використання короткострокових позикових коштів як джерел фінансування довгострокових вкладень; частка позикових коштів, що стрімко збільшується до небезпечних меж у загальній сумі джерел коштів; перевищення критичного рівня простроченої кредиторської заборгованості; хронічне невиконання зобов'язань перед інвесторами, кредиторами, акціонерами; неправильна реінвестиційна політика і т.д.

З огляду змінності системи, до негативних тенденцій в діяльності підприємства можуть призвести фактори макроекономічного характеру, наприклад: політична нестабільність у країні, де знаходиться підприємство, і в країнах постачальників сировини (споживачів продукції); несталість господарського і податкового законодавства, нестабільність фінансового й валютного ринків; високий рівень інфляції; спад кон'юнктури в певному сегменті та економіці в цілому.

Щодо рекомендацій по покращенню ситуації, необхідно впроваджувати: системність моніторингу та планування діяльності, комплексний підхід до розуміння фінансово-економічного стану підприємства, з точки зору можливого банкрутства, вчасного застосування підприємством заходів щодо виходу з кризового стану.

Труднощі використання цих рекомендацій полягають в такому: більш високий ступінь складності прийняття рішень в умовах сукупної багатокритеріальної задачі; суб'єктивність прогнозного рішення незалежно від числа обраних критеріїв; інформативний характер розрахованих значень критеріїв; необхідність вчасного отримання додаткової інформації тощо.

Таким чином, при постійному моніторингу ситуації, у разі надходження сигналів про ймовірність настання банкрутства підприємству необхідно вчасно розробити заходи для виходу з несприятливої ситуації. До них можна віднести: впровадження нових, ефективних, ресурсозберігаючих та екологічно

безпечних технологій; експорт конкурентоспроможної продукції (якщо це можливо); розробка нових (модифікованих) видів продукції, які користуються попитом у покупців; проведення сучасної маркетингової кампанії; запровадження заходів з цінової конкуренції; ефективна організація збуту, висока якість обслуговування; зниження виробничих і невиробничих витрат; удосконалення системи управління на підприємстві тощо.

Хитра О.В., к.е.н., доц., Мамчур О.І., студ.
Хмельницький національний університет

МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В сучасних ринкових умовах компетентнісний підхід потребує збільшення демократичних засад управління через посилення самостійності у прийнятті рішень з боку керівників підприємств, делегування повноважень нижчим рівням управління, створення чіткої системи підбору кадрів, розвитку персоналу. Виникає необхідність створення моделі компетенцій, яка дозволяла б швидко оцінювати потенціал людських ресурсів та розвивати його таким чином, щоб він відповідав як поточним, так і перспективним цілям бізнесу.

Мета проведеного дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та виявленні практичних шляхів удосконалення управління персоналом підприємств на засадах компетентнісного підходу.

Особливий інтерес викликають напрацювання національних та іноземних науковців та практиків щодо шляхів вдосконалення управління персоналом на засадах компетентнісного підходу. Зокрема, Н. Ситник досліджує особливості застосування компетентнісного підходу в управлінні людськими ресурсами; П. Штутман описує процес оцінювання робочої компетенції на підприємстві; Н. Володіна розглядає процес створення моделі компетенцій тощо. Разом з тим, недостатньо висвітленим залишається механізм застосування моделі компетенцій на підприємстві.

Модель компетенцій – це повний набір характеристик, що дозволяє людині успішно виконувати функції згідно з її посадою. Щоб бути ефективною, модель повинна мати просту структуру, бути чіткою і зрозумілою. Модель компетенцій має бути придатною для застосування як на етапі підбору кадрів, так і в процесі управління службовою кар'єрою.

Розробка моделі компетенцій охоплює такі етапи:

- планування проекту;
- формування проектної групи;
- проектування моделі компетенцій;
- опрацювання рівнів моделі компетенцій;
- формування профілів компетенцій під конкретні посади [1].

Пропонуємо для впровадження на підприємстві модель компетенцій начальника відділу кадрів (рисунки 1), посада якого належить до професійної групи “Керівники”; безпосереднє підпорядкування – керівнику підприємства.

У моделі представлені три блоки компетенцій. У свою чергу, кожен блок має певну кількість компетенцій, що мають рівні. Рівні дають змогу детально проаналізувати кожну компетенцію та полегшують застосування моделі.

Блок корпоративних компетенцій містить три компетенції, які висвітлюють загальні вимоги до претендента. У блоці управлінських компетенцій містяться дві компетенції, які деталізують вимоги до начальника відділу кадрів. Наявність цих компетенцій дозволяє начальнику відділу кадрів професійно застосовувати методи управління, правильно делегувати повноваження та ін. Компетенції професійного блоку застосовуються лише до посади начальника відділу кадрів. Ступінь володіння цими компетенціями визначає рівень професіоналізму керівника.

Іноді у менеджера з персоналу виникає необхідність спрощеного використання моделі компетенцій, для цього необхідно визначити три-чотири найбільш важливі для цієї посади компетенції.

Модель має широкий спектр застосування:

- покращує процес оцінювання робочої компетенції;
- спрощує процес підбору кадрів та формування кадрового резерву;
- дає можливість швидко і якісно атестувати працівників тощо.

Отже, розроблена модель компетенцій начальника відділу кадрів дозволить розв’язувати багато управлінських проблем: забезпечити приплив потрібного персоналу, покращити соціально-психологічний клімат, скоротити витрати робочого часу, посилити конкурентні переваги, впровадити інновації, забезпечити індивідуальний розвиток кожного працівника як особистості.



Рис. 1. Модель компетенцій начальника відділу кадрів

Для швидкого оцінювання якості розробленої моделі потрібне відповідне програмне забезпечення, яке б за лічені хвилини перевіряло придатність моделі. Отже, перспективність подальших досліджень полягає у визначенні нових можливостей застосування та тестування моделей компетенцій.

Література

1. І Володина Н. Модель компетенцій – это не сложно [Електронний ресурс] / Н. Володина. – Режим доступу : <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=9037> (дата звернення: 21.02.2014).

Хитра О. В., к.е.н., доц., Сидорук В. В., студ.
Хмельницький національний університет

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Синергетичний підхід є одним з найбільш перспективних напрямків міждисциплінарного застосування ідей синергетики в соціальних науках. Дослідження у сфері економічної синергетики провадять такі вчені, як В. А. Коростельов, І. О. Крюкова, Н. В. Лук'янчук, В. М. Марченко, Н. В. Мелик-Гайказян, М. В. Сапронов, М. А. Чешков, В. І. Шаповалов та інші.

На жаль, у роботах більшості дослідників, які працюють у рамках синергетичного підходу, власне управлінська проблематика рідко виходить за межі констатації низки загальних принципів і положень. Крім того, в останні роки втрачений міцний, сталий зв'язок між теорією і практикою. У підсумку, дослідники рідко мають можливість перевірити на практиці власні ідеї й розробки.

Метою проведеного дослідження є обґрунтування можливості застосування синергетичного підходу до вивчення кадрового потенціалу підприємства.

Істинне знання про людську життєдіяльність є комплексним, синтетичним і суцільним, тобто, за визначенням І. Крюкової [1], ціннісно-синергетичним. При цьому праця тлумачиться як антиентропійна діяльність, завдяки якій досягається кількісний розподіл різних форм енергії, перетворення нижчої енергії у вищу, збереження та збільшення енергії на поверхні землі. Якісні зміни у процесі праці викликають точки біфуркації – очікувані істотні зрушення системи, стани нестійкості (вибору атратора), котрі зумовлюють соціально-економічне зростання. Підвищення якості енергії, що супроводжується збільшенням її потенційної можливості виконувати роботу (зменшувати ентропію),

означає підвищення інформативності енергії [2].

Кадровий потенціал являє собою трудові можливості підприємства, здатність персоналу до генерування ідей, створення нової продукції, його освітній, кваліфікаційний рівень, психофізіологічні характеристики і мотиваційний потенціал. Потенціал синергізму компанії визначається потенціалом самоорганізації працівників як носіїв соціальних та біологічних характеристик, що позначається терміном «трудоий (кадровий) синергізм» [3]. Основними факторами трудового (кадрового) синергізму є: чисельність працівників; освіта; стаж роботи; соціальні характеристики індивіда; моделі, методи та стилі управління; заробітна плата; витрати на виробництво; обсяг реалізації продукції тощо.

Для оцінювання потенціалу синергізму можна скористатися поняттям енергії робочого місця – вимог до набору соціальних та біологічних характеристик, якими повинен володіти працівник для ефективного виконання завдань посадового місця, та поняттям енергії працівника – сукупності природних та набутих соціальних та біологічних характеристик, притаманних кожному працівникові. Найвища ефективність забезпечується за умови відповідності енергії робочого місця та енергії працівника. Тобто, синергізм виступає спільною творчою діяльністю учасників групи, в результаті якої створюються якісно нові групові зв'язки, а також якісно новий спільний вид енергії, величина якої перевищує суму окремо взятих складових цієї енергії. З іншого боку, будь-які перешкоди на шляху ефективної групової роботи можна розцінювати як ознаки наростання ентропії (хаотичності), що обумовлюють виникнення негативного синергізму. У трудовій сфері ентропія проявляється у низькому рівні трудової дисципліни та продуктивності праці, підвищенні рівня плинності кадрів, втрат робочого часу тощо.

Передумовами для одержання ефекту кадрового синергізму в умовах самоорганізації слід вважати: чіткі цілі (атрактори), навколо яких об'єднуються інтереси індивідів у колективі, й сильноточую мотивацію для досягнення цих цілей; поле компетенцій, в якому буде здійснюватись самоорганізація через ініціативний перерозподіл функцій з метою максимального використання кращих якостей і вмінь кожного працівника; знання кожним працівником своїх сильних і слабких сторін, що дає змогу здійснити раціональний перерозподіл функцій, організувати навчання з метою підвищення кваліфікації, а також обґрунтовувати інвестиції у розвиток людського капіталу.

Кадровий синергізм може виникнути тільки за умови злагоджених, скерованих та кооперативних дій усіх учасників трудового процесу, які мають спільну мету і активно працюють у цьому напрямку. Варто зазначити, що синергетика орієнтує на те, що навіть найбільш зважені й прораховані управлінські рішення, приватні чи колективні, не обов'язково кожного разу будуть забезпечувати бажаний і передбачуваний результат. Тому необхідна діагностика ризиків управлінських рішень, де враховувалися б можливі траєкторії розвитку системоутворюючого процесу. За такого підходу ціль стратегічного і тактичного аналізу полягає в тому, щоб забезпечити правильне застосування механізмів зворотного зв'язку у моменти фазових переходів (трансформацій), які періодично трапляються в еволюції системи управління персоналом.

Таким чином, для виникнення самоорганізації у колективі важливе значення має не лише потенційна здатність колективу до ефективної співпраці для реалізації поставлених завдань, а й енергія офіційного лідера – керівника.

Література

1. Крюкова І. Ціннісна синергетика природно-економічної взаємодії в цивілізаційному контексті / І. Крюкова // Економіст. – 2008. – № 3. – С. 45-47.
2. Хитра О. В. Перспективи досягнення кадрового синергізму на підприємстві / О. В. Хитра // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2012. – № 1. Т. 1. – С. 80-85.
3. Марченко В. М. Кадровий синергізм процесів злиття та поглинання / В. М. Марченко // Агроінком. – 2009. – № 9-12. – С. 37-40.

Хоменко М.В., студ., Бутенко Л.Ю., ст. викл.
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОРГАНІЧНІ ПРОДУКТИ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Перехід до ринкових відносин в Україні, розширення споживчих ринків, впровадження нових форм господарювання, відобразились в усіх сферах економічного життя, в тому числі у сфері ресторанного бізнесу. Загострення конкурентної боротьби вимагає від закладів ресторанного господарства постійного удосконалення свого ресторанного продукту у відповідності до постійно зростаючих вимог споживачів. Підвищуючи якісні характеристики свого продукту, підприємство одержує перед конкурентами серйозні переваги.

Останнім часом люди все більше приділяють уваги своєму здоров'ю. Здоровий спосіб життя: заняття спортом, правильне харчування та відмова від шкідливих звичок набуває все більших обертів серед населення планети і Україна не є винятком. Одним з факторів правильного харчування є вживання у їжу органічних продуктів.

Згідно з Законом України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» органічна продукція – це продукція у процесі виробництва якої виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів (ГМО), консервантів тощо, та на всіх етапах виробництва (виращування, переробки) застосовуються методи, принципи та правила, визначені законодавством для отримання натуральної (екологічно чистої) продукції, а також збереження та відновлення природних ресурсів[1].

Органічна продукція має ряд переваг над традиційною:

- відмінні смакові якості, відсутність шкідливих домішок, високі стандарти якості органічної продукції, мають позитивний вплив на ваш організм, охороняють ваше здоров'я;
- органічні продукти безпечні для людини й навколишнього середовища, вони не забруднені нітратами, важкими металами, залишками пестицидів, гербіцидів й інших речовин хімічного синтезу;
- органічні продукти не містять хвороботворних мікроорганізмів, паразитів і алергенних компонентів;
- органічні продукти не містять генетично модифікованих організмів і речовин, зроблених на їхній основі;
- органічні продукти зберігають живильні властивості, якість, безпечність й натуральний склад при переробці, оскільки використовуються тільки натуральні методи переробки й традиційні рецепти, природні речовини й матеріали для пакування, заборонене використання синтетичних ароматизаторів, консервантів, добавок і т.д.;
- вживання органічних продуктів опосередковано сприяє збереженню навколишнього середовища, а саме позитивно впливає на відтворення природної родючості ґрунтів, сприяє збільшенню природного біорізноманіття;
- поліпшує здоров'я тварин, оскільки застосовуються такі методи їхнього утримання, які узгоджуються з їх природними потребами й не заподіюють страждання тваринам [6].

За даними Федерації органічного руху України, сучасний внутрішній споживчий ринок сертифікованих органічних продуктів в Україні почав розвиватись з 2006 р., сягнувши в 2008 р. 600 тис. євро, 2009—1,2 млн. євро, 2010-2,4 млн. євро, 2011 – 5,1 млн. євро, в 2012 р. – зріс до 7,9 млн. євро, продовживши зростання у 2013 р.

Оскільки ціна виробництва органічної продукції зазвичай перевищує ціну виробництва традиційної на 15-30%, а в деяких випадках і на 50% [5]. Вартість органічної продукції обумовлена збільшенням витрат на виробництво, зберігання та транспортування такої продукції. Для порівняння: 1 літр звичайного молока у магазині коштує до 10 грн. , а органічне обійдеться приблизно у 17 грн. за 1 літр. Тому саме висока ціна на органічну продукцію є найбільшою перепорою впровадження її в ресторанному бізнесі України. Спеціалісти підраховали, що для того, щоб перейти повністю на органічну їжу українцеві треба мати дохід не нижче 3 тис. дол. [2]. Середня заробітна в Україні станом на 2013 р. становить близько 3000 грн. [4], що пояснює те, чому більшість органічної продукції виробленої в Україні йде на експорт. Поряд з цим слід зазначити, що у великих містах, таких як Київ, Харків, Одеса тощо, дохід в 3 тис. дол. не є чимось неможливим, тому вони є відмінним майданчиком для відкриття ресторану органічної кухні.

Для зниження ціни ресторатори можуть піти на такі кроки:

- зменшити розмір порцій (але тоді існує ризик, що гості будуть не наїдатись);
- перейти на часткове самообслуговування(але дуже заможні гості, які звикли до максимального комфорту можуть відмовитися від такого сервісу), відмовитися від страв, які потребують занадто дорогих інгредієнтів та ін.

Зміцнити свої позиції в конкурентній боротьбі можна не тільки за допомогою ціни і якості продукту, але і на основі формування і позитивного розвитку іміджу підприємства. Показовим в цьому плані є ресторан «Франко», м. Івано-Франківськ. Це єдиний український ресторан органічної кухні на веб-сайті якого чітко вказані виробники продукції: «В своїй роботі ми використовуємо огірки та помідори Уманського тепличного комбінату, що працює за органічними технологіями, зелень – ізраїльського виробництва з обов'язковою поміткою ORGANIC, оливкову олію – EXTRA VIRGIN ORGANIC, м'ясо – від фермерських господарств Козятинського району Хмельницької області, які поставляють свою продукцію в кращі ресторани столиці. Страви з форелі готуються виключно з риби, виловленої в протічних ставках села Осмолоди Рожнятівського району. Це сьогодні єдине в Західній Україні господарство, яке займається вирощуванням справжньої райдужної форелі. Вся баранина, що використовується рестораном імпортована з Нової Зеландії та супроводжується міжнародними сертифікатами якості. [3]» Обід(перше, друге і десерт) у цьому закладі обійдеться клієнтові в середньому у 129 грн. Для порівняння в київському ресторані органічної кухні «Casa del М'ясо» приблизно аналогічний набір продуктів коштує 235 грн.

Отже, органічні продукти є важливою частиною правильного харчування і як наслідок здорового способу життя. Ринок органічної продукції в Україні стрімко розвивається. Чи не єдиним фактором, що стримує широке поширення органічної продукції є її більша вартість порівняно з традиційною у сукупності з низьким рівнем життя населення країни. Але навіть за таких умов ресторани органічної кухні можуть знайти своїх клієнтів у великих мегаполісах де доходи громадян є значно більшими ніж

середні по країні. Для максимізації прибутку і збільшення числа клієнтів ресторани повинні використовувати всі можливі засоби, а прикладом мають слугувати успішні іноземні аналоги.

Література

1. Закон України "Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини" від 03.09.2013 р. № 425-VII
2. Моднаорганіка: як заробити на людях, які купують органічні продукти [Електронний ресурс] / Издательский дом «Галицкие контракты» - Режим доступу: <http://kontrakty.ua/article/56509>
3. Органічна кухня та здорова їжа [Електронний ресурс] / Ресторан «Франко» - Режим доступу: <http://franko.if.ua/ua/organic-food/>
4. Показники середньої заробітної плати [Електронний ресурс] / Пенсійний фонд України – Режим доступу: http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/publish/category?cat_id=95535
5. Усе, що потрібно знати про органічні продукти [Електронний ресурс] / ORGANIC UA – Режим доступу: <http://organic.ua/en/lib/424-use-shho-potribno-znaty-pro-organichni-produkty>
6. Що таке органічні продукти? [Електронний ресурс] / Федерація органічного руху України – Режим доступу: <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-48>

Цивінська Т.В., студ. гр. МК-10, Чумаченко О.С., к.т.н., доц.
Кіровоградський національний технічний університет

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ШВЕЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Останніми роками спостерігається стійка світова тенденція збільшення попиту на різноманітні швейні вироби по розмірно-ростовочному асортименту, ціні, модельних ознаках, і термінах постачання в торгову мережу. Причому ці вимоги пред'являють не тільки жінки, але і чоловіки. Для вирішення цієї проблеми необхідне постійне вивчення попиту з подальшою математичною обробкою результатів.

Як свідчать результати діяльності корпорації Inditex (Іспанія), світового лідера по виробництву одягу вже близько 30 років, за будь-якого кризового економічного стану, одяг завжди користується попитом. Корпорація об'єднує понад 100 компаній, і за даними на вересень 2012 р. має 5618 магазинів різного формату в 84 країнах світу: Zara – жіночий, чоловічий, дитячий одяг; Pull & Bear – молодіжний одяг; Massimo Dutti – класичний одяг; Bershka – для підлітків; Stradivarius – жіночий молодіжний одяг; Oysho – білізна та одяг для дому; Zara Home – речі інтер'єру і декору для дому; Uterque – аксесуари.

Ситуація в Україні зі швейним виробництвом абсолютно протилежна. Тоді як у 2001 році на легку промисловість України доводилося близько 50% від всього випуску непродовольчих товарів народного споживання, то в 2012 р. – вже 0,7%! В умовах орієнтації економіки країни на соціальні потреби населення, саме цій галузі належить провідна роль в підвищенні рівня життя за рахунок його забезпечення непродовольчими товарами високої якості: взуттям, одягом, трикотажними виробами, тканинами, і іншими предметами народного споживання.

Легка промисловість, яка ще зовсім недавно була потужним джерелом надходження коштів до бюджету, сьогодні знаходиться у складному стані. Одна з найважливіших галузей промисловості, яка завжди була сильною в Україні, зараз гине, і цим стурбовані багато провідних фахівців. Підприємства, що мали у минулому світове значення зараз скоротили обсяг виробництва або оголошені банкрутами. Складається враження, що держава залишила легку промисловість напризволяще. Галузь має величезні проблеми, які в даний момент ніхто не вирішує.

В результаті проведеної в середині 90-х років лібералізації імпорту, Україна дуже широко відкрила двері для закордонних товарів. Величезними кількостями почала надходити до України продукція з інших країн, що затмарило вітчизняного виробника. Від цього постраждала не тільки легка промисловість, а й економіка України в цілому. В даний момент імпорتنі швейні вироби (Китай, Туреччина, Польща) продовжують домінувати на ринках країни. Про це свідчать дані статистичного щорічника України за 2012 р., представлені в табл. 1: в Україні на одну особу в рік не випускається навіть одиниці товару по всіх видах одягу, який користується попитом.

Таблиця 1

Обсяги виробництва продукції легкої промисловості України

Продукція	2005	2008	2009	2010	2011	2012
1	2	3	4	5	6	7
Тканини, млн. м ²	113,5	109,1	86,8	83,8	87,2	100,0
у тому числі бавовняні	53,0	48,3	34,5	29,2	22,6	27,7
вовняні	8,3	6,6	4,0	5,2	5,6	6,1
лляні	2,0	0,5				
ворсові, махрові і тканини спеціальні	6,2	2,8	1,1	1,2	1,8	2,1
з волокон хімічних	44,1	49,5	46,8	51,0	59,0	66,2
Полотна трикотажні маш., руч. в'язання, т	5935	295S	2833	3919	4831	4530
Вироби панчішно-шкарпеткові трикотаж., млн. пар	55,5	61,7	59,5	76,8	90,0	83,0
Светри, джемperi, млн. шт.	5,0	2,3	1,5	1,7	1,6	1,5

1	2	3	4	5	6	7
Одяг верхній трикотажний, млн. шт.	4,5	4,4	3,1	5,4	4,9	4,7
Трикотаж спідній, млн. шт.	26,9	22,7	16,8	22,5	28,8	27,6
Пальта, напівпальта, накидки, плащі, куртки та вироби аналогічні чоловічі та хлопчачі. тис. шт.	649	376	399	528	547	470
жіночі та дівчачі, тис. шт.	3346	2512	1783	1997	1912	1688
Костюми чоловічі та хлопчачі, тис. шт.	1608	1000	632	505	593	486
Костюми жіночі та дівчачі, тис. шт.	893	496	318	401	325	300

Комунальне підприємство «Елегант М», м. Кіровоград, здійснює індивідуальне пошиття одягу в повному асортименті від білизни до верхнього одягу. Реклама послуг підприємства представлена в усіх місцевих виданнях оголошень. За результатами опитування, проведеного підприємством для виявлення потреб споживачів у магазинах одягу міста (опитано 100 чоловіків і 140 жінок) та аналізу анкет були встановлені види одягу, що має попит протягом всього року: піджак (жакет), сукня, сорочка чоловіча, блуза, брюки і спідниця. Ці види одягу оновлюються споживачем щорічно і навіть частіше, так, піджак (жакет) купують 1-2 рази на рік, сорочку чоловічу (блузу) – 4-5 разів на рік, брюки – 1-2 рази на рік. При цьому молодь купує одяг частіше, ніж споживачі старшої вікової групи. Молодь цікавлять переважно більш ексцентричні, модні, недорогі вироби, а старші вікові групи – вироби близькі до класичних. Встановлено що раз на 3 роки купують такі вироби, як пальта, плащі. Але вітчизняний рівень розвитку легкої промисловості недостатній. Крім того, постачання сировини з середньоазіатських країн (у яких вирощується бавовна) скорочені; продукція галузі не витримує конкуренції з імпортними товарами, що постачають з-за кордону останніми роками; майже 40% устаткування галузі застаріло.

Попит на послуги індошвику обумовлений, зокрема, недостатньою пропозицією моделей для невисоких, нульової і другої повнотних груп жінок і чоловіків. Недостатній і мізерний асортимент для повних чоловіків і жінок, особливо для жінок нижнього типу, а чоловіків – черевного типу. Чоловіки були невдоволені якістю посадки брюк, оскільки внаслідок особливостей статури чоловіки черевного типу носять брюки нижче за лінію талії. Аналіз підприємств показав, що практично відсутні брюки на ці типи фігур. Отже, швейним підприємствам слід звернути увагу на цей факт і організувати виготовлення одягу на проблемні фігури, перераховані вище.

Фірмові магазини є привабливою торговою точкою для людей, які віддають перевагу продукції вітчизняного виробництва. Тому доцільно і прибутково створювати вітчизняні підприємства з умовою, що їх продукція буде влаштовувати попит і смак населення усіх вікових груп країни. В цьому випадку у вартість не входить транспортування, і вартість виробів буде менша порівняно з імпортним товаром. Перспективи розвитку легкої промисловості пов'язані з налагодженням економічних зв'язків і відновленням сировинної бази, подоланням технологічної відсталості галузі.

Цирфа О., магістр. гр. ЕП-13м, Матієнко С.С., викл.
Кіровоградський національний технічний університет

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Вирішення сучасних проблем стабілізації національної економіки, досягнення високих темпів стійкого економічного зростання, забезпечення соціального розвитку суспільства вимагає вдосконалення процесу управління. Цей процес реалізується через управлінські рішення, які визначають результати діяльності як країни в цілому, так і окремого підприємства (організації).

В існуванні будь-якої організації існує вірогідність появи кризи, яка зумовлюється не тільки помилками в стратегії управління, недостатньою увагою до проблем розвитку або поразкою в конкурентній боротьбі, а й такими об'єктивними чинниками, як коливання ринкової кон'юнктури, періодичною модернізацією технології, зміною в організації виробництва, зміною персоналу або зовнішніх економічних умов, а нерідко - й політичними обставинами.

Таким чином, актуальності набуває створення такої системи підтримки прийняття рішення, яка б дозволяла вчасно ідентифікувати стан керованої системи навіть за обмеженої інформації і непрямих ознаках посилення кризових тенденцій, а також створювати базу для прогнозування можливих наслідків. Ці задачі вирішуються в процесі антикризового управління як фактору забезпечення економічної безпеки підприємства.

На сьогодні існує велика кількість літературних джерел, які присвячені антикризовому управлінню. Особлива увага теорії криз надається в роботах А.Богданова, Н.Кондратьєва, Дж.М.Кейнса, Туган-Барановського, С.Фішера, Ю.Яковця та ін.

Аналіз існуючих підходів та характеристик дозволяє узагальнено визначити антикризове управління організацією як управління, яке спроможне не допустити або попередити кризові ситуації в її виробничо-господарській діяльності, а у випадку виникнення кризи пом'якшити її наслідки, утримувати функціонування організації в режимі виживання та вивести її з кризового стану з мінімальними втратами.

Багатозначність економічного, особливо управлінського розуміння категорії "антикризового управління", обумовлюється, по-перше, двоюкою природою будь-якої кризи, що одночасно творить і руйнує, та, по-друге, різним розумінням суті, змісту та завдань антикризового менеджменту. Слід зауважити, що різне розуміння антикризового управління існує у науковців країн з розвинутою ринковою економікою та пострадянських країн. Це, з одного боку, пов'язано із різницею у досвіді застосування антикризового управління, а, з іншого - з особливостями функціонування вітчизняних підприємств, які визначаються перехідним типом економіки України.

На нашу думку, управління складними системами є антикризовим на всіх етапах функціонування і розвитку підприємства, а вміння передбачити, розпізнавати кризу, що наближається, повинно визначати ефективність управлінських рішень.

Саме тому антикризове управління можна визначити як систему управлінських заходів і рішень з діагностики, попередження, нейтралізації і подолання кризових явищ і їхніх причин на всіх рівнях економіки. Воно повинно охоплювати всі стадії розвитку кризового процесу, у тому числі його профілактику та попередження.

Особливість антикризового управління проявляється в об'єднанні в систему таких його складових як діагностика, попередження, подолання кризи, стратегія реструктуризації та застосування нестандартних методів в управлінні персоналом. З цих позицій антикризове управління видається як конструктивна реакція на виявлені результати діагностики змін, що загрожують порушенням нормального функціонування або, навіть, банкрутством. Правомірність такого підходу можна підтвердити ефективністю результатів управлінських рішень шляхом зіставлення рівня витрат ресурсів і ступеня досягнення цілей.

Необхідно пам'ятати, що кризу легше передбачити, ніж ліквідувати, й успіх управління кризовими ситуаціями визначається ступенем готовності підприємства до потенційних погроз і криз їхнього прояву, наявністю резервів, рівнем підготовки менеджерів і ступенем профілактичних заходів, ефективністю застосовуваних методів управління.

Принципи стійкості роботи підприємства, ефективного його управління та забезпечення його економічної безпеки можна звести до наступного:

- формування здорового соціально-психологічного клімату в колективі;
- проведення політики активних дій у виробничій, ринковій і галузевій політиці;
- ведення постійного моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища фірми.
- організація гнучкого виробництва, здатного швидко перебудуватися на збільшення (зменшення) випуску визначеної продукції за рахунок іншої продукції підприємства;
- резервування засобів, що забезпечують функціонування системи в кризовій ситуації;
- розробка адаптивних планів і можливих рішень з управління системою, що негайно можуть реалізовуватися при настанні кризових ситуацій;
- забезпечення запасних варіантів постачальників сировини, кредиторів, спонсорів і т.п.;
- можливі плани дій підприємства із запобігання банкрутства (зміна форми організації, відсікання зайвого і т.п.);
- постійна турбота про економічну безпеку підприємства, розширення і поглиблення захисту останньої;
- своєчасне проведення технічних оглядів основних засобів, енергетичних об'єктів й інших елементів інфраструктури, що забезпечує підвищення надійності їхнього функціонування; підвищення кваліфікації управлінських працівників, освоєння робітниками суміжних спеціальностей, рівноцінних за кваліфікацією;
- забезпечення належного контролю за надходженням сировинних й інших матеріалів у підсистемі, що забезпечує, а також високої якості продукції, що випускається;

Наведений перелік не вичерпує всіх засобів із забезпечення економічної безпеки підприємства, а передбачає лише можливі основні напрямки його діяльності та його системи управління. У кожній фірмі та на кожному підприємстві вони будуть специфічні.

Література

1. Антикризисный менеджмент/ Под ред. проф. А.Г. Грязновой. – М., 1999. – 368 с.
2. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - Київ, Центр навчальної літератури, 2007. - 307 с.
3. Жданов С.А. Основы теории экономического управления предприятием: учебник. - М.: Издательство "Финпресс", 2000. - 384с.
4. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. – М.: Экономика, 2000. – 364 с.

5. Пилипенко А.А. Формування організаційно-економічного механізму забезпечення усталеної роботи підприємства. – Харків, Либідь, 2001. – 287с.
6. Айвазян З., Кириченко В. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти // Проблемы теории и практики управления. – 1999. - № 4. – с. 94-100.

Черняк А.В., студ. гр. МЕ-11

Науковий керівник: к.е.н., доц. Глевацька Н.М.

Кіровоградський національний технічний університет

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Сьогоднішній день зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це один з найважливіших чинників розвитку національної економіки. Актуальність даної проблематики пояснюється тим, що жодна із країн світу не може самостійно розвивати власні виробничі процеси, забезпечити економічне зростання без ефективного використання переваг міжнародного розподілу праці та сукупного міжнародного науково-технічного потенціалу. В ЗЕД набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства. ЗЕД сприяє розвитку перспективних напрямків експортного потенціалу. Проблеми нашої країни щодо нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій та деяких товарів народного споживання можна вирішити саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності.

Проблеми підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів. Теоретичною методологічною основою даної роботи є основні положення і висновки, сформульовані в наукових фундаментальних працях вітчизняних і закордонних економістів в області економічного та фінансового аналізу, фінансового менеджменту та маркетингу. Питання функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємства широко висвітлені насамперед у зарубіжній науковій літературі. В Україні зазначеними проблемами займаються такі фахівці, як Білий В., Губенко В., Завьялов П. Кредисов А., Лозенко А. П., Павленко Ф., Щербак В., Яковлев А., Якубовський М. та ін.

В умовах сучасної ринкової економіки майже всі підприємства України, так чи інакше, виконують зовнішньоекономічну діяльність. Це зумовлено тим, що навіть якщо підприємство не спеціалізується на реалізації своєї продукції на зовнішніх ринках, тобто не займаються експортною діяльністю, для виготовлення продукції на внутрішній ринок, більш якісної та сучасної, часто імпортують товари та послуги, які необхідні для створення виробничого процесу. Іншими словами, зовнішньоекономічна діяльність підприємств в Україні – це така діяльність, яка створює та забезпечує умови для випуску конкурентоспроможного товару.

Мета цієї статті дослідити питання оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в Україні.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності як сукупність різних форм економічних відносин певної країни із закордонними партнерами оцінюється за трьома спрямуваннями, а саме: а) за рівнем управління - на рівні держави, окремого регіону, конкретного підприємства, його підрозділів; б) за видами діяльності - зовнішня торгівля, науково-технічне співробітництво, валютно-фінансова, інвестиційна діяльність, спільне підприємництво тощо; в) за часовим інтервалом - коротко-, середньо- і довгостроковий.

Різноманітність зовнішньоекономічних операцій, що здійснюються перинними суб'єктами господарювання, передбачає можливість одержання ними результатів від міжнародної економічної діяльності у різних формах. Виділяють такі основні форми прояву ефекту від зовнішньоекономічних операцій:

1. Зовнішньоторговельний ефект - виявляється як реалізація переваг у міжнародних торговельних операціях, які утворюється на основі існуючих розбіжностей у рівні витрат виробництва певного товару, а отже, викликають відмінності структури цін і дозволяють дістати корисний результат від порівняння ціни виробника з ціною середньо-світового рівня.

2. Науково-технічний ефект - виявляється як сукупність ефектів, по-перше, ефекту безпосередньо від експорту / імпорту результатів науково-технічної діяльності; по-друге, від супутніх (емерджентних або резонансних) ефектів, зокрема, від формування наукомісткої спеціалізації виробника, можливості започаткування нових досліджень на основі попередніх, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

3. Ефект спеціалізації і кооперування. Спеціалізація зумовлює стійкий економічний ефект завдяки принципам орієнтації на конкретного споживача та всебічного урахування його потреб. Кооперування забезпечує тривалий ефект від оптимізації господарської взаємодії учасників зовнішньоекономічних відносин в умовах наростання складності (товарної диверсифікації, індивідуалізації потреб, збільшень частки науково-технічної компоненти у споживній вартості товарів тощо) і виявляється передусім як економія витрат у розрахунку на одиницю продукції.

4. Ефект переваг у часі. При експорті виявляється як можливість одержання додаткового прибутку на основі підвищення цін на новітній товар, послугу або об'єкт інтелектуальної власності, збільшення сегмента зовнішнього ринку, на якому реалізується продукція фірми, посилення ринкової влади тощо; при імпорті - як можливість прискорення реконструкції або введення в дію нових виробничих потужностей підприємства, виготовлення та реалізації товарів споживчого призначення з використанням закордонної сировини, комплектуючих частин тощо, застосування ліцензій, ноу-хау та ін. Визначення такого ефекту потребує використання методів дисконтування та врахування кредитного впливу.

5. Ефект оптимізації ресурсів - виявляється як можливість збільшення на зовнішньому та внутрішньому ринках обсягів товарів і послуг та підвищення їх якості за рахунок збалансованого поєднання матеріальних, трудових, інвестиційних, науково-технічних ресурсів як вітчизняних, так і залучених із-за кордону.

Система показників економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності поділяється на дві групи:

- показники ефекту, які визначаються через абсолютні величини, що мають вартісний вимір та обчислюються як різниця між результатами і витратами;

- показники ефективності, які визначаються на основі віднесення результатів до витрат і, як правило, визначаються у відносних одиницях (відсотках та індексах).

Аналізуючи та узагальнюючи дані Державної служби статистики України можна побачити, що за 2013 р. обсяги експорту та імпорту товарів України становили відповідно 63312 млн. дол. США та 76964 млн. дол. Порівняно з 2012 р. експорт склав 92 %, імпорт – 90,9 %. Від'ємне сальдо становило 13652 млн. дол. (за 2012 р. також від'ємне – 15848,3 млн. дол.).

Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,82.

Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 229 країн світу.

До країн СНД було експортовано 36,1% усіх товарів, до країн ЄС – 26,2%. торговими партнерами серед країн СНД як в експорті, так і в імпорті товарів залишилися країни Митного союзу, такі як Російська Федерація, Білорусь та Казахстан.

Найвагоміші експортні поставки товарів серед країн – членів ЄС здійснювали у такі країни, як Польща, Італія, Угорщина, Нідерланди, Іспанія та Німеччина та складала - 26,2 % усіх товарів.

Найактивніші експортно-імпортні операції здійснювали підприємства м. Києва, Донецької, Дніпропетровської, Київської, Луганської, Запорізької та Одеської областей.

Разом з тим, на сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств потребує вдосконалення. Цьому, насамперед, повинна сприяти виважена державна політика у зовнішньоекономічній сфері. Вона має бути націленою на:

- перепрофілювання підприємств, які в основному працюють на сировині і комплектуючих, що ввозяться із-за кордону, поставки яких є ненадійними й економічно невиправданими;
- випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті;
- зменшення ввезення низькоякісної, шкідливої продукції з закордону шляхом встановлення високого імпортного мита, та застосування інших нетарифних бар'єрів.

Для вдосконалення системи підтримки національного товаровиробника, усунення загрози інтервенціоністських імпортних поставок, запобіганням матеріальних збитків у галузях вітчизняної промисловості, відповідно до прийнятих у світовій торгівлі правових норм, необхідно стимулювати вітчизняне товаровиробництво, залежне від імпорту сировини, матеріалів та комплектуючих, які виробляються в країні в невеликому обсязі, шляхом встановлення низьких чи "нульових" ставок ввізного мита. Нарощувати потенціал зовнішньоекономічної діяльності підприємств треба перш за все шляхом створення сприятливих економічних умов для збільшення випуску вітчизняної продукції та надання послуг за рахунок модернізації виробництва, застосування сучасних технологій переробки, зберігання, пакування, транспортування та реалізації продукції машинобудівної, харчової і легкої промисловості, сільського господарства, закріплення на традиційних ринках збуту та виходу на нові.

Шабаров В.В., студ. гр. ОА-12

Науковий керівник: к.е.н., доц. Збаржєвецька Л.Д.

Кіровоградський національний технічний університет

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

У сучасних умовах інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення можливості виходу з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, зростання технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівнях. Серед сукупності причин, що сприяли економічній кризі та утримують перехід України в фазу економічного розвитку, чи не найголовнішою є низька інвестиційна активність. Активізація інвестиційного процесу є одним із найбільш дієвих механізмів соціально-економічних перетворень.

Питанням інвестиційної привабливості та створення сприятливого інвестиційного клімату України займалися такі вчені, як: І.О. Бланк, Б.В. Гунський, С.О. Гуткевич, М.Б. Дацишин, В.М. Комаров, В.С. Лановий, М.В. Мельник, А.С. Музиченко, А.В. Філіпенко тощо.

Загальновідомо, що ефективне реформування економіки будь-якої країни, її структурне перетворення з якісним оновленням товаровиробництва, ринкової та соціальної інфраструктури неможливі без відповідних капіталовкладень, тобто без належного інвестування. Це фундаментальні основи для забезпечення конкурентоспроможності національного товару, без чого не може бути й успішної інтеграції нашої країни в Європейське співтовариство. Крім того інвестиції дають змогу впроваджувати науково-технічні досягнення у виробництво і на цій основі забезпечувати зростання ВВП, продуктивності праці, реальних доходів на душу населення, а також вирішувати багато соціальних проблем. Дослідженнями встановлено пряму залежність між темпами зростання ВВП та інвестиціями, оскільки конкурентоспроможність і темпи розвитку підприємства визначаються інвестиціями.

У забезпеченні виходу економіки з кризового стану і стабільного її розвитку вирішальну роль відіграє науково обгрунтована інвестиційна політика держави. Саме вона визначає реальні джерела, напрями, структуру інвестицій, здійснює раціональні та ефективні заходи для виконання загальнодержавних, регіональних та місцевих соціально-економічних і технологічних програм, відтворює процеси на макро- й мікроекономічному рівнях. Водночас держава повинна створювати сприятливий інвестиційний клімат з метою залучення іноземних інвесторів на взаємовигідних засадах, поряд із внутрішніми.

На сьогоднішній день в Україні можна виділити низку проблем, що перешкоджають поліпшенню інвестиційного клімату України:

- відсутність сталої стратегії економічного і політичного розвитку;
- обмеженість державних підприємств, що підлягають приватизації, і в яких зацікавлені потенційні інвестори;
- незабезпечення усім суб'єктам економічних відносин, у тому числі й іноземним інвесторам, рівних економічних прав і свобод у здійсненні фінансово-економічної діяльності;
- складність податкової системи та суттєве податкове навантаження;
- відсутність надійної інвестиційної історії, що формується роками внаслідок успішних капіталовкладень інвесторів та інші [1].

В Україні ж дотепер не створено обгрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок, в інвестиційній діяльності країни утворилося замкнуте коло, коли недоінвестування економіки посилює спад виробництва, що, в свою чергу, спричиняє зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави.

Важлива роль при цьому належить іноземним інвестиціям. За допомогою іноземних інвестицій Україна зможе вирішити ряд завдань, а саме: технологічне оновлення виробництва, виробництво товарів широкого вжитку, подолання залежності країни від імпорту. Якщо розглянути головних інвесторів, що вкладають іноземні інвестиції в Україну, то найбільшими інвесторами є: Кіпр – 11,6 млрд. дол., Німеччина – 7,4 млрд. дол., Нідерланди – 4,8 млрд. дол., Російська Федерація – 3,4 млрд. дол. та Австрія – 2,9 млрд. дол. Найбільшу інвестиційну привабливість в Україні мають промисловість (34,2%); операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям (21,7%); діяльність у сфері транспорту і зв'язку (17%) тощо. Найбільш привабливими для іноземних інвесторів є м. Київ, Дніпропетровська, Донецька, Київська області [2].

Слід зазначити, що Україна є інвестиційно-привабливою для іноземних інвесторів але через ряд ризиків обсяги інвестування у вітчизняну економіку на даний момент не є значними, хоча їх величина зростає кожного року.

Отже, подальший розвиток економіки України потребує розробки виваженої стратегії залучення інвестицій. Вона має бути спрямована на залучення довгострокових прямих іноземних та вітчизняних інвестицій у стратегічно важливі галузі економіки. Відповідно до цього, пріоритетними напрямками для залучення і використання іноземних інвестицій, на думку вітчизняних вчених-економістів, на рівні держави повинні стати :

- завершення формування відповідної нормативно-правової бази;
- подальше реформування податкової системи;
- досягнення політичної стабільності.

Від того наскільки ефективно буде побудована інвестиційна стратегія на підприємстві залежить обсяг залучених коштів і подальший розвиток економіки. Дана стратегія повинна включати такі етапи: формування інвестиційної стратегії підприємства, визначення періоду формування інвестиційної стратегії, формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності, розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства, конкретизація інвестиційної стратегії по періодах її реалізації, оцінка реалізації інвестиційної стратегії підприємства.

Література

1. Бутняров А. / Сприятливий інвестиційний клімат країни – запорука залучення іноземних інвестицій // Ринок цінних паперів України. – 2008, – №3-4. – с. 29-32.
2. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

ПОШИРЕННЯ НОВИХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ НА ПРИКЛАДІ МІСТА БІЛА ЦЕРКВА

Сучасні умови інформаційної економіки характеризуються розвитком соціально-трудових відносин, основною тенденцією яких є стрімке поширення новітніх форм зайнятості. За рахунок інформаційно-комунікаційних технологій та інших чинників інституційного характеру відбуваються кардинальні зміни всіх сторін економічного життя, у тому числі його соціально-трудової складової.

Гнучкі форми зайнятості є основними та найпоширенішим способом підвищення гнучкості ринку праці. По-перше, вони дають можливість найманому працівникові обирати тривалість робочого часу та відпочинку. По – друге, вони дозволяють роботодавцю маніпулювати кількістю застосованої праці залежно від кон'юнктури ринку і фінансово-економічного стану підприємства, не розриваючи трудових відносин з працівниками, що є доцільним з позицій економічної ефективності та соціальної стабільності. По-третє, гнучкі форми зайнятості дозволяють ефективно вирішувати проблеми зайнятості найбільш уразливих на ринку праці категорій працівників (жінок, пенсіонерів, молоді, інвалідів). До гнучких форм зайнятості належать: неповна зайнятість, яка характеризується тривалістю робочого часу, меншою за нормативно встановлену; нестандартні робочі місця (надомна праця, праця за викликом); тимчасова зайнятість; самозайнятість [4, с.178].

Біла Церква є великим містом в Київській області, з населенням понад 200 тис. осіб. Білоцерківський район охоплює значну кількість сіл та селищ, мешканці яких мають тенденцію до працевлаштування в місті. Однак, не завжди умови пропозиції праці відповідають умовам попиту і навпаки. Тому в Білій Церкві відбувається розвиток нестандартних трудових відносин.

За даними білоцерківського центру зайнятості, станом на 01.10. 2013 року залучено до нетрадиційної зайнятості (неповна, вторинна зайнятість, самозайнятість, аутсорсинг) 704 особи, що становить 22% від загальної кількості працевлаштованих. За 2008-2013 роки даний показник зростав в середньому на 15% за рік. За нашими дослідженнями, широкого розповсюдження набуває надомна робота та робота за викликом. Цей вид зайнятості поширений серед соціально-вразливих верств населення — матері з дітьми, особи з обмеженими фізичними можливостями, молодь, створюючи можливості виконувати роботу вдома, поєднувати навчання у вищих навчальних закладах чи особисті (домашні) справи з трудовою діяльністю за наймом (рис. 1).

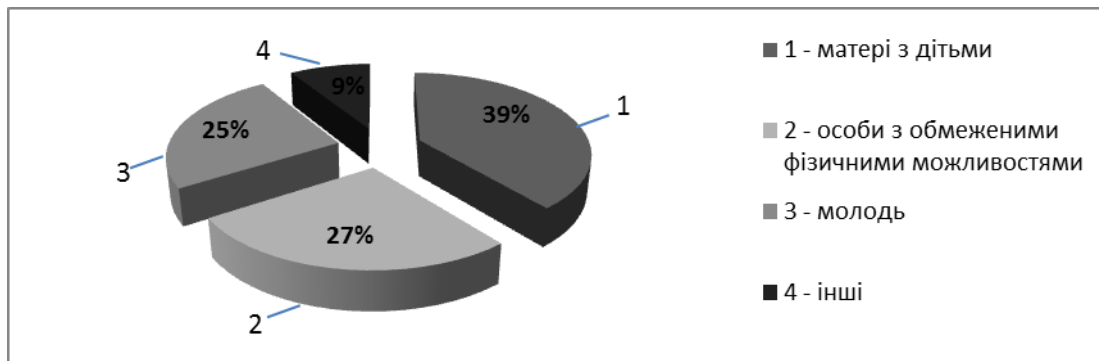


Рис.1. Поширення надомної роботи та роботи за викликом серед різних верств населення у Білій Церкві [2].

Серед чинників, що продукують підвищення попиту на нетипову зайнятість, виділимо: структурні зрушення в процесі переходу від масового конвеєрного виробництва до виробництва, притаманного сучасній економіці; значне розширення сектору послуг; небувалі раніше масштаби застосування інформаційних і комунікаційних технологій; наростання гнучкості ринку праці та виробництва. Диверсифікація форм зайнятості не є ні добром, ні злом. Це об'єктивна реальність, яка потребує приведення її у певні організаційні та нормативно-правові рамки. Вкрай актуальним залишається прийняття нових і внесення змін до діючих нормативно-правових актів, які мають регулювати відносини у сфері безпосереднього докладання праці з урахуванням нових реалій — поширення нестандартних форм зайнятості та атипових трудових договорів. Першочерговими заходами у цій сфері мають бути:

- внесення змін і доповнень до Закону України «Про колективні договори угоди», які мають наповнити якісно новим змістом (стосовно регулювання ринку праці) угод і договорів, що укладаються на національному, регіональному, галузевому і виробничому рівнях.
- прийняття нормативно-правових актів, які мають врегулювати особливості відносин суб'єктів

соціально-трудових відносин в умовах застосування запозиченої праці та дистанційної зайнятості;

- прийняття Трудового Кодексу, побудованого на міжнародних трудових нормах та надбання світової практики регулювання відносин у сфері праці [3].

Отже, реальністю сучасного світу є те, що відносини у сфері праці набувають значної гнучкості: поширення отримують нові (нестандартні) форми зайнятості та режими робочого часу, що посилює актуальність соціальної відповідальності сторін зазначених відносин та їхніх представницьких органів. Сьогодні, як в місті Біла Церква, так і в інших регіонах країни активно розвиваються аутсорсинг, надомна праця в сфері послуг, дистанційна зайнятість, самозайнятість. Широко використовуються строкові трудові договори, розширюється сфера застосування неповної зайнятості. За таких умов принципи державної політики щодо нестандартної зайнятості мають ґрунтуватися на відповідальності та захисті суспільних інтересів у питаннях стабільності зайнятості та дотримання трудового законодавства.

Література

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / О.А. Грішнова. – 5-те вид., оновлене. – К.: Знання, 2011. – 390 с.
2. Звіти білоцерківського міськрайонного центру зайнятості за 2008-2013 рр.
3. Новак І. Нестандартна зайнятість в Україні: соціальні ризики та контрстратегії профсоюзів. / І. Новак, Б. Оверковский. – К.: Фонд ім. Фрідріха Еберта (FES), 2011 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen>.
4. Петюх В.М. Ринок праці: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2008. – 288 с.

Шалар Ю.О., студ. гр. ЕП-12СК

Науковий керівник: викл. Полтавець М.М.

Кіровоградський національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛ–ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ПІДГОТОВЦІ КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ ПІДПРИЄМСТВА

Як свідчить досвід найбільш успішних зарубіжних та вітчизняних підприємств, персонал будь-якої організації є ключовим фактором, який визначає ефективність використання усіх інших її ресурсів. Під впливом різних факторів, таких як: зміна обсягу випуску продукції, розробка та освоєння виробництва нових виробів, впровадження нових технологій, плинність кадрів за різними причинами, зміна стратегії поведінки на ринку, відбуваються постійні зміни у складі персоналу підприємства. Вони шкідливо впливають на кінцеві результати діяльності підприємства та можуть взагалі призвести до зупинки в його роботі.

Щоб компенсувати дію вищевказаних факторів і забезпечити безперервну й ефективну роботу підприємства йому потрібен резерв кадрів, який дозволить швидко і продуктивно замінити вибулих працівників та вирішувати нові завдання в організації виробництва й управлінні різними його ланками.

На підприємствах, як правило, створюється резерв керівних кадрів, а резерв робітників не планується у зв'язку із тим, що вони є на ринку праці в достатній кількості. Під кадровим резервом розуміють групу керівників і фахівців, які працюють на даному підприємстві, володіють здатністю до управлінської діяльності, відповідають вимогам що до відповідних посад того чи іншого рівня управління, пройшли відбір і мають або проходять певну цільову кваліфікаційну підготовку.

В літературі з менеджменту існує така думка, що нездатність організації підібрати на вільні керівні посади кандидатів зі складу своїх співробітників – ознака її слабкості [1].

Для створення ефективної системи формування резерву кадрів керівників та його подальшого ефективного використання треба правильно вибрати тип формування кадрового резерву, дотримуватись певних чітких алгоритмів роботи з персоналом, що надійно забезпечать досягнення заданих результатів, аналогічно технологіям, які використовуються у виробництві.

Під персонал-технологією розуміють стандартизований метод досягнення заздалегідь визначених результатів по конкретному напрямку роботи з персоналом з використанням необхідних для цього ресурсів. Найважливішою особливістю персонал-технологій є те, що об'єктом їхнього впливу є люди. Тому вони повинні максимально повно враховувати психологічну і соціальну природу процесів, що підлягають регуляції і управлінню та визначають поведінку людини. Це: мотивація, цінності, установки, групові норми, психологічний клімат і особливості організаційної культури.

Для того, щоб бути успішними, персонал-технології повинні відповідати вимогам, наведеним у таблиці 1 [2]. Розкривши зміст перших двох вимог, стає зрозуміло, що вони, як і інші в повній мірі не виконуються в організації навчання кадрового резерву на більшості українських підприємств:

1. Наявність ясних цілей, пов'язаних з цілями організації чи відповідних підрозділів. Наприклад, така стратегічна мета, як освоєння нової для компанії продукції, вимагає постановки пов'язаних з даною стратегією цілей і для конкретних напрямків роботи з персоналом. Так, навчання і перенавчання персоналу (методи і зміст навчальних програм) будується з урахуванням тих знань і навичок, які вимагає

від персоналу робота в нових умовах.

2. Забезпеченість ресурсами. Виконавці, що відповідають за конкретні напрямки роботи, повинні мати у своєму розпорядженні необхідні ресурси, і для них мають бути створені умови, що дозволяють якнайкраще досягати поставлені перед ними цілі. Немоżliво успішно навчати працівників, не маючи пристосованих для цієї мети приміщень, достатніх фінансових ресурсів, необхідного устаткування або часу.

В таблиці 1 наведено приклад того, як може бути організоване навчання керівників середнього рівня управління у відповідності до вимог персонал-технологій, що дасть можливість покращити підготовку кадрового резерву та підвищити ефективність господарської діяльності підприємств різних галузей народного господарства.

Таблиця 1

Організація навчання керівників середнього рівня управління у відповідності до вимог персонал-технологій

Вимоги	Умови реалізації
1. Визначення цілей	1. Покращення виробничих показників 2. Підвищення рівня знань керівників по важливішим напрямкам діяльності (менеджмент, маркетинг, фінанси і т.д.) 3. Розвиток навичок, які підвищують ефективність управлінської діяльності. 4. Вироблення нових підходів до виконання робіт
2. Необхідні ресурси	1. Фінансові ресурси, які необхідні для проведення навчання 2. Приміщення 3. Обладнання 4. Викладачі 5. Методичні матеріали та навчальна література
3. Визначення необхідних процедур і вибір методів	1. Положення та інструкції 2. Вибір методів навчання, які дозволяють найбільш ефективно вирішувати поставлені задачі (лекції, семінари, тренінги, стажування і т.д.)
4. Організаційне оформлення	1. Визначення порядку взаємодії підрозділів підприємства та посадових осіб, які відповідають за навчання керівників 2. Призначення відповідальних виконавців 3. Визначення системи контролю та звітності
5. Періодична оцінка ефективності	1. Визначення критеріїв оцінки ефективності 2. Вибір методів, які дозволяють найбільш точно визначити ефективність навчання 3. Визначення термінів та процедур підбиття підсумків і оцінка ефективності навчання
6. Порядок внесення корективів	1. В Положенні, яке регламентує процес навчання та підвищення кваліфікації керівників, передбачити порядок внесення змін в організацію і методи навчання та в систему оцінки ефективності навчання (наприклад, по підсумках розгляду щорічної звітності або після проведення необхідної дослідницької роботи) 2. В Положенні повинно бути вказано, хто може вносити пропозиції по змінах, хто приймає відповідні рішення
7. Забезпечення необхідної кваліфікації виконавців	1. Визначення кваліфікаційних вимог до організаторів, методистів, викладачів 2. Підбір та навчання виконавців у відповідності до встановлених вимог
8. Забезпечення високої мотивації виконавців	1. Визначення розміру матеріального та морального стимулювання виконавців: а) оплата, преміювання б) організація змагання в) визначення системи моральних стимулів для заохочення робітників
9. Забезпечення відповідності філософії та практики управління	1. На етапі затвердження програм навчання вищим керівництвом, узгодження цілей та пріоритетів, які реалізуються в процесі навчання, з системою принципів та пріоритетів, на яких ґрунтується діюча на підприємстві система управління
10. Зацікавленість та підтримка з боку вищого керівництва	1. Періодичний розгляд питань по навчанню на нарадах у першого керівника 2. Призначення куратора від вищого керівництва для спрямування та контролю процесу навчання та підвищення кваліфікації керівників середньої ланки 3. Участь представників вищого керівництва в процесі навчання та підбитті їх підсумків.

Література

1. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: - К.: Ліра-К, 2010. - 336 с.
2. Данчева О.В., Швалб Ю. М. Практична психологія в економіці та бізнесі. – К.: Лібра, 2010. – 270 с.

ЗАХОДИ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ПІДПРИЄМСТВА

З урахуванням нестабільного законодавства в Україні, суперечностей у нормативній базі, волонтаризму контролюючих органів, оптимізація податкових платежів відіграє дуже важливу роль в ефективній організації бізнесу, основна мета якої - збільшення доходів суб'єктів господарювання за рахунок зменшення сум податкових вилучень.

Теоретико-прикладні розробки з проблем оподаткування діяльності підприємств викладені в працях багатьох відомих вітчизняних вчених-економістів, зокрема: В.Л. Андрущенко, В.В. Бураковського, О.Д. Василика, М.В. Гринюка, О.Д. Данілова, С.В. Каламбет, А.Я. Кізими, А.І. Крисоватого, Я.В. Литвиненко, П.В. Мельника, А.М. Соколовської, О.М. Тимченко, В.М. Федосова, С.І. Юрія та інших, однак питання оптимізації податкових платежів дотепер залишаються недостатньо вирішеними.

Метою дослідження є обґрунтування заходів щодо оптимізації податкових платежів спрямованих на забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємства.

Оптимізація податкових платежів вирішує особливі завдання, а саме:

1. Зменшення величини податкових платежів підприємства шляхом використання пільг передбачених чинним законодавством та регіональних особливостей оподаткування (системи місцевих податків).
2. Планування податкових платежів.
3. Вибір податкової політики підприємства, яка дає змогу збільшити ефективність діяльності підприємства в цілому.
4. Визначення можливостей диверсифікації виробництва та її впливу на зменшення податкового тягаря підприємства.
5. Можливість вибору різних заходів впливу на зменшення бази оподаткування.

В сучасних умовах підприємство має можливість самостійно розрахувати розмір податкових платежів на підставі чинного законодавства, застосовуючи загальну систему оподаткування або спеціальні податкові режими. Для вибору оптимального варіанту податкових платежів розробляють декілька варіантів і обирають найбільш ефективний, шляхом порівняння. Крім того, підприємство самостійно визначає базу оподаткування, може її зменшувати і таким чином знижувати розмір сплачуваних податків. Особлива увага приділяється передусім тим варіантам, де встановлюється найменший розмір податку.

Використання регіональних особливостей оподаткування, можливе тільки після досконалого аналізу та вивчення особливостей чинного законодавства. Так, якщо планування відбувається на території однієї держави, то це стосується місцевих податків, для яких характерно зменшення ставок за окремими з них, залежно від напрямку розвитку регіону, його виробничої специфіки, мети та завдань, які стоять перед керівництвом регіону, наповнення місцевого бюджету тощо. Якщо підприємство має певні відносини із суб'єктами інших держав, то досконало вивчається та аналізується податкова система тієї країни, її особливості. На підставі цього визначаються можливості застосування знижених норм оподаткування, пільг тощо. Особливу увагу потрібно приділяти двостороннім угодам (умовам міжнародних договорів), які укладаються між державами для уникнення подвійного оподаткування. Треба також мати на увазі, що в деяких країнах існують особливі умови оподаткування для підприємств різних організаційних форм і залежно від країни реєстрації (тобто від того, резидентом чи нерезидентом виступає це підприємство).

Певні види діяльності мають пільги щодо окремих податків. Виходячи з оптимізаційного плану податкових платежів, у деяких випадках підприємство визначає і напрями своєї подальшої діяльності, а іноді й можливість "виживання" в реальних умовах.

Особливого значення оптимізація податкових платежів набуває в умовах забезпечення необхідності отримання належного розміру прибутку та його збільшення для розширення виробництва, збільшення обсягів діяльності та підвищення оплати праці. В умовах ринкової економіки, коли скорочуються можливості різних маневрів, зменшення загальних витрат підприємства можна досягти за рахунок зниження податкових платежів. При розробці оптимального плану податкових платежів встановлюються різні напрями:

1. Визначення доцільності застосування спрощеної або будь-якої іншої системи оподаткування для конкретного підприємства в умовах, які створилися.
2. Визначення різних варіантів напрямів виробничої діяльності підприємства повинно супроводжуватись розрахунком розмірів податкових платежів. При цьому визначається доцільність обраних напрямів діяльності та можлива їх зміна з урахуванням зменшення податкових вилучень.
3. Визначення можливостей зменшення податкових платежів за рахунок прямих і непрямих податків та застосування різних пільг щодо них.
4. Визначення можливості регіональної диверсифікації, розширення сфери та напрямів діяльності, застосування тих, які дають можливість зменшити загальну суму податкових платежів.

5. Розробка прогнозів податкових платежів на майбутнє. Планування оптимізації оподаткування неможливе без вирішення проблеми планування фінансових ризиків і моделювання в межах чинного законодавства розмірів і часу податкових виплат із застосуванням нейросітьового класифікатора фінансово-господарських угод і варіантів їх використання.

Отже, оптимізація податкових платежів – це комплексний процес, який має на меті не тільки і не стільки зменшення якого-небудь податку як такого, а збільшення всіх фінансових ресурсів підприємства в основі якого лежить злагоджена робота різних структурних підрозділів підприємства (юристів, бухгалтерів, фінансистів тощо), що ґрунтується на застосуванні комплексу заходів управління податковими витратами підприємства.

Шелюженко К.О, магістр. гр. ЕП-13м
Науковий керівник: д.е.н., проф. Семикіна М.В.

Кіровоградський національний технічний університет

ОЦІНКА СТАНУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах створення сучасних механізмів господарювання, що орієнтовані на ринкову економіку перед українськими підприємствами постає гостра необхідність працювати по-новому, пристосовуючи всі сторони діяльності підприємств до зміни економічної ситуації в країні.

Саме люди, їх трудова активність і прагнення до досягнення поставлених цілей, їх знання та система цінностей, творчі здібності дозволяють забезпечити ефективну діяльність будь-якої організації. Не випадково сучасна теорія менеджменту, а також реальна світова практика процвітаючих зарубіжних і вітчизняних фірм свідчать про важливість і значущість "менеджменту людських ресурсів", який розглядається як найважливіший стратегічний ресурс будь-якої організації [4, 52].

Одним з головних завдань підприємств різних форм власності є пошук сучасних способів управління ефективністю працею, які забезпечують активізацію людського фактора на підприємстві. Керівникам необхідно знати що рухає людиною, що спонукає її до роботи, які мотиви лежать в основі її дій. Тільки на цій основі можна розробляти ефективну систему форм і методів управління трудовими процесами. Тому зараз вкрай необхідно знати, як виникають або створюються ті або інші мотиви в праці, яким чином і якими способами мотиви можуть бути приведені в дію, як здійснюється мотивування людей [5, 30].

Роль мотивації у виконанні співробітниками фірми своїх функціональних обов'язків полягає в тому, що вона визначає зусилля людини, впливає на його старання, наполегливість, відповідальність і сумлінність. Головне питання, на яке покликані відповісти менеджери, полягає в тому, як мотивувати людей, що працюють на благо компанії, реалізувати максимум їх потенціалу. Однак більшість керівників українських підприємств користуються здебільшого застарілими формами і методами управління, не володіють повною мірою сучасними знаннями та навичками з управління персоналом, нездатні кваліфіковано застосовувати різні мотиваційні системи, недостатньо приділяють уваги вивченню зарубіжного досвіду роботи з персоналом [7, 47]. Все це негативно позначається на результатах роботи підприємств.

Загальнотеоретичні та практичні аспекти стану та розвитку системи управління персоналом мотивації праці знайшли своє відображення у працях українських та закордонних дослідників, таких як: В.Базилевич, А.Гальчинський, В.Геєць, А.Колот, В. Лагутін, Ю. Пахомов, І.Радіонов, А.Чухно, В.Веснін, Б.Генкін, В.Дятлов, А.Егоршин, П.Журавльов, А.Наумов, Ю.Одегов, І.Пономарьов, В.Травін, Е.Уткін, А.Томас, Б.Пірсон та ін.

Незважаючи на певні досягнення в напрямку розробки теоретичних моделей, результати дослідження специфіки трудової мотивації персоналу російських підприємств, поки не повністю відповідають сучасним вимогам.

Застосовувані на багатьох підприємствах системи матеріального стимулювання багато в чому не відповідають сучасним реаліям ринкової економіки з урахуванням особливостей, що склалися в Україні, слабо враховують інтереси суб'єктів праці, мають спрощений управлінський характер і не сприяють повної реалізації професійних та розумових якостей працівника, зростанню результативності, а отже, і підвищенню ефективності роботи підприємства.

Мета дослідження: оцінка на підприємствах системи мотивації і стимулювання персоналу та створення сучасної мотиваційної системи, яка спрямована як на досягнення максимальних економічних результатів, так і на розвиток потенційних можливостей кожного співробітника.

Нами було проведено дослідження рівня систем мотивації на 5 машинобудівних підприємствах м. Києва та Кіровограда. Мета дослідження полягала в тому, щоб зібрати інформацію про головні мотивуючі чинники, які використовуються різними підприємствами, переважні ознаки формалізації корпоративної культури, а також рівні сприйняття чинників мотивації різними категоріями працівників цих підприємств. В цілому було зібрано 25 анкет для статистичної обробки. Структура опитуваних осіб цілком порівнянна зі структурою розподілу персоналу в організаціях: 22% - керівники вищої ланки; 38%

- керівники середньої ланки; 40% - робітники.

Учасники опитування вибирали зі списку 3 фактори, які найбільшою мірою сприяють залученню персоналу в їх компанію. У список були включені чинники, які є найбільш поширеними критеріями оцінки задоволеності працею: 1) можливість реалізувати свої професійні навички і знання; імідж компанії; 2) стабільність, надійність компанії; динаміка розвитку компанії, фінансова мотивація співробітників; 3) можливість кар'єрного зросту; 4) колектив та психологічна атмосфера, повага з боку керівництва; вільний доступ до необхідної інформації; укомплектованість робочого місця, загальний комфорт, близькість розташування роботи до будинку, компенсаційний пакет. З великою перевагою визначився чинник-лідер «Колектив, психологічна атмосфера» - 65%, що підтверджує тезу «Головне у праці, це взаємодія з людьми». «Стабільність, надійність компанії» важлива для 56% опитаних. Зауважимо, що дані фактори були вибрані рядовими співробітниками і тип людей «виконавець», що, по суті, відображає представленість різних категорій персоналу у нашій вибірці.

«Можливість реалізувати свої навички і знання» та «Фінансова мотивація співробітників» важливі для 52%. Менш важливими мотиваційними чинниками стали: повага з боку керівництва – 36%, імідж компанії – 38%, динаміка розвитку компанії - 36%, можливість кар'єрного зросту – 36%, укомплектованість робочого місця, загальний комфорт – 32%. Мало значимі чинники: «Вільний доступ до необхідної інформації» - 12%, компенсаційний пакет – 12%, близькість розташування роботи до дому – 4%.

При оцінці вимог до професіонального рівня співробітників, лише одне підприємство із п'яти (за оцінкою самих респондентів) представляє адекватні навчальні програми, стимулює пропозиції співробітників щодо поліпшення своєї роботи, дає регулярний зворотний зв'язок про якість роботи, забезпечує справедливий рівень оплати. Компенсується це досить високим рівнем інформації та наданням достатніх повноважень співробітникам.

Середній рівень оцінки отримали стимулювання ініціативи співробітників, можливість для кар'єрного зростання. Багато середніх і низьких оцінок у якості робочого обладнання, можливості реального впровадження ідей і пропозицій.

Було також проведено опитування у більш розширеному варіанті для діагностики задоволеності персоналом своєю роботою, оцінці проблемних питань у кадровій політиці. Результати виявили певні протиріччя.

Керівники дають набагато більше високих і середніх оцінок у задоволеності працею. зустрічаються А у рядових співробітників і, іноді у керівників середньої ланки, переважають низькі оцінки. Майже 81% опитаних вказали, що в останні півроку оцінка рівня кваліфікації та мотивації персоналу в компанії не проводилася. У інших 19% оцінка здійснювалася силами безпосередніх керівників. Головною причиною того, що не проводиться оцінка кваліфікації персоналу, керівники вважають велику плінність персоналу, а ті, що працюють давно, мають гарну кваліфікацію.

При залученні персоналу підприємствам необхідно активніше використовувати інформацію про власну організацію: відомості про основну діяльність і продукції, що випускається, інформацію про кількість років роботи на ринку та інші індикатори стабільності діяльності. Головними мотивуючими чинниками на даних підприємствах можуть бути: можливість отримання гідної оплати праці; можливості самореалізації та професійного зростання. При мотивуванні персоналу слід більше уваги приділяти моральному клімату в колективі, корпоративним традиціям, робочій атмосфері, можливості застосовувати наявні знання та навички, кар'єрному зростанню.

Виявлено також значний оціночний розрив головних мотивуючих чинників між керівниками і рядовими співробітниками. При формуванні вимог до співробітників слід заздалегідь передбачити заходи, що забезпечують досягнення високого результату (навчання, інформація, повноваження), давати більше можливості для прояву ініціативи і впровадження своїх ідей і пропозицій. Широко використовувати зворотній зв'язок при оцінці отриманих результатів роботи як працівників, так і підприємства в цілому. Проведення реальних оцінок всередині компанії незалежними оцінювачами здатне реально виявити бар'єри, що перешкоджають отриманню повної віддачі від персоналу, що викликають плінність кадрів та спричиняють виникненню конфліктних ситуацій.

Підсумовуючи результати аналізу системи мотивації персоналу на досліджуваних підприємствах можна зробити наступні висновки:

1. Стимули є інструментами, що викликають дію певних мотивів. Реакція на різні стимули не однакова у різних категорій працюючих. Звідси стимули не мають абсолютного значення, якщо люди не здатні реагувати на них. Так, в умовах високої інфляції заробітна плата значно втрачає роль стимулів і має обмежене використання в управлінні працею. Тому в останній час велику роль відіграють різноманітні стимули для мотивування людей. Однак одним з найпоширеніших стимулів на сьогодні є матеріальне стимулювання. При цьому важливо не перебільшувати його можливості, враховуючи, що людина є дуже складною системою потреб, інтересів, пріоритетів і цілей.

2. Мотивація має великий вплив на виконання людиною своєї роботи, своїх виробничих обов'язків. Разом з тим між мотивацією і кінцевим результатом трудової діяльності немає прямої залежності. Це пов'язано з тим, що на кінцевий результат праці впливає багато інших чинників, зокрема, кваліфікація і

здібності працівника, правильне розуміння ним виконуваного завдання, внутрішнє оточення і т.і. Розрив між мотивацією і кінцевими результатами праці - серйозна управлінська проблема, як потребує свого вирішення. В сучасних умовах підприємства повинні розробляти та впроваджувати системи моніторингу чинників мотивації праці.

3. Значну роль в системі мотивації праці відіграє справедливість оплати керівників, фахівців, службовців і робітників. Оплата праці повинна враховувати специфічні для різних категорій працівників показники, які відображають складність роботи та вирішуваних завдань, рівень відповідальності, число підлеглих та ін. При застосуванні відповідних систем оплати праці, з використанням обґрунтованої оцінки робочих місць і посадових обов'язків, та участю працівників у прибутках, колективних преміях за зниження рівня витрат в собівартості продукції може в значній мірі подолано негативне ставлення працівників підприємства до існуючої системи та розміру оплати їх праці.

Система стимулювання на підприємстві має бути направлена на підвищення ефективності діяльності підприємства. Керівники підприємства повинні бути націлені на збереження висококваліфікованих працівників, підвищення якості продукції і продуктивності праці, збільшення віддачі від вкладень, що направлені на персонал, підвищення зацікавленості працівників не тільки в особистому успіху, а й в успіхах всього підприємства в цілому і, нарешті, на зростання соціального статусу працівників.

Для цього необхідно, щоб на підприємстві застосовувалися як матеріальні, так і нематеріальні форми стимулювання персоналу, які включають оплату праці, різні системи участі в прибутках підприємства, колективне преміювання та індивідуалізацію заробітної плати, моральні стимули, стимулювання працівників, що займаються інноваційною працею.

Система стимулювання на підприємстві повинна будуватись на основі головних цілей, визначати форми та види стимулювання у відповідності до досягнутих результатів, включати систему оцінки, періоди та терміни виплат зарплати та винагород. Усі види стимулювання повинні бути цільовими, зрозумілими та прилюдними, тому що працівники підвищують ефективність та якість виконуваної роботи тільки тоді, коли вони знають, що їх праця оцінюється справедливо [6, 132].

Література

1. Беликова В. Кадровая безопасность предприятия: аспекты испытательного срока / В. Беликова // Менеджмент и менеджер. – 2007. – № 7-8. – С. 76-79.
2. Крюкова Е. Коммерческий директор: самый дорогой кадр / Е. Крюкова // Менеджмент и менеджер. – 2007. – № 6. – С. 25-28.
3. Петрова И.В. Адаптация работника в организации: сущность процесса и необходимость управления / И.В. Петрова // Менеджмент и менеджер. – 2007. – № 2. – С. 58-63.
4. Поклонський Ф.Ю. Необхідний стиль роботи в новостворених умовах господарювання для реалізації оптимального рівня зайнятості працівників / Ф.Ю. Поклонський, К.В. Зайцева // Вісник Донецьк. держ. ун-ту управління. – 2007. – № 2. – С. 50-58.
5. Почепцова Г. Инвестиции в человеческий фактор / Г. Почепцова // Эксперт Украина. – 2007. – № 4. – С. 28-39.
6. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент / Э.А. Уткин. – М.: Изд-во "ЭКМОС", 2009. – 256 с.
7. Ходаницкая А. Методы оценки персонала / А. Ходаницкая // Менеджмент и менеджер. – 2008. – № 1. – С. 45-55.
8. Чухно, А. А. Основы экономической теории. Підручник / А. А. Чухно, П. С Єщенко, Г. Н. Климко та ін.; За ред. А. А. Чухно. — К.: Вища шк., 2010. — 606с.

Штундер І.О, к.е.н., доц., Індичук О. студ.
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розкрита сутність основних показників маркетингової діяльності сучасного підприємства..

Ступінь стійкості функціонування промислового підприємства визначається якістю здійснюваних ним видів діяльності: виробничої, фінансової, інвестиційної, соціальної політики та маркетингової. З переходом до ринкових умов, формуванням мінливої зовнішньої конкурентного середовища, все більшого значення набуває маркетингова діяльність підприємства. Ефективність управлінських рішень, прийнятих в рамках маркетингової діяльності підприємства, багато в чому визначається за результатами її аналізу та оцінки.

Ураховуючи необхідність об'єктивного аналізу маркетингової діяльності на промислових підприємствах, пропонується відповідний методичний підхід, що дозволяє отримати її якісну характеристику і оцінку. Аналіз та оцінка стану маркетингової діяльності на промисловому підприємстві, як нам видається, слід здійснювати як з позиції її активності, так і з позиції ефективності. У свою чергу, кожна з цих позицій має оцінюватися за основним комунікаційної політики.

В даний час існує велика кількість показників, що дозволяють оцінити стан і тенденції розвитку маркетингу на підприємстві. Для цілей оперативного аналізу, на наш погляд, досить виділити два-три найбільш значущих показника, які могли б найбільш повно відображати кожне з напрямків маркетингової діяльності підприємства.[1]

1. Оцінка активності маркетингової діяльності

Активність маркетингової діяльності підприємства можна оцінювати такими показниками:

- товарна політика - показниками, що характеризують ступінь і динаміку новизни продукції та її якості;
- коефіцієнт, що показує ступінь новизни виробленої продукції;
- збутова політика - показниками, що характеризують рівень і динаміку виконання споживачами, ступінь і динаміку після продажного обслуговування;
- коефіцієнт, що характеризує своєчасність виконання зобов'язань перед споживачами.

2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності

Ефективність маркетингової діяльності дозволяє оцінити її кінцеві результати. Найповніше ефективність маркетингової діяльності підприємства відображають показники, що характеризують співвідношення результату і витрат на заходи в рамках товарної, цінової, збутової і комунікаційної політики. В рамках окремих напрямів маркетингової діяльності можна виділити наступні показники економічної ефективності:

- товарна політика;
- економічна ефективність виробництва нової продукції;
- збутова політика;
- економічна ефективність від своєчасного виконання зобов'язань перед покупцями підприємства, пов'язані з удосконаленням рекламних заходів. Враховуючи взаємозв'язок розглянутих показників, необхідно проводити аналіз їх динаміки з позицій системного підходу, основними принципами якого є комплексність, безперервність, цілеспрямованість. Крім того, дотримання цих принципів дозволить найбільш повно і об'єктивно охарактеризувати поточний стан маркетингової діяльності та визначити напрями його подальшого розвитку. Безумовно, активність і ефективність різних напрямів маркетингової діяльності підприємства залежить від раціональності організації служби маркетингу та ефективності роботи його персоналу. Оцінка маркетингової діяльності прогнозованими значеннями відповідних показників з показниками конкурентів і з результатами минулих періодів. Завершальним етапом оцінки маркетингової діяльності підприємства є виявлення тенденцій та розробка заходів, що дозволяють підвищити її ефективність і, відповідно, результативність функціонування служби маркетингу.

Отже, підприємство, коли виходить на ринок, то майже завжди стикається з труднощами. Керівники цих організацій починають боротися за виживання на внутрішньому і зовнішньому ринку з конкурентами, і в цих умовах будь-якого підприємства, необхідно розробляти свою маркетингову політику та вводити інновації, щоб підвищити ефективність розвитку маркетингової діяльності.

Література

1. Котлер Ф. Маркетинг у третьому тисячолітті. - М: АСТ, 2001. - 271 с..
2. Прайснер А. Збалансована система показників. - М: Вид. будинок Гребенникова, 2007. - 303 с.
3. Титова Н.С., Кожан Ю.П. Маркетинг: Навчальний посібник. - М: ВЛАДОС., 2004. - 349 с.

Шушковський А.Г., студ.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Грішнова О.А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМИ ПЕРШОГО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Сьогодні в Україні проблема працевлаштування молоді стає все більш актуальною. Після завершення середнього або вищого навчального закладу не кожен може знайти в Україні робоче місце, відповідно до власних потреб.

Пошук роботи має місце у житті практично кожного громадянина України. Особливо важливе працевлаштування саме молоді, оскільки випускники навчальних закладів мають сучасні знання та навички.

Проведений нами аналіз проблем першого працевлаштування дав змогу виділити такі основні:

- Диспропорції структури попиту та пропозиції на ринку праці;
- Невідповідність отриманої спеціальності потребам ринку праці;
- Неусвідомлений підхід до вибору професії, недосконалість системи профорієнтації молоді;
- Розрив між змістом освіти та вимогами роботодавців;
- Відсутність навичок самомаркетингу.

Загалом, більша частина молоді не підготовлена до пошуку роботи. З метою формування глибинного та всебічного розуміння особливостей процесу працевлаштування виділимо основні його етапи:

- 1) Вибір напрямку трудової діяльності
- 2) Пошук відповідної вакансії
- 3) Підготовка і представлення інформації про себе на ринку праці
- 4) Співбесіда з роботодавцем

Вибір сфери діяльності має здійснюватися з урахуванням індивідуальних особливостей людини, її фізичних можливостей і стану здоров'я, а також здобутої спеціальності та спеціальностей, які користуються попитом в регіоні, де особа планує працювати та жити [1,119].

Коли вакансію знайдено, кандидату на її заміщення необхідно переконати роботодавця у власній компетенції. Одним із найефективніших засобів самомаркетингу на ринку праці є резюме.

Якщо зазначені в резюме якості зацікавили роботодавця, то в більшості випадків потенційний працівник запрошується на співбесіду. За результатами співбесіди роботодавець приймає рішення щодо затвердження або відхилення кандидатури претендента на певну вакансію.

Наразі основним урядовим регуляторним органом зайнятості населення в Україні є державна служба зайнятості. В країні створено 10 спеціальних центрів, які допомагають молоді отримати кваліфікацію.

Для громадян, зареєстрованих у державній службі зайнятості як таких, що шукають роботу, підбирається підходяща вакансія протягом 7 календарних днів з моменту реєстрації. У випадку відсутності підходящої роботи приймається рішення щодо надання громадянам статусу безробітного з восьмого дня реєстрації у службі зайнятості із подальшим матеріальним забезпеченням [4, 59].

Задля працевлаштування випускників, деякі навчальні заклади створюють у своєму складі власні центри працевлаштування. ВНЗ виступає посередником у взаємовідносинах випускник-роботодавець, тим самим узгоджуючи їх інтереси.

Отже, проаналізувавши наведені дані можна запропонувати низку шляхів щодо подальшого спрощення й удосконалення процесу пошуку першої роботи в Україні:

1. Запровадження обов'язкових курсів профорієнтації молоді для учнів старшої школи;
2. Детальне ознайомлення учнів старшої школи із правовими засадами трудової діяльності на уроках з правознавства.
3. Перехід національної освітньої системи на більш практичний рівень: виклад теоретичного матеріалу та його практичне застосування мають відбуватися з мінімальною різницею в часі;
4. Запровадження добровільних курсів з самомаркетингу для студентів старших курсів ВНЗ;
5. Заснування центрів працевлаштування при кожному ВНЗ;
6. Розширення співпраці у сфері ВНЗ – Роботодавець;
7. У разі дефіциту вакансій на ринку праці, державою має стимулюватися створення додаткових робочих місць.

Література

1. Грішнова, Олена Антонівна. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О.А. Грішнова. – 5-те вид., оновлене. – К. : Знання, 2011. – 390 с.
2. Дубчак, Людмила Миколаївна. Працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: вітчизняний і зарубіжний досвід (на прикладі Польщі) / Людмила Миколаївна Дубчак // Наук. вісн. Нац. акад. внутр. справ. — 2012. — № 2. - С. 161-167.
3. Кузнецова, Галина. Працевлаштування випускників вищих навчальних закладів: проблеми і перспективи [Текст] / Г. Кузнецова // Вища школа : науково-практичне видання. - 2012. - № 12. - С. 65-71.
4. Товстенко, Надія. Можливості реалізації громадянами свого права на працевлаштування в Україні: пошук підходящої роботи і надання статусу безробітного /Надія Товстенко. // Довідник кадровика. - 2011. - № 2. - С.57-60.
5. Тринчук, Олена. Центр сприяння працевлаштуванню студентів у сучасному університеті /Олена Тринчук. // Вища школа. - 2011. - № 4. - С.48-53.

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих учених

НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

9-10 квітня 2014 р.

Редактор – Семикіна М.В.

Комп'ютерний набір і верстка – Онищук М.С.

Дизайн обкладинки – Чумаченко О.С.

Формат 60х84 1/8. Ум. друк. арк 19,3.

Облік. видав арк. 17,9. Тираж 150 . Зам.34.

Видавець і виготовлювач СПД ФО Лисенко В. Ф.

25029, м. Кіровоград, вул. Пацаєва, 14, корп. 1, кв. 101

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3904 від 22.10.2010

тел.: (0522) 322-326