

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський національний технічний університет
Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки та підприємництва

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У ХХІ СТОЛІТТІ

*Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції*

29 листопада 2017 р.

Кропивницький
2017

Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 29 листопада 2017 р. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2017. – 272 с.

Редакційна колегія:

Голова – д.е.н., проф. Левченко О. М., проректор з наукової роботи Центральноукраїнського національного технічного університету;

заступник голови – д.е.н., проф. Семикіна М. В., завідувач кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету;

Гончар О.І. – д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету;

Лучик С.Д., д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Пасека С. Р., д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького;

Трусевич А. М., д.е.н., доц., доцент кафедри економічних наук Бельцького державного університету імені «Алеко Руссо» (Молдова);

Федосенко Л.В., к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів та кредиту Гомельського державного університету імені Франциска Скорини (Білорусь);

Зяцько Й., професор, президент Європейського інституту безперервної освіти (Словаччина)

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті», яка відбулася у Центральноукраїнському національному технічному університеті 29 листопада 2017 р.

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 Центральноукраїнського національного технічного університету (протокол № 3 від 27.11.2017 р.)

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

Зміст

ЧАСТИНА I

Тези науково-педагогічних працівників та аспірантів	
Гончар О.І., докт. екон. наук, професор, Поліщук І.І., канд. екон. наук, доцент ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР УДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	10
Замазій О.В., докт. екон. наук., професор КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЦІННІСНО- ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	12
Лучик В.Є., докт. екон. наук, професор, Вишневська Анна, студентка ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»	14
Лучик В.Є., докт. екон. наук, професор, Собчук Н. студентка ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	18
Лучик С.Д., докт. екон. наук, професор, Лучик М.В., канд. екон. наук МОЛОДІЖНА МІГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ЗАГРОЗИ ТА РИЗИКИ	20
Семикіна М.В., докт. екон. наук., професор, Дорошенко А.В., студентка ТЕХНОЛОГІЇ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ	22
Семикіна М.В., докт. екон. наук., професор, Куприянчик А.В. студентка МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ У МЕНЕДЖМЕНТІ: СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ	24
Бекас В.А., Гончар А.В. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ МЕТОДАМИ КОРЕЛЯЦІЙНОГО АНАЛІЗУ	27
Бляшук С.Г., аспірантка ПЕРЕШКОДИ У ФОРМУВАННІ ПРАЦІВНИКА ІННОВАЦІЙНОГО ТИПУ	30
Бондар Ю.А., канд. екон. наук, доцент ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	33
Бугасва М.В., канд. екон. наук, доцент ІНВЕСТИЦІЙНІ МОНЕТИ УКРАЇНИ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОШТІВ ТА НАДІЙНИЙ ЗАСІБ ЇХ ЗАОЩАДЖЕННЯ	35
Гвоздецька І.В., канд. екон. наук, доцент АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	39
Гончар М.В., аспірант АКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	41
Гончарова Н.В., аспірант ДІАГНОСТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ НА МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ	43
Гризовська Л.О., канд. екон. наук, ст. викладач, Гаджук М.О., студент ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ.....	45

Гук Р.В., аспірант	
ТРУДОВА АКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ПРОЯВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	47
Даниленко О.А., канд. екон. наук, доцент	
ЕКСПРЕС - ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	49
Денисенко К.С., аспірант	
ЗАОХОЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	51
Дудко С.В., аспірант	
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЧЕРЕЗ АДАПТАЦІЮ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ДО ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКІВ ПРАЦІ	54
Журило І.В., канд. екон. наук, доцент, Мірошніченко А.В., магістрант	
ВИРОБНИЦТВО АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ПАЛИВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	56
Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент, Куприянчик А.В., магістрант	
ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, КОРИСТУВАЧІ ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ.....	59
Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	62
Коваленко О.О., канд. техн. наук, доцент	
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕЛЕКТРОННОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ	65
Кудлаєнко С.В., здобувач	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	67
Маклаков С.М., аспірант	
МОТИВАЦІЙНИЙ ТЕЗАУРУС: СУТНІСТЬ, РОЗВИТОК, ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЕ ЗНАЧЕННЯ.....	68
Мельнік А.В., аспірант	
ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ЯК ЧИННИК МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	70
Мельнік М.А., канд. екон. наук, доцент	
СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	73
Мукомела-Михалець В.О., канд. екон. наук, доцент	
РЕСУРСНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	76
Насипайко Д.С., канд. екон. наук, доцент, Резніченко О.О., викладач	
РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	78
Олійник О.О., канд. екон. наук, доцент, Демчук А.В., студентка	
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ.....	80

Пасека А.С., докторант ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ У ЗАЙНЯТОСТІ ТА РОЗВИТКУ РИНКІВ ПРАЦІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РОЗВИТКУ	83
Петрова К.Г., Серебренніков Б.С. УПРАВЛІННЯ РЕЖИМАМИ ЕЛЕКТРОСПОЖИВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ	85
Піщик О.В., здобувач ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЖИТЛОМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ.....	87
Полтавець М.М., викладач СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	89
Руденко М.В., канд. екон. наук, доцент ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	91
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач, Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент МОНІТОРИНГ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	93
Семикіна А.В., канд. екон. наук, викладач КРИЗА В ПОЛІТИЦІ ДОХОДІВ ЯК ЧИННИК ВТРАТ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ.....	97
Ситник О.Ю., канд. екон. наук НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ АВІАКОМПАНІЙ	100
Скарбовійчук Т.В., аспірант УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СЕРЕДНІХ ТА МАЛИХ МІСТ В УКРАЇНІ.....	103
Слободян Т.В., аспірант ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА УМОВ РИЗИКІВ СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	105
Смутчак З.В., канд. екон. наук, доцент, Зяцько Й. ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТНІХ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ	107
Tomalya T. S. INFORMATION PROVISION FOR THE SERVICE PROCESS AS A MEANS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS IN RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES	110
Федосенко Л. В., канд. екон. наук, доцент, Иванова Т. И., ст. преподаватель ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИЙ ФИНАНСОВ И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОДУКТА	112
Харченко І.В., канд. екон. наук, доцент, Малишок В.І., директор фірми «Агрохім» СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРАХУНКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ВИБОРУ НОВОЇ ТЕХНІКИ	115

Хачатрян В.В., канд. екон. наук, доцент МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	118
Чередніченко М.Г., аспірант, Халемінець О.В., студент ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ	120
Чорна Н.Ю., докторант КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	123
Чувардинський В.О., аспірант ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	124
Шаумян О.Г., канд. психол. наук, доцент ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ПРОЦЕСІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	126
Щоголева І.В., канд. пед. наук, доцент КОМПЛЕКСНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ГОСТИННОСТІ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	129
Яковенко Р.В., канд. екон. наук, доцент, Гіцеларь Д.В., студент ФІЗИЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК ФАКТОР ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	131
ЧАСТИНА II Тези студентів	
Агданцев Я.В., студент РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЄДИНОГО ПОДАТКУ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	134
Алексєєнко Т.О., студентка МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	136
Андрейченко В.О., студент, Сисоліна Н.П., канд. екон. наук, доцент ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ УПРАВЛІННЯ НИМ.....	140
Біловодська І.М., студентка РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	141
Бобейко Б.Р., студент ЧИННИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	143
Богатир Х.О., студент УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ ЯК ОДИН З ПРІОРИТЕТІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	146
Ванельчук Д.В., студент ГРЕЙДУВАННЯ ЯК СУЧАСНА ФОРМА ОПЛАТИ РАЦІ	148

Гейдарова О.В., студент ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	150
Гноева Ю.В., студентка ПРОЦЕДУРИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	151
Головатій В.І., студентка, Яковенко Р.В., канд. екон. наук, доцент ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	154
Гупаленко А.С., студент НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	156
Данілова І.В., студентка МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	158
Демчик В., студентка, Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ ЗА КОРДОНОМ.....	161
Деркач О., студентка, Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ПРОБЛЕМ ВЗАЄМОВІДНОСИН У СІМ'Ї.....	164
Добровольська Ю.В., магістрант СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	167
Драч О., студент ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	169
Живанова А.Р., студентка УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	172
Жосан Т.І., магістрант ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	174
Заболотна К.А., студентка ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ПРАВИЛЬНОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЕРВІСНОЇ ВАРТОСТІ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ.....	176
Зоря К.В., студентка ХАРКІВЩИНА ЯК ОСЕРЕДОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	179
Кадомець А.О., студент БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ.....	181
Карасенко В.О., студентка, Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЕМІГРАЦІЇ КВАЛІФІКОВАНИХ ПРАЦІВНИКІВ: НАСЛІДКИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	183
Карасенко В.О., студентка ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	187
Кирилюк Ю.О., студентка ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЇЇ ОЦІНКИ.....	191

Ковальова В.В., студентка	
ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА І МЕТОДИКА ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ	194
Козакул М.С., студентка	
МОТИВАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ	196
Коломієць І.В., студентка	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХНЬОГО ВИРІШЕННЯ	199
Коломієць Ю., студентка, Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач	
ВПЛИВ РОЗЛУЧЕННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПРАЦІВНИКА	201
Кравченко А.О., студентка	
ЗАЙНЯТИСТЬ НАСЕЛЕННЯ І БЕЗРОБІТТЯ.....	205
Купець Є., студент	
ПРОБЛЕМИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО СЕКТОРА В УКРАЇНІ.....	207
Левченко А.П., студентка	
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	208
Липова Д., студентка	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	211
Лукашина О.С., студентка	
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА МАТЕРІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	213
Лядовський О.В., студент	
ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	216
Ментух Д., студент	
НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ.....	219
Меднікова К.Г., студентка	
ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ.....	221
Мироненко В.І., студентка	
МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ	223
Назаренко А.С., студентка	
ПРОБЛЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРАЦІ ВИРОБНИЧОГО ПЕРСОНАЛУ	226
Нетреба В., студентка, Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач	
МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ ТА ЇХ СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ	229
Олізько О.В., студентка	
ПІДГОТОВКА КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ ЯК СКЛADOVA СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	232
Орищенко Ю.О., студентка	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	234

Осіна І.А., студентка, Поляков С.В., студент ІНФОРМАЦІЯ І БІЗНЕС.....	236
Остапенко І.В., студентка ПОНЯТТЯ І РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	238
Притула В.М., студентка ВАЖЛИВІСТЬ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	240
Пустовойт А.С. МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ У СФЕРІ ПОСЛУГ	243
Рославіцький В., студент КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	246
Сокол Т.О., студентка ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВ	248
Соловійова В.Ю., студентка СТРАХОВИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	251
Стець І.Г., студентка НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	254
Суліма А.Д., студентка СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	256
Федоренко В.В., студентка МІСЦЕ І ЗНАЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	259
Фесечко С.В., студентка МОЛОДІ ФАХІВЦІ ТА ПРОБЛЕМА ПОШУКУ РОБОТИ	261
Філіна Т. студентка ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ТА МЕТОДИК ОЦІНКИ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ	263
Яремчук Л.О., студентка ЕФЕКТИВНЕ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ОПАЛЕННЯ, ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ	266

ЧАСТИНА I

Тези науково-педагогічних працівників та аспірантів

Гончар О.І., докт. екон. наук, професор
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

Поліщук І.І., канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Вінниця

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР УДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Сучасні підприємства функціонують в умовах високого динамізму внутрішніх і зовнішніх факторів. Здатність адекватно і своєчасно реагувати на зміни, вдало враховувати загрози та знижувати ризики, підтримувати відповідність між внутрішнім потенціалом і зовнішнім середовищем визначають рівень адаптації підприємств до зовнішнього середовища та забезпечують зростання потенціалу. Особливе значення в сучасних умовах одержує маркетинговий потенціал підприємства. Його спроможність вивчати попит, впливати на тенденції його зміни, вести активну ринкову діяльність, часто визначають перспективи розвитку.

Організаційний розвиток є передумовою ефективного функціонування всіх підсистем підприємства, а також основою досягнення його стратегічних цілей. Особливого значення набуває система управління організаційним розвитком промислового підприємства, а саме рівень її сформованості та відповідності сучасним умовам, можливості оптимізації організаційної структури підприємства та структури управління підприємством. Разом з тим сучасна практика свідчить, що питанням ідентифікації та вирішення проблем оптимізації організаційного розвитку як елементу економічного потенціалу підприємства та його маркетингової складової не приділяється необхідної уваги при прийнятті управлінських рішень на промислових підприємствах.

В теперішніх умовах підприємства функціонують в умовах різких змін внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку. Тому саме організаційна структура та її елементи є одним із елементів оптимізації і вчасного регулювання на зміни, які відбуваються довкола. В умовах неузгодженості цілей і завдань управління, а також невідповідності чинників організаційно-управлінського персоналу стану зовнішнього середовища, за відсутності ефективної взаємодії між функціональними структурними елементами організації, при виникненні проблемних ситуацій та нездатності управлінського персоналу своєчасно реагувати на мінливі умови функціонування, виникає необхідність дослідження напрямів підвищення ефективності формування та управління потенціалом підприємств та подолання зазначених проблем.

Організація має постійно розвиватися. В економічній науці багатьма науковцями досліджувалося дане питання, на сьогодні розроблено декілька підходів щодо розуміння сутності «розвитку» організації. Ми підтримуємо думку, щодо існування трьох основних підходів до трактування поняття «розвиток» [1]:

розвиток як діяльність яка спрямована на закономірну зміну системи на основі реалізації механізмів її самоорганізації; як процес взаємопов'язаних кількісних та якісних перетворень з метою підвищення потенціалу; як процес взаємодії двох підпроцесів – стійкого стаціонарного та нестійкого (синергетичний підхід).

Проте більшість науковців, відповідно до етапів життєвого циклу, які впливають на потенціал підприємства, розглядають поетапне проходження організацією ряду фаз: від зародження через зрілість до кризи. Кожен із етапів характеризується своїм потенціалом. Організаційний розвиток певного етапу є передумовою ефективного функціонування всіх підсистем підприємства, а також основою досягнення його стратегічних цілей.

У дослідженні теорії організаційного розвитку можна виділити декілька підходів, автори яких розглядають організаційний розвиток із різних точок зору: як процес здійснення змін в організаційній системі; як план / стратегію / програму втручання у розвиток організаційної системи з метою підвищення потенціалу організації.

Узагальнивши різні точки зору, можна дійти до висновку, що організаційний розвиток підприємства — це організований процес, який порушує динамічний розвиток структури організації і який направлений на досягнення нового стану динамічної рівноваги, яка в оновленій структурі зберігатиметься відносно стабільно.

Організаційний розвиток підприємства прямо впливає на підвищення потенціалу підприємства та його маркетингові здатності.

У процесі організаційного розвитку підприємства необхідно виокремити напрямки розвитку потенціалу та його маркетингової складової, які прямо будуть впливати на розвиток підприємства: 1) економічний потенціал – організаційний розвиток проявляється як напрям підвищення прибутковості підприємства, підвищення його конкурентних переваг, підвищення ділової активності, появи можливостей розширення та диверсифікації виробництва, що взагалі призводить до підвищення рівня адаптації підприємства до динамічних умов господарювання; 2) маркетинговий потенціал – важлива складова потенціалу підприємств, а управління ним має здійснюватися на основі наявних фінансових можливостей підприємства з урахуванням кваліфікації персоналу, результатів дослідження макро- та мікросередовища підприємства, динаміки та стан розвитку ринку тощо. При цьому маркетинговий потенціал повинен найбільш детально враховувати фінансові можливості підприємства, елементи макро- та мікросередовища, кваліфікацію персоналу, динаміку та стан розвитку ринку, маркетинговий інструментарій підприємством тощо.

Отже, метою управління організаційним розвитком є підвищення ефективності функціонування організаційних, структурних і кадрових складових діяльності підприємства як факторів досягнення економічних цілей розвитку. При цьому організаційний розвиток є важливим аспектом інноваційного розвитку підприємства, його маркетингового та сукупного потенціалу.

Література

1. Хитра О.В. Проблеми організаційного розвитку крізь призму синергетики / О.В.Хитра // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2012. – Т. 2. – С. 188-195.

КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Зростання темпів глобалізації економічних процесів під впливом інформаційної і технологічної революцій зумовило масштабні зміни конкурентного середовища. Конкурентна боротьба між товаровиробниками виходить за межі національних ринків, набуває глобальних масштабів і все більше зосереджується на боротьбі за прихильність цільових груп споживачів. Однак, залежно від рівня загального розвитку країни, сприйняття споживачами цінності одного й того ж товару на різних ринках може суттєво відрізнятись. І успіх у завоюванні прихильності споживачів певного товару на одному ринку ще не означає такий же успіх на ринку іншому. Для переважаючої більшості промислових товарів, що випускаються вітчизняними підприємствами, такі відмінності можуть бути доволі суттєвими. І це актуалізує потребу підприємств у дослідженні чинників, які формують уявлення нових цільових груп споживачів про цінність товару, що виводиться на новий ринок. Тим більше, що здатність підприємства краще інших задовольняти потреби споживачів втілюється у зростанні обсягів реалізації продукції і, в кінцевому підсумку, – у зростанні ринкової вартості його активів.

Тривалий час у наукових концепціях споживча цінність була прерогативою маркетингу і досліджувалася у залежності між формуванням певного набору характеристик продукції та динамікою зростання продаж. Такий зв'язок прослідковується і при визначенні ринкової вартості (цінності) підприємства, яка формується на фондовому ринку. Першоджерелами важаються роботи таких зарубіжних науковців як Р. Каплана, Т. Коупленда, А. Томпсона та ін., де вивчаються інструменти аналізу факторів і якісних показників формування ринкової вартості (цінності) підприємства (у першоджерелах – ValueBasedManagement), як ознаки результативності управління. Серед українських та російських науковців доцільно виділити І. Булеєва, Т. Момот, О. Мних, А. Шигаєва та ін., що адаптували ефективні інструменти управління суб'єктами господарювання, сформовані у країнах із розвинутою економікою, і зокрема ValueBasedManagement, для управління корпоративними структурами, націлюючи їх менеджмент на прийняття тих стратегічно ефективних рішень, що сприятимуть зростанню конкурентоспроможності вітчизняних компаній в довготерміновій перспективі.

Процес створення вартості є процесом перетворення вхідних ресурсів у продукти та послуги, які мають споживчу цінність. Їх позитивне сприйняття споживачами формує потоки доданої вартості, які й забезпечують зростання ринкової цінності бізнесу. Чим вищу споживчу цінність має продукція підприємства, тим більш конкурентоспроможною вона буде порівняно з аналогами, тим стійкішими будуть конкурентні переваги підприємства, що впливає на привабливість бізнесу для інвесторів і його ринкову ціну (рис.1).

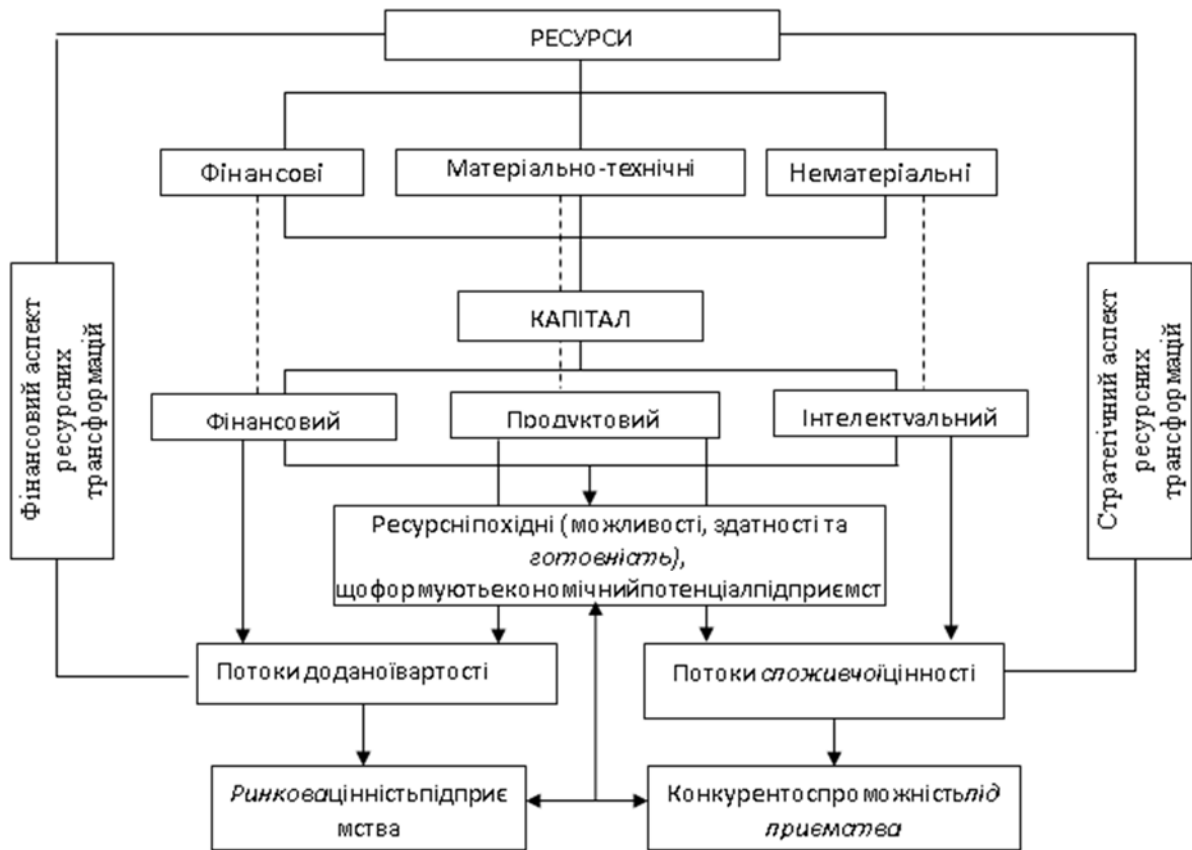


Рис.1. Трансформація ресурсів у ринкову цінність підприємства
Джерело: адаптовано за [1]

Отже, орієнтація на максимізацію споживчої цінності продукції, яка випускається підприємством, забезпечує йому формування стійких конкурентних переваг і зростання ринкової ціни підприємства як потенційного об'єкта купівлі-продажу. Тим самим для керування бізнесом на всіх рівнях і у всіх функціональних сферах задається єдина система координат для оцінки ефективності управління.

У науковій літературі під споживчою цінністю продукції розуміється сукупність одержуваних споживачем вигод від її використання співвідносно понесених ним для її придбання витрат, іншими словами – співвідношення «ціна-якість». Споживча цінність є найважливішою категорією сучасної теорії управління економічними процесами. Чим вищою є функціональна цінність продукту або послуги для цільового споживача і чим більшою мірою цей споживач вважає для себе їх ціну прийнятною, тим імовірнішим буде попит на такі продукти, а підприємство, яке їх випускає, буде зберігати позитивну економічну динаміку в довгостроковій перспективі. У корпоративному секторі це проявлятиметься у зростанні вартості акцій компанії на фондовому ринку, а отже – її ринковій вартості.

Отже, споживча цінність відображає оцінку різними суб'єктами ринку задовольняти ту чи іншу потребу. І для прийняття обґрунтованих рішень необхідно чітко визначити ту потенційну вигоду, яку споживач може отримати у разі здійснення певної операції з купівлі товару і за яку він згоден заплатити. Як відзначалось нами у [2] за результатами аналізу наукових джерел, сучасна теорія споживчої цінності опирається на такі основні постулати:

– цінність (вартість) товару визначається не витратами праці на його виробництво, а корисністю товару, його здатністю задовольняти потреби людей;

– корисність товару – це суб'єктивна його оцінка певним споживачем, яка залежить від його бажань і потреб, а також від його характеристик як особистості (національності, культури, звичок тощо), та обставин, в яких він знаходиться (наприклад, ступінь рідкості даного товару на момент його оцінки споживачем);

– корисність товару змінюється зі зміною його кількості на ринку, тому відрізняють загальну і граничну корисність. Гранична корисність обернено пропорційна обсягу споживання (закон спадної граничної корисності – якщо споживання інших товарів є незмінним, то в міру насичення потреби в якомусь товарі задоволення від споживання кожної наступної його одиниці зменшується, хоча загальна корисність блага зростає). Тобто цінність блага визначається його граничною корисністю (корисністю його кінцевого екземпляра за існуючого рівня запасу).

Аналіз сутності цих постулатів дозволяє зробити важливі висновки для теорії управління підприємством: 1) чим більший обсяг певного блага має людина, тим меншою буде ціна, яку вона готова за нього платити; 2) впливаючи на цінність блага, можна впливати на його ціну; 3) треба прагнути виробляти ті блага, кількість яких на ринку далека від точки насичення; 4) підвищувати цінність блага можна, впливаючи на структуру споживчої цінності.

Ці висновки є надважливими з позицій завдань даного дослідження. Адже забезпечивши високий рівень цінності продукції, випуск якої здійснюється підприємством для цільових груп споживачів, можна досягти стабільного і динамічного кількісного зростання. По мірі насичення даним продуктом ринку слід переходити на випуск іншої продукції, яка також має високу споживчу цінність. А здатність підприємства створювати продукцію із високою споживчою цінністю для цільових сегментів ринку має бути критерієм ефективності його інноваційної діяльності.

Література

1. Шевчук Н.В. Управлінські аспекти капіталізації підприємства / Н. В. Шевчук // *ЕкономікаКрыма*. – 2012. – №2. – С. 23–29.

2. Замазій О. В. Організаційно-структурна оптимізація в системі ціннісно-орієнтованого управління підприємством / О. В. Замазій, В. В. Стадник // *Вісник Одеського національного економічного університету*. Серія: Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. - № 11 (231). – С. 52–63.

Лучик В.Є., докт. екон. наук, професор
Вишневська Анна, студентка
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»

Умовою життєдіяльності й основою стабільного стану будь-якого підприємства в ринковій економіці виступає його стійкість, аналіз якої слід

проводити систематично та поглиблено. Про стійкий фінансовий стан підприємства свідчить його спроможність вчасно розраховуватись з поточною заборгованістю, підтримувати платоспроможність у несприятливих обставинах, збільшувати обсяги реалізації та отримувати прибуток. Фінансова стійкість забезпечує стабільну платоспроможність на перспективу, в основі якої лежить збалансованість активів і пасивів, доходів і витрат та грошових потоків [3, с. 276].

Оцінювання фінансової стійкості підприємства передбачає проведення об'єктивного аналізу величини та структури активів і пасивів підприємства і визначення на цій основі його фінансової стабільності і незалежності, а також аналізу відповідності фінансово-господарської діяльності підприємства цілям його статутної діяльності.

В працях вітчизняних та зарубіжних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з аналізом та оцінкою фінансової стійкості підприємства. Питаннями фінансового аналізу, а саме аналізом фінансової стійкості підприємства займалися такі вчені як Б.М. Литвин [1], М.В. Стельмах [1], В.О. Подольська [4], О.В. Яріш [4] та інші. Попри численні дослідження, не існує встановленої методики визначення фінансової стійкості підприємств, хоча у більшості з наявних способів оцінки фінансової стійкості все зводиться до визначення абсолютних та відносних показників стійкості.

Для конкретного прикладу в даній статті зроблена оцінка фінансової стійкості підприємства ПАТ «Укртелеком». Для аналізу було взято 5 останніх років (2012-2016 рр.)

Публічне акціонерне товариство «Укртелеком» – одна з найбільших компаній України, яка надає повний спектр телекомунікаційних послуг в усіх регіонах країни.

Особливо сильні позиції товариство має на ринку послуг доступу до мережі Інтернет та фіксованої телефонії. ПАТ «Укртелеком» є лідером ринку швидкісного фіксованого доступу до мережі Інтернет та займає домінуюче становище на ринку фіксованої телефонії.

Вихідні дані для здійснення аналізу фінансової стійкості ПАТ «Укртелеком» у 2012-2016 рр. наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Показники фінансового стану ПАТ «Укртелеком» (тис. грн.)

Показник	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1	2	3	4	5	6
Актив					
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи					
первісна вартість	498770	431188	482495	465541	480576
накопичена амортизація	-456494	-405096	-399483	-416383	-423132
Основні засоби					
первісна вартість	25529198	25744680	5200931	8983451	8839758
Усього за розділом I	25571474	25770772	5283943	9032609	8897202
II. Оборотні активи					
Запаси, у тому числі:	62200	119374	115473	120564	143940
виробничі запаси	24246	89856	90576	97707	113741
товари	37878	29475	24833	22857	30199

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6
Дебіторська заборгованість за продукцію, роботи, товари, послуги	541878	463833	872967	453242	501226
Інша поточна дебіторська заборгованість	15671	166769	362409	753468	765235
Гроші та їх еквіваленти	249691	561813	69342	143965	129838
Витрати майбутніх періодів	69822	73044	49065	34580	13232
Інші оборотні активи	20198	19958	5624	15650	10865
Усього за розділом II	1021584	1524122	1590289	1642033	1708276
III. Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття	519860	560071	530888	1118394	1397411
Баланс	27112918	27854965	7405120	11793036	12002889
Пасив					
I. Власний капітал					
Зареєстрований пайовий капітал	4681562	4681562	4681562	4681562	4681562
Капітал у дооцінках	3011892	3011892	5006390	8699417	8885075
Додатковий капітал	411370	278233	411370	411370	411370
Резервний капітал	222812	222812	222812	222812	222812
Нерозподілений прибуток	-3025351	-2968696	-6440084	-5640688	-4923612
Усього за розділом I	5302285	5225803	3882050	8374473	9277207
II. Довгострокові зобов'язання та забезпечення					
Довгострокові забезпечення	235115	310009	253956	227311	282026
Усього за розділом II	235115	310009	253956	227311	282026
III. Поточні зобов'язання					
Короткострокові кредити банків	423949	471855	1097392	1002864	1072611
Поточна кредиторська заборгованість за:					
довгостроковими зобов'язаннями	2388778	2132516	1005759	445528	846858
товари, роботи, послуги	273823	155342	402847	353914	326338
розрахунками з бюджетом	74879	87639	177008	88183	84162
розрахунками з оплати праці	76428	76741	52384	47644	46214
Поточні забезпечення	103337	157516	196221	230219	252832
Усього за розділом III	2917245	2609754	2931611	2168352	2629015
Баланс	27112918	27854965	7405120	11793036	12002889

Побудовано автором на основі [1]

На основі проведеного дослідження зроблено аналіз фінансової стійкості ПАТ «Укртелеком». Періодом дослідження взято 2012-2016 роки. Отже, можна стверджувати, що в досліджуваному періоді сума власного капіталу підприємства перевищувала суму його залучених коштів. Крім того, темп росту суми власного капіталу підприємства у 2012-2016 рр. перевищував темп росту суми залучених коштів, що оцінюють позитивно. Сума власного капіталу ПАТ «Укртелеком» становила понад 50% загальної суми всіх джерел фінансування його діяльності,

що є одним із показників його фінансової стійкості. Також позитивним у роботі підприємства є той момент, що в досліджуваному періоді частка власних коштів підприємства в загальній структурі його коштів зросла.

Оцінка і прогноз фінансової стійкості підприємства, обчислених в інтегральних індексах, наведено на рис. 1. В якості відповідних показників обрано їх темпи росту.

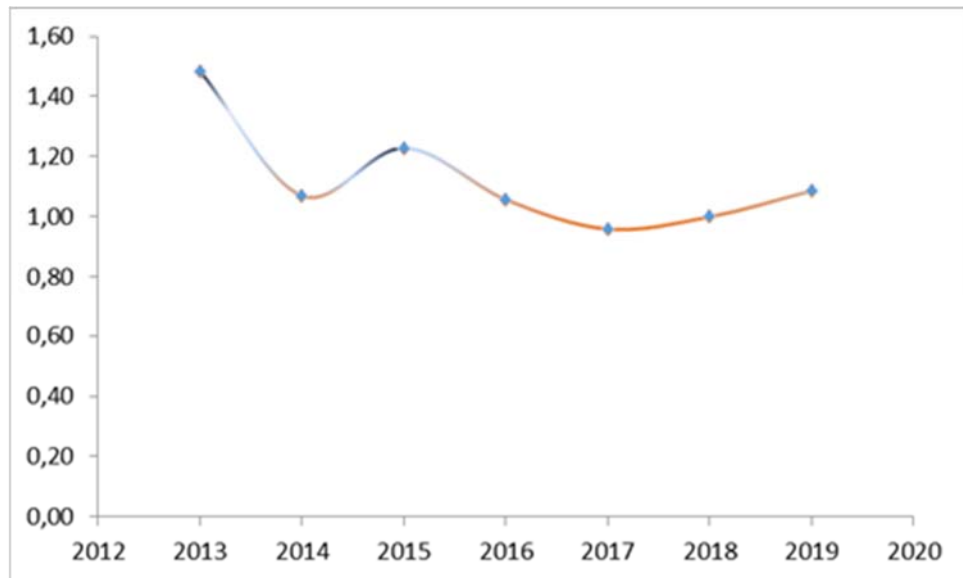


Рис. 1. Оцінка і прогноз фінансової стійкості підприємства ПАТ «Укртелеком»

Побудовано автором

На основі проведеного дослідження, необхідно запропонувати шляхи вдосконалення фінансового стану та фінансових результатів діяльності підприємства, а також розробити рекомендації щодо недопущення збитків. Можна запропонувати наступні заходи:

1. підвищення заробітної плати для заохочення працівників;
2. продаж основних засобів, які не використовують на підприємстві;
3. проведення модернізації застарілого обладнання для покращення ефективності виробництва;
4. продаж готової продукції, яку тривалий час зберігали на складах підприємства;
5. придбання матеріалів для виготовлення продукції тощо.

Зрозуміло, що в сучасних умовах правильне визначення реального фінансового стану підприємства має велике значення не тільки для самого підприємства, а й для можливих інвесторів. Систематичний контроль оцінки фінансової стійкості дозволяє оперативно виявляти негативні сторони в діяльності компанії і своєчасно приймати необхідні рішення по виходу зі сформованих ситуацій.

Література

1. Корпоративний центр ПАТ Укртелеком. Фінансова звітність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrtelecom.ua>.
2. Литвин Б.М. Фінансовий аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Б.М. Литвин, М.В. Стельмах / К.: Хай-Тек Прес. – 2008. – С. 335.

3. Партин Г.О. Особливості впливу основних чинників на фінансову стійкість підприємства в умовах фінансово-економічної кризи / Г.О. Партин // Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України. – 2010. – №10 – С. 276-279.

4. Подольська В.О. Фінансовий аналіз: Навч. Посібник / В.О. Подольська, О.В. Яріш / К.: Центр навчальної літератури. – 2007. – С. 488 с.

Лучик В.Є., докт. екон. наук, професор
Собчук Н. студентка
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці

ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз фінансового стану є частиною загального аналізу господарської діяльності підприємства, який складається з фінансового та управлінського аналізу, зумовленого відповідним розділом бухгалтерського обліку.

Фінансовий аналіз є способом оцінки і основою для прогнозування фінансового стану підприємства на підставі інформації, яка міститься у бухгалтерській і фінансовій звітності та оперативних даних [1, с. 269].

Дослідженню фінансового стану підприємств присвячено багато наукових праць. Вагомий внесок у дослідження фінансової стійкості підприємств зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г.В. Свамицька, І.Ф. Прокопенко, А.Д. Шеремета, В.І. Іваненко, В.В. Ковальов, А.В. Матвійчук, М.Д. Білик, В.О. Василенко та інші. В їхніх дослідженнях надано визначення категорії «фінансова стійкість підприємства» та розроблено рекомендації щодо її оцінки та зростання.

Умовою і гарантією виживання й розвитку будь-якого підприємства як бізнес-процесу є його фінансова стійкість. Фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів, коли їх розподіл та використання забезпечує діяльність підприємства на основі збільшення прибутку, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства в умовах допустимого рівня ризику.

Якщо підприємство фінансово стійке, то воно у стані "витримати" несподівані зміни ринкової кон'юнктури і не опинитися на краю банкрутства. Крім цього, чим вище його стійкість, тим більше переваг перед іншими підприємствами того самого сектора економіки в одержанні кредитів і залученні інвестицій. Фінансово стійке підприємство вчасно розраховується за своїми обов'язками з державою, позабюджетними фондами, персоналом, контрагентами. Це сприяє його іміджу («goodwill»), головної складової нематеріальних активів господарюючого суб'єкта [2].

Аналіз фінансової стійкості або платоспроможності підприємства здійснюється за даними балансу підприємства, що відображає стан фінансових ресурсів, при якому підприємство здатне забезпечувати безперебійний стан виробництва та реалізації продукції, а також здійснювати політику розширення та оновлення.

Визначення фінансової стійкості підприємства та прогнозування його подальшої діяльності відноситься до ряду найбільш важливих економічних

проблем в умовах переходу до ринкової економіки. Недостатня фінансова стійкість господарюючого суб'єкта призводить до неплатоспроможності, що в подальшому викличе відсутність засобів для розвитку фінансово-економічної діяльності [3, с. 35].

Для конкретного прикладу зроблено оцінку фінансової стійкості підприємства ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат». Для аналізу було взято п'ять останніх років діяльності (2012-2016 рр.) підприємства.

Оцінка і прогноз фінансової стійкості підприємства, обчислених в інтегральних індексах, для розрахунку яких вибрано темпи росту відповідних показників, наведені на рис. 1.

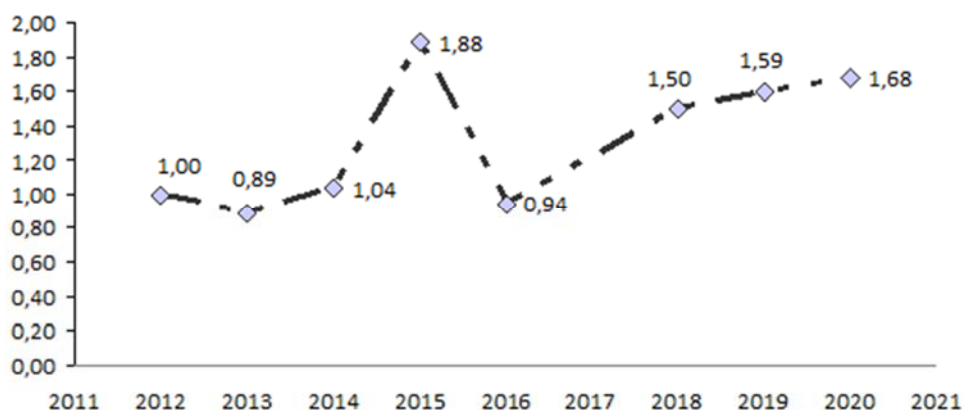


Рис. 1. Прогноз фінансової активності підприємства ПАТ «Чернівецький Хлібокомбінат»

Побудовано автором на основі фінансової звітності [4]

За аналізом інтегральних показників по кожному періоду ми дослідили, що рівень активів підприємства знаходиться на рівні, що дозволяє використовувати власні ресурси при виникненні невірноваженого фінансового стану, запаси формуються з усіх фінансових джерел, яких вистачає для покриття необоротних активів.

Протягом 2014 року спостерігалось стрімке збільшення грошових коштів підприємств, що призводить до збільшення коефіцієнта абсолютної ліквідності і дозволяє підприємству брати коротко і довгострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності, які видаються лише платоспроможним підприємствам.

У результаті проведеного прогнозування на 2018-2020 рр., було виявлено, що основні показники фінансової стійкості підприємства залишатимуться на високому рівні та призведуть до поступового підвищення загальної платоспроможності підприємства.

Отже, фінансова стійкість господарюючого суб'єкта є важливим показником для підприємства, який має бути під постійним контролем керівництва з економічної діяльності. Для оцінки фінансової стійкості мають враховуватися як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу, що забезпечить достовірний прогноз платоспроможності підприємства на майбутнє.

Література

1. Зятковський І.В. Фінанси підприємства: навчальний посібник // І.В. Зятковський / Київ. : КОНДОР, 2003 – С. 362.

2. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навчальний посібник, видання 2-ге перероблене та доповнене. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – С. 400.
3. Олійник Т.О., Шеремет Т.В. Фінансова стійкість підприємства як основний показник фінансового стану: наукова стаття, УДК 658.14. – Економічна наука, 2014.
4. Фінансова звітність ПАТ «Чернівецький Хлібокомбінат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bukzberigach.cv.ua/em-tenti/pat-chern-vetckii-khl-bokomb-nat>.

Лучик С.Д., докт. екон. наук, професор
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці
Лучик М.В., канд. екон. наук
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ

МОЛОДІЖНА МІГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ЗАГРОЗИ ТА РИЗИКИ

Транскордонна мобільність населення України стрімко зростає. За даними Державної прикордонної служби у 2016 р. кількість людино-виїздів з України за кордон у 1,5 раза перевищувала показник 2006 р. При цьому зменшилось число осіб, які виїжджали у службових справах або як організовані туристи і, навпаки, збільшилося число українців, що виїжджали з приватною метою. За інформацією Державної міграційної служби України у 2016 р. спостерігався пік кількості перетинів громадянами України державного кордону за всю історію незалежної України – 25.2 млн. разів, в той час як у 2015 році – 23.4 млн. разів, у 2014 році – 22.6 млн. разів та у 2013 році 24 млн. разів [1].

Постійно зростає чисельність українців, які проживають на території ЄС. У 2015 р. їх нараховувалось 905,2 тис. Найбільше українців проживали в Італії (238 тис.), Польщі (336 тис.), Німеччині (112 тис.), Чеській Республіці (113 тис.) та Іспанії (84 тис.) [2].

Особливо активно посилюються емігрантські настрої серед української молоді. Причин для таких тенденцій багато. Насамперед, це високі вимоги з боку молодих людей до оплати та умов праці, можливості кар'єрного зростання, наявності соціального захисту і гарантій. Звідси високий рівень молодіжного безробіття, Так, за I півріччя 2017 р. він становив для вікової категорії 15-24 роки 17,8%, для 25-29 років – 11,4%. У середньому у країнах ЄС рівень безробіття серед молоді у віці 15-24 роки становив 16,9% [3].

Через масштабну трудову міграцію, а також низький рівень народжуваності в Україні деформувалась структура населення. На 1 січня 2017 р. чисельність осіб у віці 0-15 років становила 16,2% загальної чисельності постійного населення, у віці 60 років і старше – 22,5%, у віці 16-59 років – 61,3%. На 1000 осіб у віці 16-59 років припадало 265 осіб у віці 0-15 років та 367 осіб у віці 60 років і старше. У міських поселеннях відповідні показники значно нижчі (250 і 358 осіб), ніж у сільській місцевості (299 і 391 особа). [4].

Молоді українці їдуть працювати до Польщі, Російської Федерації, Чеської Республіки, Італії. Саме на ці країни припадає близько 80% загальних потоків

короткострокових та довгострокових трудових мігрантів з України. Найбільші українські працівники задіяні у будівництві, сільському господарстві, готельно-ресторанному бізнесі, транспорті та комунікаціях, а також у сфері надання побутових послуг. Отже, національна економіка втрачає найактивнішу кваліфіковану робочу силу, яка могла б працювати в Україні і вести підприємницьку діяльність.

За останні роки значно посилюється вплив української молоді за кордон для отримання вищої освіти. За останні п'ять років кількість українських студентів, які виїхали на навчання за кордон, збільшилась на третину – з 21,5 тисяч до 59,6 тисяч чоловік. Про це свідчать результати дослідження, проведеного Аналітичним центром CEDOS. Число українців на навчанні в іноземних університетах станом на 2015/2016 навчальний рік становить 59648 осіб. Серед найбільш бажаних для навчання країн були Польща, Німеччина, Росія, Канада, Чехія, Італія, США, Іспанія, Франція, Австралія, Великобританія. Таке масове бажання молодих людей навчатись закордоном має багато причин. Насамперед, це те, що від українського абітурієнта не вимагають ніяких сертифікатів про здачу ЗНО, що значно полегшує вступ у навчальний заклад. Знання ж мови країни, в якій молода людина буде вчитись, вже не є проблемою. Завдяки Інтернету, наявності великого вибору онлайн-курсів, а також широко організованої мережі курсів і репетиторства з іноземних мов в Україні молодь вільно вивчає іноземні мови і виїжджає на навчання за кордон, у тому числі і за грантовими програмами.

Сприяє активізації від'їзду молоді за кордон зниження якості української освіти. Вартість освітніх послуг в українських Вишах щороку зростає, але ж відповідальності за якість підготовленого продукту, тобто готового фахівця, навчальний заклад не несе. Абсолютно відсутній контроль за якістю підготовки випускників та їх використання в національній економіці країни і з боку держави. Моніторинг за працевлаштуванням випускників, що вивчилися за державні кошти, здійснюється формально, а звідси – відсутність економічної обґрунтованості обсягів державного замовлення на підготовку фахівців різних профілів. Слід зауважити, що з боку бізнес-структур зацікавленість у підтримці підготовки висококваліфікованих кадрів і внесення інвестицій в освіту практично відсутні.

Таким чином, значна частина молодих українців їдуть навчатися закордон і воліють залишитися там жити і працювати. Останнє дослідження Research&Branding Group показало, що найбільш сильні емігрантські настрої серед молоді: 55% українців до 30 років готові покинути країну. Серед «тридцятирічних» готові емігрувати 47%, серед «сорокарічних» – 38% і серед «п'ятидесятирічних» – 28% [5].

Міграція молодих людей в зарубіжні країни відбувається також і за сімейними обставинами. Це може бути переїзд до батьків, які вже давно працюють за кордоном, або шлюб з іноземцем. Виїжджають, як правило, молоді люди з вищою освітою, кваліфіковані та самодостатні.

Будь-яка міграція, в тому числі і молодіжна, має і позитивний ефект. Освітня міграція відкриває перед молоддю можливість отримати гарну освіту, надає досвід саморозвитку і адаптації в мультикультурному середовищі. Перенесення молодими людьми знань і досвіду в національну економіку після завершення навчання, безперечно, піде на користь української держави. Трудова міграція,

якщо вона не є хронічною і набуває катастрофічних масштабів, дозволяє громадянам країни пережити економічну кризу, безробіття, бідність.

Проте, в цілому масштабна міграція молоді за кордон веде до:

вимивання інтелектуального капіталу з країни через зменшення частки осіб з вищою освітою, що призведе до дефіциту кваліфікованих кадрів і неможливості інноваційного розвитку економіки держави, оскільки саме молодь у всьому світі створює інновації.

скорочення демографічного потенціалу країни через зменшення частки молоді у структурі населення, звідси зменшення народжуваності і чисельності населення;

зростання соціальної небезпеки через скорочення частки працездатного населення і неможливості покрити дефіцит Пенсійного фонду.

Література

1. Україна в міграційних процесах до ЄС: втрати і здобутки: слухання Комітету з питань європейської інтеграції Верховної ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua/news/Novyny/144605.html/>.
2. Міграція в Україні 2016: факти і цифри: Міжнародна організація з міграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf.
3. Молодь на ринку праці у 2017 р. Доповідь. Дані Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Демографічна ситуація в Україні у 2016 році. Доповідь. Дані Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Перспективні українці дедалі частіше виїжджають закордон: статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svitua.com.ua/news/201701/2236-perspektyvni-ukrayinci-dedali-chastishe-vyvizhdzhayut>.

Семикіна М.В., докт. екон. наук., професор
Дорошенко А.В., студентка
Центрально український національний
технічний університет
м. Кропивницький

ТЕХНОЛОГІЇ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ

Сучасну епоху розвитку економіки і суспільства часто називають епохою технологій. У технологіях бачать економію ресурсів, раціональне використання часу, екологічний захист людини, безпека життєдіяльності, безвідходне виробництво, можливості автоматизації виконання операцій і багато іншого. В економіці широко використовується поняття «технологія менеджменту» - це спеціально вибудована комбінаційна послідовність операцій за критеріями ефективності та якості не тільки управлінського рішення, а й управлінської діяльності взагалі. Однак відомих технологій менеджменту буває замало в ситуаціях, коли не працюють старі мотиваційні механізми.

Ситуація глибокої кризи в економіці, загрози втрати конкурентоспроможності змушують підприємців шукати методи активізації

діяльності персоналу. Відомих технологій менеджменту не вистачає. За оцінками експертів, одна із проблем сучасного управління людськими ресурсами в Україні – відсутність якісного мотиваційного менеджменту. Відомо багато прикладів, коли роботодавець змушений докладати все більше і більше зусиль, витратити все більше і більше ресурсів, щоб отримати від працівників той самий результат. Мотивація до ефективної праці не спрацьовує... В цих умовах зростає попит на фахівців, які володіють досвідом розробки прогресивних систем оплати праці, уміють проводити експрес-опитування, здійснювати постійні спостереження за станом мотивації персоналу, розробляти рекомендації щодо застосування прийнятних технологій впливу на поведінку персоналу. Важливим напрямком управління стає мотиваційний менеджмент, який дозволяє за допомогою прогресивних форм і методів роботи з персоналом, якісно змінювати його установки, прагнення, мотиви, спрямовуючи їх на досягнення цілей підприємства.

З літературних джерел відомо, що мотивація – це процес спонукання людей до праці, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Поведінка людини завжди мотивована. Людина може працювати ретельно, з наснагою й ентузіазмом, а може працювати пасивно, ухилятися від напруженої роботи або імітувати діяльність. Поведінка особистості може мати і будь-які інші прояви. В усіх випадках варто шукати мотив поведінки і спосіб впливу на людину для зміни мотиву у бажаному напрямі. Доцільно враховувати прагнення людини реалізувати себе у своїй справі. Там, де управління й організація праці надають співробітникам такі можливості для самореалізації, їхня праця буде більш ефективна, а мотиви до праці – більш стійкими. Тобто мотивувати співробітників – це торкнутися їхніх важливих потреб та інтересів, дати їм шанс реалізуватися в процесі трудової діяльності. Саме таким завданням підпорядковується мотиваційний менеджмент та його технології.

Основні базові елементи мотиваційного процесу подано графічно на рис.1. Схема ілюструє логічну послідовність мотиваційного процесу, в основі якого лежить проблема задоволення потреб. Особливу увагу слід звернути на зворотний зв'язок. Адже від результату задоволення або незадоволення потреб залежить, чи буде відтворюватись поведінка працівника, спрямована на досягнення певних організаційних та особистісних цілей. У менеджменті це регулюється законом результату, згідно з яким людина прагне повторити поведінку, що привела до позитивного результату, і уникнути такої, що дала негативні наслідки (стан незадоволеності).

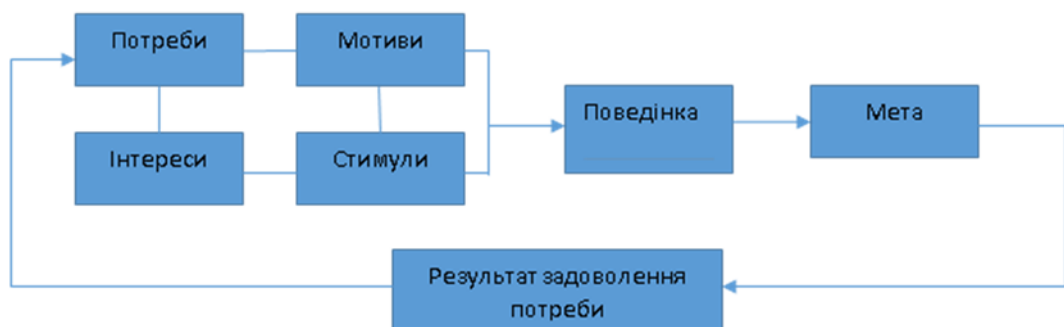


Рис. 1. Модель мотивації через потреби як основа розробки технологій мотиваційного менеджменту [1; 16].

В залежності від даних мотиваційного моніторингу, який призначений відслідковувати зміну моделі поведінки працівників, зміну мотивів до праці, мають бути обрані певні технології мотиваційного впливу на людей. У виборі зазначених технологій доцільно враховувати фах, освіту, вік, нахили та здібності працівників, їх потреби та інтереси, особливості робочого місця, змістовність праці, досягнуті особисті результати, кар'єрне зростання тощо.

Розвиваючи наукову думку, визначаємо поняття «технології мотиваційного менеджменту» як набір прийомів, методів прогресивного впливу на трудову поведінку персоналу, вибір яких базується на ретельному вивченні потреб, інтересів, стану внутрішньої та зовнішньої мотивації, потребу визначення процедур та послідовності впливу на мотиви у сфері праці, розробка практичних заходів – на досягненнях сучасної науки і передової практики в питаннях мотивації персоналу. Серед сучасних технологій мотиваційного менеджменту – формування компенсаційного пакету, застосування гнучких тарифних моделей оплати праці, проектування заробітної плати на основі формування грейдів, побудова преміальних систем, бонусних програм на основі урахування індивідуальних результатів праці, запровадження програм участі персоналу в акціонерному капіталі тощо.

Література

1. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2011. – 397 с.
2. Семикіна М.В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання. / Відп. Ред. В.В. Онікієнко. – Кіровоград : ПВД «Мавік», 2004. – 124 с.

Семикіна М.В., докт. екон. наук., професор
Куприянчик А.В. студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ У МЕНЕДЖМЕНТІ: СУТНІСТЬ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ

Мотивація персоналу до ефективної трудової діяльності залишається важливою проблемою, яку намагаються вирішувати менеджери на будь-якому підприємстві, шукаючи різноманітні методи впливу на трудову поведінку працівників. Для українських підприємств питання мотиваційного менеджменту набувають особливо важливого значення для пошуку невикористаних резервів зростання продуктивності праці, визначення шляхів економічного зростання та інноваційного розвитку[1].

Метою нашого дослідження є з'ясування та поглиблення сутності мотивації як складової менеджменту на підприємстві.

Огляд літератури показує, що проблематику мотивації в Україні досліджують Колот А.М., Костишина Т.А., Цимбалюк С.І., Куліков Г.Т. та інші.

Разом з тим, проблематика мотивації не втрачає свого актуального значення. На тлі економічних та соціальних негараздів вчені констатують кризу у розвитку вітчизняного мотиваційного менеджменту, потребу у продовженні вивчення мотивації та її механізмів для вироблення корисних для практиків рекомендацій.

Для практики діяльності менеджерів вітчизняних підприємств володіння методами мотивації персоналу має пріоритетне значення, адже без цього стає неможливим підвищення продуктивності праці персоналу, реалізація поставлених цілей в діяльності підприємства. Практичний досвід засвідчує, що ефективність мотивації персоналу на підприємстві залежить не лише від фінансових можливостей, а передусім від розуміння керівництвом сутності мотивації, її механізмів, впливових чинників, володіння сучасними технологіями мотиваційного менеджменту.

Звертаючись до наукових джерел, можна акцентувати увагу на тому, що в теорії менеджменту поняття «мотивація» використовується у двох основних смислових варіантах: по-перше, його можна інтерпретувати як комплекс мотивів, що визначають стан особистості – її схильність або несхильність до тих чи інших дій, вчинків і оцінок (це внутрішня мотивація працівника); по-друге, під мотивацією розуміють створення системи стимулів, що орієнтують людину на вибір тих видів і форм діяльності, певне ставлення до праці, які необхідні для досягнення цілей організації (це зовнішня мотивація)[1-4]. У широкому розумінні мотивація у сфері праці іноді визначається як детермінація трудової поведінки.

Більшість дослідників зазначеної проблематики розуміють мотивацію персоналу на підприємстві як зовнішній вплив на працівника за допомогою низки стимулів (цікава робота, прийнятна оплата праці, сприятливі умови праці, психологічний клімат тощо). З таким баченням погоджуємось. Проте можна було б поглибити це визначення, розглядаючи його через призму завдань менеджменту. На нашу думку, одне з визначень мотивації персоналу може бути таким: мотивація персоналу – це комплексний зовнішній вплив на працівника та його трудову поведінку з боку підприємства за допомогою низки різноманітних методів, соціально-економічних заходів та інструментів. Під останніми розуміємо розробку адекватної системи оплати праці та компенсаційної політики, належної організації робочих місць, нормування праці, психологічного клімату та ін. Сучасний досвід доводить, що більш дієвою стає мотивація у разі залучення можливостей соціального діалогу, колективно-договірного регулювання праці з метою забезпечення її продуктивності, зростання доходу працівників і доходу підприємства загалом.

Завдання мотивації персоналу є різноманітними в залежності від пріоритетів діяльності підприємства, змін на ринку, особливостей розвитку колективу. Передусім це такі завдання: формування мотивів до ефективної праці та прояву ініціативи, творчої активності; стимулювання прагнень до активної соціальної взаємодії; заохочення персоналу до постійного професійного розвитку; залучення персоналу до участі в управлінні, засвоєнні прийомів внутрішньо організаційного спілкування тощо. Досвід успішних підприємств доводить, що формування у керівників демократичних підходів до управління персоналом дуже часто залежить від опанування сучасними методами і технологіями мотиваційного менеджменту.

Для успішного вирішення завдань мотивації потрібен постійний моніторинг мотиваційних процесів та змін, які відбуваються в діяльності підприємства в

умовах мінливого конкурентного середовища [2; 4-6]. Розглядаючи мотивацію як процес, можна виділити в ньому декілька послідовних етапів: 1) виникнення потреб (людина відчуває, що їй чогось не вистачає); 2) після усвідомлення актуальних потреб людиною здійснюється пошук шляхів їх задоволення; 3) відбувається визначення цілей (напрямків) діяльності для задоволення потреб; 4) формування мотивів діяльності у певному напрямі; 5) виконання певних дій або певної діяльності, результатом якої стає задоволення потреби, отримання певного блага (матеріального, духовного); 6) отримання винагороди за певну працю. В разі задоволення від отриманої винагороди (задоволення потреби, досягнення цілей) сформовані мотиви закріплюються, що дозволяє надалі людині збільшувати трудову активність у цьому ж напрямі. Якщо ж реалізація потреби, отримана винагорода не є адекватними до витрачених трудових зусиль, виникає незадоволеність працею. До речі, останнє послаблює мотивацію до ефективної праці, хоча людина може і не припиняти роботу на підприємстві, це негативно відбивається на результатах праці. Особливості етапів процесу мотивації персоналу до ефективної праці не можна не враховувати у менеджменті підприємства.

Окрему увагу в умовах соціально-економічної нестабільності необхідно приділяти корпоративній культурі та створенню так званого мотиваційного клімату, тобто умов, що дозволяють згуртувати колектив заради отримання бажаного синергетичного ефекту від спільної діяльності у напрямі економічного та інноваційного розвитку підприємства.

Види мотиваційного клімату можуть бути різними, проте їх можна об'єднати загалом у два типи під умовними назвами «позитивна енергетика» і «негативна енергетика» (термін «енергетика» у даному випадку використовуємо з огляду можливості отримання синергетичного ефекту від процесу мотивації).

Мотиваційний клімат «позитивна енергетика» характеризується такими особливостями: своєчасне визначення і схвалення високих результатів роботи; урізноманітнення робіт, які дозволяють в повній мірі використовувати потенціал співробітника; високий рівень самостійності і відповідальності за роботу; постійна участь в прийнятті управлінських рішень, які стосуються роботи; постійне навчання і професійне зростання; постійні і добрі професійні і особисті стосунки зі співпрацівниками; довіра до працюючих в колективі; наочність трудових досягнень; високий статус посади; постійна інформованість колективу і високий рівень заробітної плати. Такі привабливі для персоналу риси мотиваційного клімату часто стають результатом активного соціального діалогу, тісної взаємодії менеджерів і профспілки, постійної уваги керівництва до завдань мотиваційного менеджменту.

Мотиваційний клімат «негативна енергетика» характеризується багатьма суперечностями, що руйнують мотивацію до ефективної праці та соціальної взаємодії: це постійне непорозуміння між працюючими в колективі; недостатня довіра до співпрацівників; погані побутові умови роботи; застаріле виробниче обладнання; відсутні можливості для навчання і професійного зростання; недостатня увага до працюючих з боку адміністрації; відсутність своєчасної оцінки праці; низький рівень соціальної та виробничої взаємодії; монотонність праці, вкрай низька оплата праці, що не дозволяє відтворювати трудовий потенціал на якісному рівні [3; 6]. Часто формування такого мотиваційного клімату свідчить про існуючі прорахунки в системі менеджменту на підприємстві,

кризу довіри до існуючих систем мотивації.

Варто окремо підкреслити, що для вибору ефективних методів мотивації на підприємстві важливо застосовувати індивідуальний підхід в оцінці потреб і результатів праці. Це необхідно для того, щоб зрозуміти актуальні потреби конкретної людини, з'ясувати, чому саме той чи інший працівник готовий чи неготовий виконувати трудові завдання, витрачаючи великі або менші трудові та творчі зусилля. Люди прагнуть домогтися більшого лише тоді, коли у них виникає сильна мотивація до забезпечення актуальних потреб. Розуміння цього дозволяє формувати наполегливість у досягненні цілей та досягати кращих трудових результатів, ніж це було раніше. Такі трудові прагнення працівників треба стимулювати економічно, соціально, психологічно. Водночас вибір засобів підтримки залежить не тільки від менеджерів та керівників, ресурсів підприємства, а й від згуртованості колективу, соціального діалогу, що, безперечно, впливає на мотиваційні процеси у сфері праці, пошук прийнятних методів мотивації персоналу.

Отже, мотивація персоналу є важливою складовою менеджменту підприємства. Менеджери підприємств мають приділяти велику увагу створенню підрозділів управління персоналом, спрямовуючи їх основну роботу на дієву мотивацію персоналу заради досягнення спільних цілей роботодавця і найманих працівників – успішної діяльності, що приносить конкурентні переваги, доход підприємству і його колективу, задоволеність роботою на підприємстві.

Література

1. Колот А.М. Мотивація персоналу підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк К.: КНЕУ, 2011 - 397 с.
2. Моргунець О.Б. Менеджмент у сфері послуг / Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
3. Рульєв В.А., Гудкевич С.О. Менеджмент/ Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
4. Семикіна М.В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання. / Відп. Ред. В.В. Онікієнко. – Кіровоград: ПВЦ «Мавік» 2004. – 124с.
5. Мотивація ефективної зайнятості пошук оптимальної стратегії: [Монографія] / М.В. Семикіна, Н.А. Іщенко, – Кіровоград : КОД, 2012 – 2016 с.
6. Семикіна М.В. Мотивація праці: нова парадигма в умовах конкурентного середовища / М.В. Семикіна // Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління. 2011. – № 2 (2). – С. 118-126.

Бекас В.А.

Гончар А.В.

Хмельницьке територіальне відділення МАН України, Ліцей № 17
м.Хмельницький

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ МЕТОДАМИ КОРЕЛЯЦІЙНОГО АНАЛІЗУ

Сучасна реальність пов'язана із численними явищами, сутність і особливості яких залежать від великої кількості факторів та передумов. З іншої сторони, кожне явище, яке відбувається, є передумовою, стимулом чи перешкодою наступних

подій. У своєму прагненні до покращення умов життєдіяльності, реалізації цілей, підвищення ефективності використання ресурсів і продуктивності систем різних рівнів, люди прагнуть дослідити природу явищ, встановити їх залежність від обставин та факторів, які можна вимірювати і коригувати із врахуванням потреб.

Усвідомлена потреба стає рушієм розвитку науки. Дослідження і вимірювання взаємозв'язків і взаємозалежностей соціально-економічних явищ є одним з найважливіших завдань статистики. Для дослідження взаємозв'язків між явищами статистика використовує різні методи і прийоми: статистичні групування (прості і комбінаційні), індексний метод, кореляційний і дисперсійний аналіз, балансовий, табличний, графічний та інші методи. Кожен із методів характеризується принципами використання, має специфіку і можливості застосування. Щодо вивчення взаємозв'язків особливе місце займає метод кореляції, який є логічним продовженням аналітичного групування.

Формування соціально-орієнтованої моделі української економіки передбачають пошук можливостей удосконалення демографічних процесів та рівня життя населення. Все ще низькою залишається дієвість соціальної політики та недостатньо застосовуються ефективні важелі забезпечення її реалізації. Актуалізуються демографічні проблеми: проблеми народжуваності, зайнятості і низького рівня доходів, потреба вирішення житлових проблем та ін. Необхідно удосконалювати складові соціальної політики, створювати передумови вирішення соціальних проблем, формувати можливість населення самостійно впливати на рівень добробуту, задоволеність життям та його якістю.

Дослідження соціально-демографічних процесів в Україні не втратило актуальності внаслідок глобального переосмислення стратегічної мети розвитку, оскільки досягнення високих стандартів життя є невід'ємною складовою побудови загального добробуту держави. На цьому шляху важливим є дослідження окремих показників та факторів, які їх визначають.

Реальна дійсність характеризується сукупністю взаємопов'язаних та взаємодіючих факторів, які обумовлюють явища і події, які, на перший погляд, є випадковими. Математичні методи дають кількісний опис економічних явищ і дозволяють з єдиної точки зору вивчати різноманітні задачі. Одним із особливо актуальних методів є кореляційний аналіз. Головною задачею кореляційного аналізу є кількісне оцінювання ступеня зв'язку між двома ознаками (при парному зв'язку) і між результативним і безліччю факторних ознак (при багатфакторному зв'язку) [1]. Кореляційний метод дозволяє одержати кількісні характеристики зв'язку між двома і більшим числом ознак, а тому, забезпечує широке уявлення про його особливості.

Математика є потужним засобом розв'язування прикладних задач і універсальною мовою науки. Вона відіграє важливу роль у наукових, інженерно-технічних та гуманітарних дослідженнях. Останні роки відзначаються інтенсивним проникненням математичних методів у соціально-економічні дослідження.

Більшість залежностей між соціально-економічними явищами досліджені теоретично. Важливо не лише встановити наявність причино-наслідкових зв'язків, але і кількісно виміряти ступінь впливу факторів на результат, зрозуміти природу досліджуваних процесів. Це дозволить впливати на виявлені фактори, втручатись у процес з метою одержання потрібних результатів.

Засновниками теорії кореляції є англійські статистики Ф. Гальтон (1822-1911 рр.)

і К. Пірсон (1857-1936 рр.). Френсіс Галтон наприкінці ХІХ ст. увів пермін «регресія» (рух назад, повернення до попереднього стану), проаналізувавши залежність між зростом батьків і зростом дітей. Він помітив, що зріст дітей у дуже високих батьків у середньому менший, ніж середній зріст батьків. У дуже низьких батьків, навпаки. В обох випадках середній зріст дітей прямує (повертається) до середнього зросту людей у даному регіоні. Звідси й вибір терміна, що відбиває таку залежність.

Кореляційний аналіз уможливорює вимір ступеню впливу факторних ознак на результативні, встановлення єдиної міри тісноти зв'язку і впливу досліджуваного фактора (факторів) на загальну зміну результату. Однак, зв'язки між факторами є різноманітними. Одні фактори діють на інші, зумовлюючи їх зміну (їх називають факторними), а інші можна оцінювати, як результат дії цих факторів (результативні).

В процесі дослідження зв'язків між окремими ознаками, виділяють два види зв'язків: функціональні (повні) і кореляційні (статистичні) зв'язки.

В економічних та соціально-демографічних явищах і подіях функціональні зв'язки трапляються рідко. Тут загалом мають місце такі зв'язки між змінними величинами, при яких чисельному значенню однієї з них відповідає кілька значень інших. Такий зв'язок між ознаками дістав назву кореляційного (статистичного) зв'язку [2].

Кореляційний зв'язок є неповним, він проявляється при великій кількості спостережень, при порівнянні середніх значень результативної і факторної ознак. У цьому відношенні виявлення кореляційних залежностей пов'язано з дією закону великих чисел: тільки при досить великій кількості спостережень індивідуальні особливості і другорядні фактори нівелюються та взаємокомпенсуються і якщо існує залежність між результативною і факторною ознаками, то вона чітко проявляється.

Кореляційний аналіз – універсальний метод дослідження. Його широке застосування на макро- і макрорівнях економіки пов'язане із необхідністю дослідження взаємозв'язків та залежностей між явищами.

Кореляційний зв'язок виражається відповідними математичними рівняннями. За напрямом зв'язок між корелюючими ознаками може бути прямим і оберненим. При прямому зв'язку обидві ознаки змінюються в одному напрямі, тобто із збільшенням факторної ознаки зростає результативна і навпаки. При оберненому зв'язку обидві ознаки змінюються в різних напрямках (наприклад, зв'язок між продуктивністю праці і собівартістю продукції).

Залежно від того, яка досліджується кількість факторів, які визначають результат, виділяють парну (просту) і множинну кореляцію. При парній кореляції оцінюють зв'язок між двома ознаками (результативною і факторною), при множинній кореляції – зв'язок між трьома і більшим числом ознак (результативною і двома і більшим числом факторів).

За допомогою методу кореляції вирішується два головних завдання: 1) визначення форми і параметрів рівняння зв'язку, для чого знаходиться рівняння зв'язку і визначаються його параметри; 2) вимірювання тісноти зв'язку – здійснюється за допомогою розрахунку різних показників тісноти зв'язку (коефіцієнта кореляції, кореляційного відношення, індексу кореляції та ін.).

Результати дослідження впливу на динаміку реальної заробітної плати (купівельної спроможності населення) зміни номінальної заробітної плати (нарахованої працівникам суми грошей) і індексу споживчих цін (індексу інфляції) дозволили побудувати рівняння зв'язку, яке визначає залежність результативної ознаки від двох факторних. Залежність має такий вигляд:

$$\hat{Y} = 86,7 + 0,9x_1 - 0,8x_2.$$

Отже, зі збільшенням номінальної заробітної плати на 1 грн, реальна заробітна плата підвищується на 0,9 грн., а при підвищенні індексу споживчих цін на одиницю – знижується на 0,8 грн.

Кореляційне рівняння впливу на задоволеність життям населення України номінальної середньої заробітної плати та індексу споживчих цін, відповідно:

$$\hat{Y} = 8,51 - 0,00073x_1 - 0,015x_2.$$

Цікавим є факт, що в сучасних умовах тотальної інфляції підвищення номінальної заробітної плати має слабкий, але негативний вплив на задоволеність життям.

Широке застосування методів кореляційного аналізу на макро- і макрорівнях економіки пов'язане із необхідністю дослідження взаємозв'язків та залежностей між явищами, обґрунтування ефективних рішень щодо їх коригування. Увага до методів кореляційного аналізу особливо зросла у зв'язку із розвитком інформаційних систем, удосконаленням програмних продуктів для ПЕОМ, які реалізують математико-статистичні методи.

Література

1. Пасічник Я.А. Математика для економістів: Підручник / Я.А. Пасічник – Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2010. – 432 с.
2. Чичуліна К.В. Кореляційний зв'язок в економіко-математичних моделях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/250.pdf>

Бляшук С.Г., аспірантка
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ

ПЕРЕШКОДИ У ФОРМУВАННІ ПРАЦІВНИКА ІННОВАЦІЙНОГО ТИПУ

Сучасний темп розвитку світової економіки вимагає активізації інноваційної діяльності підприємств. Основним об'єктом інноваційних процесів на підприємстві виступає працівник, який володіє навичками та компетенціями інноваційного типу і здатний задовольнити постійно зростаючі вимоги інноваційного ринку праці. Тому, створення сприятливих умов для праці, стимулювання всебічного розвитку працівників, підтримка креативних ідей мають істотний вплив не лише на окремого економічного суб'єкта, а й на економіку країни в цілому.

Особливостям формування працівників інноваційного типу присвячено багато праць вітчизняних та іноземних вчених. Серед українських науковців

вагомий внесок зробили В. Близнюк, О. Грішнова, А. Колот, І. Петрова, В. Петюх, Л. Лісогор, М. Семикіна, та багато інших.

Проте, потребує особливої уваги дослідження перешкод, з якими працівник може зіштовхнутись на шляху формування інноваційних компетенцій під час трудового процесу, з метою їх уникнення та попередження.

В сучасних умовах зміст праці трансформується під впливом таких чинників, як автоматизація, комп'ютеризація та інформатизація трудових процесів. Ці явища суттєво розширюють продуктивні можливості працівників, значно збільшуючи плідність їх зусиль та спільну продуктивну силу праці [1, с.68].

Водночас, виникають все нові та нові вимоги до працівника в процесі його трудової діяльності. Відомо, що в умовах формування інноваційного ринку праці працівник нового типу повинен володіти здібностями та компетенціями, адекватними вимогам інноваційної економіки. Зокрема, високими професійними, комунікативними здібностями; генерувати нові ідеї та впроваджувати їх в практику, з метою отримання максимального результату; бути креативним та реалізовувати свій творчий потенціал.

Однак, в процесі формування працівника інноваційного типу постійно виникає ряд перешкод, які можуть залежати від багатьох факторів: неефективна організація трудового процесу на підприємстві, відсутність коштів та часу для самовдосконалення працівника, недостатність теоретичної бази та практичної підготовки, відсутність необхідних матеріально-технічних засобів для ефективного функціонування процесу виробництва, а також конкуренція з боку інших працівників – все це є зовнішніми бар'єрами, однак можуть бути ще й внутрішні бар'єри, такі як: особистісно-професійні проблеми, невпевненість в своїх силах та можливостях, нечітко поставлені цілі та життєві пріоритети. Розглянемо ці пункти більш детально.

Однією з основних складових успішного функціонування працівника та підприємства загалом є ефективна організація трудового процесу, де враховані всі потреби та побажання працівників, а також існує орієнтація на максимальний результат діяльності. Якщо менеджмент підприємства ефективно налагоджений, то працівник зацікавлений в професійному рості, формуванні інноваційних навичок та компетенцій.

На підприємствах важливим чинником інноваційного розвитку є якісна кадрова складова, для якої організуються системи управління знаннями, що пов'язані з накопиченням знань, досвіду, практичних здібностей щодо вирішення складних завдань та інше.

Проте, на вітчизняних підприємствах недостатньо створені умови для самовдосконалення працівника. Існують такі перешкоди як: недостатність фінансування програм щодо підвищення кваліфікації, відсутність навчальних тренінгів та семінарів, практичної підготовки працівника через організацію оплачуваних підприємством курсів за участі представників з міжнародних компаній, де є можливість обміняти досвідом, а також перейняти його. Небажання підприємствами надавати оплачувану навчальну відпустку для працівників, які навчаються або хотіли б прослухати певні курси, які опосередковано пов'язані зі спеціальністю, проте дають широкий спектр обізнаності у загальних актуальних питаннях.

Недостатність теоретичної бази та практичної підготовки, це проблема яка має свій початок зі шкільних років майбутнього працівника і триває протягом

всього трудового процесу. Визначено, що основною такою причиною є недостатня практична підготовка студентів, яка забезпечила б розширення обсягу базових понять у фінансово-кредитній галузі, сформувала економічне мислення у майбутніх фахівців. Водночас, ринок відчуває потребу у кваліфікованих фахівцях, обізнаних із сучасними науковими теоріями й законодавством та ознайомих з економічними аспектами практичної діяльності організації [2, с.189].

Дуже часто підприємства зіштовхуються з проблемою відсутності необхідного матеріально-технічного забезпечення. Це має прямий негативний вплив і на працівника, адже при відсутності новітніх технологій його можливості щодо формування інноваційних компетенцій обмежені, так як приходится працювати із застарілим обладнанням і технологіями, де неможливо проявити свої творчі здібності та згенерувати нові ідеї.

Конкуренція всередині колективу є двозначною. З одного боку, вона стимулює працівника до самовдосконалення, проте, з іншого – якщо це проявляється у вигляді «доносів» керівництву та поширення неправдивих відомостей, тоді має місце лише негативний вплив і переходить у внутрішні бар'єри формування працівника інноваційного типу.

Щодо внутрішніх перешкод, то вони дуже часто виникають на шляху формування інноваційних компетенцій, зокрема, це неготовність працівників до інноваційних змін, відсутність необхідного досвіду роботи з новітніми технологіями, невпевненість в своїх силах і можливостях. Уявлення більшості працівників в нашій країні все ще зводиться до того, що вони повинні добре знати лише свою справу, а все інше – другорядне і неважливе.

Проте, враховуючи стрімкий розвиток інновацій в усіх сферах, це далеко не так. Працівники звикли виконувати все по стандартах, положеннях, інструкція, однак, на сучасному етапі розвитку ринку праці вкрай необхідним є «вихід за межі стандартів», розроблення креативних ідей, запровадження нових механізмів та методів в трудовому процесі, і працівник не повинен боятися проявляти власну ініціативу, а навпаки, – бути інноватором та поштовхом до інноваційних змін на підприємстві. Внутрішні бар'єри виникають через небажання, боязнь отримати негативні відгуки та критику.

А через це працівник зосереджується лише на вузькому колі своїх обов'язків, і не хоче порушувати свій психологічний стан та звичні межі свого функціонування, що є основною перешкодою на шляху формування нових ідей, осмислення нових викликів, креативного духу та генерування нових підходів.

Ще однією внутрішньою перешкодою в процесі формування працівника інноваційного типу є негативна атмосфера в колективі, постійна напруженість, нерівномірний розподіл обов'язків між працівниками, відсутність похвали від керівництва, навіть при виконанні надскладних завдань. Вважаємо, що така робоча атмосфера має негативний вплив на розвиток працівника і є антиінноваційною, адже не створює стимулів для всебічного розвитку особистості, започаткування креативних ідей та впровадження їх у виробництво.

Процес формування працівника інноваційного типу зазнає прямий або опосередкований вплив внутрішніх та зовнішніх перешкод. Нові технології, продукти та ідеї є визначальними факторами успішного розвитку підприємств, а інноваційний працівник стає запорукою впровадження інновацій, генерування нових ідей, необхідних для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Проведене дослідження засвідчує необхідність вивчення та аналізу наявних та можливих перешкод на шляху формування працівника інноваційного типу, з метою їх своєчасного усунення та попередження виникнення. Дані питання стануть перспективою наших подальших досліджень.

Література

1. Розвиток соціально-трудової сфери України: теорія, практика, перспективи: кол. монографія / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Петрової, к.е.н. В.В. Близнюк; НАН України, ДУ «Ін-т економіки та прогнозування НАН України». – К., 2016. – 326 с.
2. Шевчук Т.В, Сідельник О.П. Практична підготовка студентів вищих навчальних закладів як невід’ємна детермінанта формування їхніх професійних компетенцій / Т.В. Шевчук, О.П. Сідельник // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економіка, 2017, вип. 27, №2. – С. 189-193.

Бондар Ю.А., канд. екон. наук, доцент
Кіровоградська льотна академія національного
авіаційного університету
м. Кропивницький

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Сучасні економічні умови спонукають підприємства до зміцнення своїх позицій на світовому ринку. Для того, щоб підприємства були конкурентоспроможними, вони повинні активізувати інвестиційні процеси.

У теперішній час агропромисловий комплекс України переживає кризу, пов'язану з економічними перетвореннями. Особливо дуже гостро стоїть проблема недостатнього забезпечення інвестиціями аграрних підприємств. Динаміка економічного зростання суб'єкту господарювання багато в чому зумовлена рівнем його інвестиційної привабливості.

Інвестиційна привабливість відіграє важливу роль у вищезазначених процесах, оскільки вона є каталізатором розширення можливостей підприємств агропромислового комплексу. Ці можливості повинні відповідати умовам інвесторів. Для підприємств одним із пріоритетних завдань покращення інвестиційної діяльності є пошук потенційних інвесторів та надання їм інформації з приводу доцільності вкладень.

Специфіка сільського господарства полягає в тому, що не можна різко наростити об'єми продукції «з завтрашнього дня». Тривалість виробничого циклу впливає на функціонування підприємств агропромислового комплексу, а також на їх інвестиційну привабливість.

На сьогодні країна перебуває в економічних умовах, в яких істотно зростає необхідність довгострокового інвестування підприємств агропромислового комплексу. Фактори, що впливають на залучення інвестицій в агропромисловий комплекс поділяються на зовнішні та внутрішні [1]:

- неефективність менеджменту і низький рівень кваліфікації менеджерів;
- недообеспеченість матеріально-технічними ресурсами;
- великий знос основних фондів;

- використання застарілих технологій;
- потреба у довгостроковому кредитуванні, залежність від державної підтримки;
- високий ступінь ризиків;
- низька швидкість обігу грошових коштів (порівняно з галузями промисловості) у зв'язку зі специфікою виробничого циклу;
- відносно низький рівень заробітної плати;
- недостатня мотивація працівників;
- слабо розвинена інфраструктура сільських територій.

В результаті низького інвестиційного потенціалу і нестачі оборотних засобів весь прибуток підприємств агропромислового комплексу йде на оборотні активи, практично не залишаючи коштів на капітальні вкладення. Тому активізація інвестиційної діяльності, у тому числі пошук джерел інвестицій, є не тільки основною умовою запобігання подальшого поглиблення кризи в сільському господарстві, але і стає визначальним напрямком його перспективного розвитку.

Успішне функціонування агропромислового комплексу багато в чому залежить від реалізації стратегічних інвестиційних проектів у цій сфері, нарощування обсягів виробництва, ефективності використання ресурсів і стабільності комплексного розвитку сільських територій. Існуюча сьогодні його низька інвестиційна привабливість перешкоджає реалізації стратегічних інвестиційних проектів, формування соціально-економічних умов для підвищення рівня життя та комфортного проживання населення сільських територій та ін. У зв'язку з цим необхідно сприяти перетворенню дотаційною галузі в галузь, привабливу для інвесторів, що сприятиме її розвитку, забезпечення продовольчої безпеки та зростанню якості життя на сільських територіях.

Залучення інвестицій в агропромисловий комплекс неможливе без державної підтримки, оскільки вона визначає його якісні перетворення, створюючи інвестиційну привабливість.

Використання програмно-цільового методу як інструменту державної підтримки обумовлено тим, що проблеми розвитку агропромислового комплексу та сільських територій не можуть бути вирішені без участі держави, а саме:

- носять міжгалузевий і міжвідомчий характер, тому потребують організації міжвідомчої взаємодії у сфері розвитку сільських територій;
- не вирішуються в межах одного фінансового року і вимагають значних бюджетних і позабюджетних витрат;
- потребують вдосконалення нормативно-правової бази, проведення єдиної аграрної політики, спрямованої на впровадження в агропромисловий комплекс найбільш прогресивних виробничих технологій;
- потребують вирішення завдань підвищення рівня зайнятості та зростання доходів сільського населення [3].

Основні напрямки державної інвестиційної політики в агропромисловому комплексі включають в себе:

- створення системи комплексної підтримки інвестиційної діяльності;
- розвиток виробництва і підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції;
- стимулювання залучення інвестицій (лізингу, кредитування тощо) за рахунок реалізації заходів державної підтримки;
- розвиток інфраструктури допомогою податкових пільг, державних і банківських гарантій, довгострокових кредитів;
- підвищення ефективності бюджетних інвестицій за рахунок субсидування

частини витрат на придбання обладнання, худоби, сільськогосподарської техніки тощо за результатами здійсненої інвестиційної діяльності підприємств агропромислового комплексу.

Створення сприятливих економічних умов для залучення інвестицій в агропромисловий комплекс є пріоритетним завданням, яку необхідно вирішувати при державній підтримці всіх рівнів влади. Робота по залученню інвестицій в агропромисловий комплекс має вестися усіма учасниками сільськогосподарського ринку. Для цього необхідна продумана державна політика щодо розвитку сільських територій, яка спирається на загальну стратегію економічного розвитку держави.

Таким чином, інвестиційна привабливість об'єкта інвестування формується під впливом певних умов і факторів внутрішнього та зовнішнього характеру. Інвестиційна привабливість підприємства, є фактором, який впливає на економічний ефект від ведення бізнесу, оцінка цього фактора є вирішальною при прийнятті рішення про інвестиційний напрямок розвитку діяльності.

Література

1. Пилипенко О.І. Інтерпретація поняття «інвестиційна привабливість» на різних рівнях економічної системи / О.І. Пилипенко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 3. – С. 30–34.
2. Аранчій Д.С. Інвестиційна привабливість підприємств: сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу / Д.С. Аранчій, С.А. Гончаренко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/59.pdf>.
3. Лівощко Т.В., Моргунова К.І. Інвестиційна привабливість підприємств // Лівощко Т.В. // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2013 [Електронний ресурс]. – http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_101.pdf
4. Брюховецька Н.Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н.Ю. Брюховецька, О.В. Хасанова // Економіка промисловості. – Донецьк, 2009. – №44. – С. 110-117.

Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІНВЕСТИЦІЙНІ МОНЕТИ УКРАЇНИ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОШТІВ ТА НАДІЙНИЙ ЗАСІБ ЇХ ЗАОЩАДЖЕННЯ

Нестабільність у світовій економіці, висока мінливість курсів валют і акцій на фондових ринках все більше підштовхують інвесторів у всьому світі шукати надійні способи заощаджень. Багато країн інвестують свої кошти в дорогоцінні метали. Якщо раніше увагу привертала золоті злитки, то зараз все більше уваги привертають інвестиційні монети, загальна вартість яких залежить не від їх художньої цінності, а саме від світових цін на дорогоцінні метали. Тим більше, що для людей з невеликим доходом цілком реальними є саме такі заощадження, на відміну від золотих злитків, які можуть собі дозволити тільки дуже заможні люди.

Придбання населенням інвестиційних монет є особливо вигідним, оскільки ризик неповернення вкладених коштів дорівнює нулю, а об'єкт інвестиції не тільки приносить дохід, а й на відміну від золотих злитків не обкладається ПДВ.

Інвестиційні монети можна віднести до досить практичному і надійного способу вкладення накопичених коштів. Перш за все монети дуже зручно зберігати, так само як і транспортувати. Згодом золоті і срібні монети набувають все більшої художньої вартості – чим старше, тим дорожче.

Інвестиційні монети – монети, які виготовляються з дорогоцінних металів (золота, срібла, платини) найвищих проб, які призначені для вкладання коштів в дорогоцінні метали як засобів накопичення. Як правило, тираж таких монет обмежується, а номінальна вартість інвестиційних монет значно нижча (умовна) від вартості дорогоцінного металу, який міститься в цих монетах.

Інвестиційні монети України – це особлива група сучасної монетної продукції, яка призначена для вкладання коштів інвесторами – фізичними та юридичними особами. Монети цієї групи виготовляються із золота або срібла, доведених до найвищих проб відповідно до світових стандартів: для золота – 999,9, для срібла – 999,9.

Не дивлячись на те, що в Україні відсутній солідний запас золотих «ресурсів», а також не має налагодженої роботи системи з видобутку золота, 2011 рік для України ознаменувався введенням в обіг інвестиційних монет. З цього моменту для українських інвесторів відкрився новий майданчик для інвестицій в дорогоцінні метали.

Оскільки інвестиційні монети – нововведення для України, їх кількісний склад невеликий. До українських інвестиційних монет відносяться золоті монети серії «Архістратиг Михаїл», які введені в обіг 28 грудня 2011 року. Карбуються у п'яти номіналах – 1, 2, 5, 10, 20 гривень [1].

Ціноутворення на інвестиційні монети регулюється «Положенням про порядок розрахунку і встановлення цін на банківські та дорогоцінні метали». При цьому закупівельні ціни на інвестиційні монети розраховуються виходячи з офіційних (облікових) курсів банківських металів, установлених Національним банком України на день складання розрахунку цін з урахуванням маси інвестиційної монети, збільшених на її номінал. Ціни продажу інвестиційних монет розраховуються, виходячи з офіційних (облікових) курсів банківських металів, установлених Національним банком України на день складання розрахунку цін з урахуванням маси інвестиційної монети, збільшених на розмір надбавки до вартості металу, що встановлені відповідною постановою Правління Національного банку.

Українські інвестиційні монети громадяни зможуть використовувати і як надійний засіб заощадження, укладаючи свої гроші в банківські метали, і як цінний подарунок. Наразі ціна інвестиційних монет максимально наближена до вартості дорогоцінного металу, з якого виготовлена монета.

Розглянемо закупівельні ціни та ціни продажу інвестиційних монет серії «Архістратиг Михаїл» на 01.09.2017 рік. (Таблиця 1).

Таблиця 1

Закупівельні ціни та ціни продажу інвестиційних монет серії «Архістратиг Михайл» на 01.09.2017 рік [2]

Дата	Найменування монети	Номинал, грн.	Метал	Маса дорогоцінного металу в чистоті, г	Закупівельна ціна, грн.	Ціна продажу, грн.
01.09.2017	Архістратиг Михайл	2	золото	3.11	3372.00	3809.00
01.09.2017	Архістратиг Михайл	20	золото	31.10	33724.00	36400.00
01.09.2017	Архістратиг Михайл	10	золото	15.55	16862.00	18369.00
01.09.2017	Архістратиг Михайл	1	срібло	31.10	447.00	579.00
01.09.2017	Архістратиг Михайл	5	золото	7.78	8431.00	9269.00

Загальні правила покупки інвестиційних монет прості: чим менший тираж, тим вище ринкова ціна виробу, і тим вірогідніше її зростання в майбутньому. Банкіри радять вкладати в інвестиційні монети тільки вільні гроші, про які можна «забути» хоча б на рік-два.

В Україні, за останні роки значно зріс попит на інвестиційні монети. Населення активно купує саме золоті монети, таким чином обсяги реалізації монет значно збільшилися. Цьому сприяє і зростання вартості золота на світовому ринку і нестабільна ситуація в економіці держав. Зокрема, відомо, що до золота, як до «вічної цінності» вдаються в кризові часи, коли вкладення в традиційні активи приносять лише розчарування і збитки.

Розглянемо динаміку зміни ціни монети серії «Архістратиг Михайл» (золото, номінал 20 грн.) впродовж 03.07.2016 - 01.09.2017 рр. (Рис. 1).

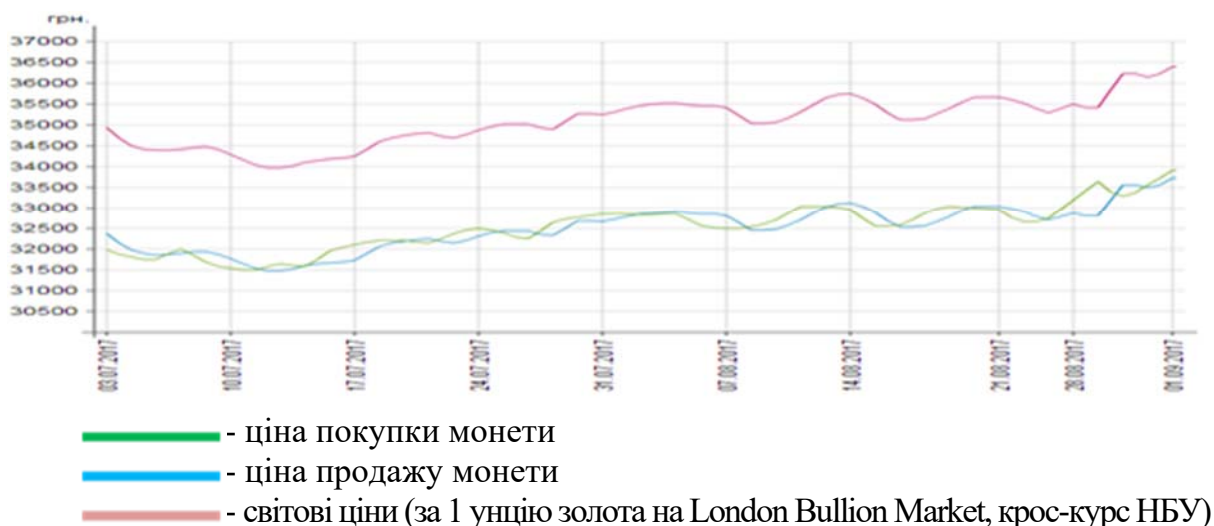


Рис. 1. Динаміка зміни ціни монети серії «Архістратиг Михайл» (золото, номінал 20 грн.) впродовж 03.07. 2016-01.09.2017 рр. [3].

Зауважимо, що попит на золоті монети і злитки в Україні підтримується особливостями фінансового середовища: відсутністю прийнятних альтернатив для довгострокових вкладень та традиційним бажанням населення тримати вклади у фізичному вигляді через низьку довіру до банківської системи.

Плюсом купівлі українських інвестиційних монет є: – висока дохідність за умови продовження висхідного тренду ринкових цін на золото; – можливість

зворотного продажу монети НБУ за ціною, що прив'язана до офіційного курсу банківських металів. На злитки і пам'ятні монети такі гарантії не розповсюджуються; – нижча ціна і маржа між купівлею і продажем в порівнянні з іноземними монетами; – висока якість монети (золото чи срібло 999,9-ї проби), можливість використовувати її як заставу.

Експерти сходяться на думці, що інвестиційні монети на українському ринку мають непогані перспективи. «З моменту введення ПДВ на іноземні монети і законодавчого запровадження терміну «інвестиційні монети» щодо інвестиційних монет України, є сенс у цій площині говорити саме про інвестиційні монети України. Виходячи з цього, перспективи таких монет значною мірою залежатимуть від дій регулятора. В цілому, виходячи з тієї схеми обігу монет, яка запущена НБУ сьогодні можна спрогнозувати, що вони користуватимуться попитом на ринку», – коментує Володимир Піщаний [4].

Отже, основна причина для попиту на монети – триваюче зростання цін на банківські метали.

На кінець 2016 року ціна на золото склала 1151,40 дол. за унцію [5]. Тенденція збільшення вартості золота, яка спостерігалася до 2013 року, змінила свій тренд і до 2015 року показувала уповільнення, яке почало стабілізуватися протягом 2016 року.

Відповідно, попит на інвестиційні монети буде тільки рости, на що і розраховує НБУ. Інвестиційні монети – це не просто додатковий фінансовий інструмент у вигляді банківського золота, але й гарна альтернатива збереженню коштів та надійний засіб їх заощадження. Проте, це не означає, що українські інвестиційні монети будуть користуватися незмінним попитом. Стверджувати про спалах масової зацікавленості громадян в інвестиційних монетах поки ще рано. Це продукт для тих, хто знає і вдумливо користується інструментами інвестування. Зараз інтерес до монет проявляють колекціонери і ті, хто бажає максимально диверсифікувати кошик заощаджень.

Резерв НБУ для подальшого стимулювання розвитку ринку інвестиційних монет лишається лише в сфері удосконалення процесів виготовлення, організації каналів продажу і зворотного викупу монет. Звісно, що зручність під час здійснення транзакцій і впевненість у ліквідності вкладень тільки сприятимуть нарощенню ємності ринку.

Проте фундаментальними факторами, які остаточно визначатимуть подальшу динаміку інвестиційного попиту на монети, залишаються очікувані світові ціни на дорогоцінні метали, значне збільшення обсягу реальних доходів домогосподарств та зміна довіри населення до банківського сектору.

Література

1. Національний банк України вводить в обіг інвестиційні монети "Архістратиг Михаїл" [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Національний банк України. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=95669&cat_id=55838/.
2. Інвестиційні монети. Закупівельні ціни та ціни продажу інвестиційних монет [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Національний банк України. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/control/uk/bullioncoin/registry/today>.
3. Инвестиционные монеты [Електронний ресурс] // Минфин. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://index.minfin.com.ua/bullion/coins/?20>.

4. Резніченко Є. Естетичні вкладення: кому будуть цікаві українські інвестиційні монети НБУ [Електронний ресурс] / Євгенія Резніченко // Prostobank.ua. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://www.bankchart.com.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/estetichni_vkladennya_komu_budut_tsikavi_ukrayinski_investitsiyi_moneti_nbu.

5. Gold Demand Trends [Електронний ресурс] // World Gold Council. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gold.org/research/gold-demand-trends>.

Гвоздецька І.В., канд. екон. наук, доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах трансформацій світової економіки особливої важливості набуває ефективне управління підприємствами, зокрема, управління маркетинговою діяльністю з максимально ефективним використанням наявного потенціалу та регулярним розширенням напрямів власної діяльності. Побудова соціально орієнтованої ринкової економіки як у світі загалом, так і в Україні, робить актуальною проблему розвитку маркетингової діяльності і посилення її соціально спрямованості. Споживачі змінюють свої уподобання і відношення до дійсності та до себе. Зростає гострота та інтенсивність конкурентної боротьби. Ринок змінюється завдяки стрімкому розвитку Інтернет-комунікацій. Це зумовлює необхідність забезпечення соціально відповідальної поведінки вітчизняних підприємств шляхом врахування сучасних тенденцій розвитку світового господарства.

Необхідною умовою змін є використання в господарській діяльності зваженого підходу до задоволення зростаючих потреб людства із врахуванням можливих наслідків даного процесу. Саме на таких засадах функціонує маркетинговий комплекс у розвинутих країнах світу. Це є актуальним для потреб української економіки. Дієвим інструментом досягнення необхідної рівноваги між потребами споживачів, потребами держави та людства є застосування концепції соціально-етичного маркетингу, основним завданням якої є узгодження ідеї отримання прибутків із задоволенням споживачів і підвищення загального добробуту суспільства.

Кожна країна, яка рухається на шляху до глобалізації, не може стояти осторонь від тенденцій, що намітилися в розвитку міжнародних відносин. Українські підприємства великою мірою залежать від змін зовнішнього середовища. Це зумовлено процесами світової інтеграції та глобалізації. Для посилення конкурентних позицій української продукції необхідно, щоби якісні та соціально-етичні параметри вітчизняної економіки відповідали функціонуванню та розвитку світового ринкового господарства. Стратегічною метою України є розбудова соціально-орієнтованої та конкурентоспроможної національної економіки, характерними ознаками якої є ринковий динамізм, структурна збалансованість і добробут нації.

Для залучення до глобального простору України, як незалежній державі, необхідно використати усі можливості глобальної реструктуризації. Доцільність реструктуризації української економіки зумовлена переходом до ефективно функціонуючої соціально-орієнтованої моделі її організації, що обумовлено наступними вимогами: необхідністю привести якісні та соціально-етичні параметри вітчизняної економіки у відповідність до світового ринкового господарства, необхідністю привести у відповідність виробничо-господарський потенціал підприємницького сектору з реаліями соціального середовища; необхідністю подолання наслідків соціально-економічної і фінансової кризи. Українська економіка потребує реструктуризації бізнесу на основі принципів соціально-етичного маркетингу. Саме зараз концепція соціально-етичного маркетингу досить популярна в управлінні підприємствами.

В Україні використання соціально-етичного маркетингу підприємствами вважається їх вільним вибором. Як зазначено вище, соціально-етичний маркетинг є елементом корпоративно-соціальної відповідальності (КСВ). Розвиток КСВ в Україні консолідувався навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке в 2006 році започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій. Разом з тим в Україні все ще відсутні фахові бізнес-асоціації з КСВ, створені та керовані виключно на прозорих та загальноприйнятних умовах, що було характерним етапом розвитку КСВ в інших європейських країнах. В Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії КСВ, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових добродійних проектів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR).

Майже всі великі підприємства проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності. Діалог на тему КСВ в Україні загалом ведеться на рівні окремих проектів та ініціатив, без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес.

В Україні ще не сформовані інститути всебічної оцінки діяльності компанії, які враховують соціальний, економічний та екологічний вплив діяльності компанії (як позитивний так і негативний) та пов'язують такий вплив із національною стратегією сталого розвитку. Найактивніше декларують та залучаються у проекти КСВ компанії з приватним капіталом: як українським, так й іноземним. Позитивним фактом для України є наявність серед підприємств, які практикують стратегічний підхід до КСВ.

Література

1. Цимбалюк К.А. Теоретичні засади управління підприємством з позиції соціально-етичного маркетингу / К.А. Цимбалюк / Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 23. – Частина 2. – 2017. – С. 118-122.
2. Хамініч С.Ю. Соціально-етичного маркетинг як складова бренд-орієнтованого управління підприємством / С.Ю. Хамініч, А.М. Ліхтер / Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Випуск 7. – 2015. – С. 402-404.

АКТУАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний світ, транснаціоналізація економіки, динамічні умови господарювання актуалізують потребу в створенні єдиного інформаційного простору, можливості використання інформаційних систем, проблеми ефективного функціонування підприємств та можливості розвитку. Усі ці, та інші потреби і актуальні завдання пов'язують із процесами формування і використання його ресурсного потенціалу та інформаційного забезпечення процесів його управління. Так, інформаційне забезпечення управління з допоміжного і другорядного фактору перетворилося у вирішальний фактор успішності будь-якого підприємства.

Актуалізуються потреби обґрунтування інструментарію формування та ефективності використання інформаційної складової ресурсного потенціалу підприємств, який би забезпечив вирішення завдань управління, спрямованого на підвищення прибутковості, соціальної та екологічної ефективності, отримання конкурентних переваг на ринку та перспектив розвитку.

Сьогодні ефективна діяльність підприємства неможлива без використання актуальної, достовірної та достатньої інформації для обґрунтування управлінських рішень. Інформація є найважливішим економічним ресурсом сучасного суспільства та окремих підприємств. Якісна інформація робить дії фахівців різних областей економіки цілеспрямованими та ефективними. Крім того, зростає роль сучасних інформаційних технологій, які забезпечують доступ до баз як безпосередньо інформаційних ресурсів, так і інших складових ресурсного потенціалу, накопичених як усередині будь-якої виробничої системи, так і в зовнішньому інформаційному просторі. Крім того, інформація та знання сучасних технологій сприяють результативнішому використанню наявних ресурсів і підвищенню продуктивності виробничої системи в цілому. Особливого значення набуває здатність формувати та ефективно використовувати інформаційну складову ресурсного потенціалу кожного підприємства.

Інформаційні ресурси та інформаційна складова потенціалу підприємства об'єктивно стають порівнянними за своєю значимістю із матеріальними, фінансовими, трудовими, енергетичними ресурсами [1]. Одночасно на практиці спостерігається відрив накопичення знань та інформації від завдань комплексного соціально-економічного розвитку промислових підприємств. Підприємства змушені самостійно шукати, перевіряти, оцінювати, систематизувати та знаходити шляхи одержання корисної інформації із зовнішнього інформаційного простору.

Питанням визначення місця інформаційної складової в загальній структурі потенціалу підприємства та особливостям управління присвячені праці ряду зарубіжних та вітчизняних вчених [2]. Проте, відсутність системності підходів до вирішення проблеми забезпечення ефективності формування і реалізації інформаційної складової потенціалу підприємства, сучасні потреби економіки України щодо оптимізації процесу управління інформаційним забезпеченням з

метою посилення його впливу на розвиток підприємств, викликають необхідність дослідження проблеми.

Результати проведеного дослідження щодо застосування інформаційних систем на підприємствах підтверджують висновок про те, що таким чином формуються потенційні можливості для розвитку управлінських систем, управлінської інтеграції, а також досягнення вищого ступеня інформаційної підсистеми, підсистеми розвитку і удосконалення та інформаційного і сукупного потенціалу загалом.

Для здійснення розвитку системи управління підприємством чи її окремих елементів необхідне організаційне забезпечення цього процесу. Воно полягає в створенні необхідних організаційних умов проходження всіх етапів розвитку. Забезпечення організаційних умов процесу розвитку системи управління машинобудівним підприємством на основі інтегрування автоматизованих інформаційних систем є найбільш результативними. Обґрунтовані організаційні умови процесу розвитку системи управління підприємством на основі автоматизованих інформаційних систем (АІС) дозволяють провести будь-які зміни системи управління чітко, цілеспрямовано й одержати задані результати.

Для кожного підприємства організаційно процес буде відрізнятися, враховувати специфічні особливості, однак, основні етапи управлінського розвитку мають бути здійснені. Безпосередньою реалізацією змін і розвитку на великому підприємстві займається група фахівців. Вона формує робочу групу запровадження проекту змін. Основу робочої групи становлять фахівці із управлінських ланок усіх рівнів ієрархії системи управління; відділу економіки, нормування і оплати праці; бухгалтерії та інші.

Важливим етапом є дослідження інформаційних потоків окремими підрозділами підприємства для запровадження організаційних процедур управління розвитком системи підприємства. Для забезпечення розвитку системи управління машинобудівним підприємством на основі АІС розроблені заходи щодо організаційного й інформаційного забезпечення розвитку, які згруповані за напрямками і охарактеризовані із урахуванням застосування інформаційних технологій в управлінні.

Інформаційне забезпечення розвитку системи управління ресурсним потенціалом підприємства має адаптуватись до конкретних умов роботи кожного підприємства із врахуванням особливостей, шляхом уточнень змісту окремих стадій та етапів на засадах проактивного підходу.

Література

1. Гончар М.В. Обґрунтування структуризації ресурсного потенціалу підприємства / М.В. Гончар / Науковий вісник Полісся. – Чернігів : ЧНТУ, 2016. – № 2 (6). – С. 79 – 84.
2. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия : [монография] / Е.В. Лапин. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 309 с.

ДІАГНОСТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ НА МІКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ

Успіх економічних реформ і досягнення цілей якісного людського розвитку тісно пов'язані зі спроможністю держави забезпечити створення якісних робочих місць, які передбачають гідні умови та оплату праці, можливості освітньо-професійного зростання, продуктивне використання знань, вмінь, творчих здібностей. Проте у сфері зайнятості України спостерігаються гострі протиріччя [2]. Пріоритети реформування економіки та забезпечення якісного людського розвитку вимагають посиленої уваги до проблем зайнятості з позицій забезпечення її якості.

Якщо забезпечення якісної зайнятості на макро-, мезорівні передбачає розвиток системи відносин з приводу використання трудового потенціалу економічно активного населення, то на рівні підприємств й організацій ці питання мають свою конкретну специфіку в межах певної системи менеджменту та соціально-трудова відносин.

З метою діагностики якісної зайнятості на мікрорівні нами було здійснено соціологічне дослідження упродовж 2016 р. на підприємствах Черкаської області. В соціологічному опитуванні взяли участь 720 найманих працівників, які представляли 8 підприємств області (різних форм власності та різного галузевого спрямування). Головним інструментом соціологічного опитування слугувала розроблена автором анкета «Чи можна вважати вашу зайнятість якісною?», що включала низку питань з варіантами відповідей щодо ставлення до праці, її умов, оплати, робочого місця, отримуваних матеріальних та нематеріальних заохочень, відносин з колегами, керівництвом тощо.

Стосовно якості власної зайнятості на підприємстві головний висновок зроблено переважною більшістю опитаних (90%) у вигляді такого твердження: «Мою зайнятість не можна вважати якісною».

В результаті аналізу анкет нами з'ясовано, що причини такої ситуації комплексні, проте здебільшого вони полягають у такому:

- незадоволенні отримуваним доходом («недостатній» та «мізерний» в умовах інфляції за висновком 2/3 опитаних), який не забезпечує якість життя, унеможливорює виживання навіть на фізичному рівні з урахуванням зростання цін, підвищення тарифів на комунальні послуги;
- відсутності стабільної зайнятості, що гарантує стабільний дохід без затримок (понад 70% опитаних);
- несприятливих умов праці (кожен третій опитаний вказав на нестачу опалення, значні фізичні навантаження, вплив шкідливих чинників в процесі праці тощо); відсутності надії на захист трудових прав з причин відсутності профспілки або її формального існування, ігнорування колективних угод, обіцянок роботодавцями (65% опитаних);
- слабкій соціальній захищеності (78% опитаних); надмірних вимогах роботодавців стосовно роботи поза межами робочого дня (30% опитаних).

Потребує уваги той факт, що в питаннях забезпечення більш якісної зайнятості більшість працівників (52%) покладаються на державу і регіональні органи влади, 23% – на взаємодію з країнами Євросоюзу і допомогу МВФ, 14 % опитаних - на залучення інвестицій в регіон і розвиток підприємництва і тільки 11% - на прояв власної активності у пошуках прийняттого робочого місця в Україні або за кордоном. Лише кожен десятий опитаний визнає, що пошук місця якісної зайнятості залежить від власної трудової активності та прояву мобільності. Більшість респондентів знаходяться у стані очікування, терпіння та сподівань на державу, регіональні органи влади, допомогу ЄС (рис. 1).

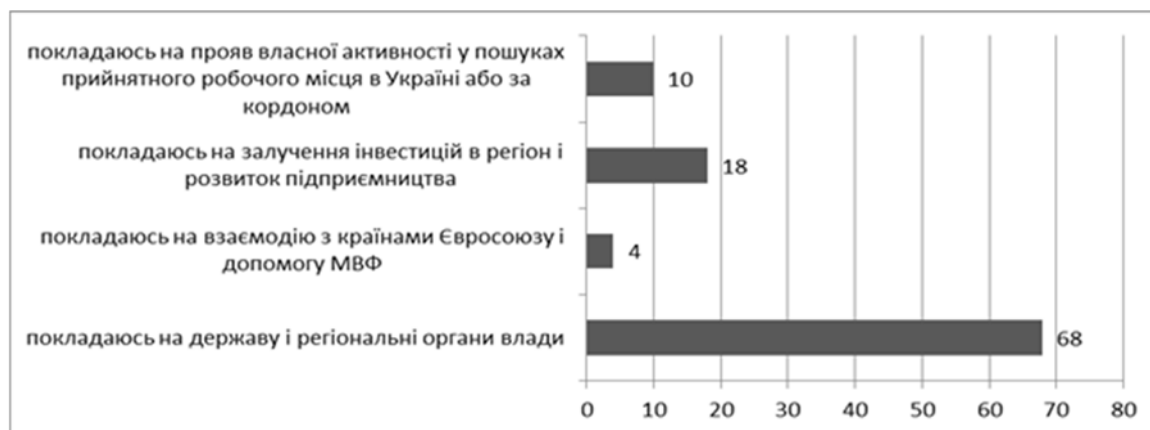


Рис. 1. Відповіді респондентів на питання «На кого Ви покладаетесь в питаннях забезпечення більш якісної зайнятості?» (%).

Джерело: результати соціологічного дослідження, проведеного автором.

Зауважимо, що окреслені результати соціологічного опитування корелюють з даними інших дослідників (зокрема йдеться про дослідження в Черкаському регіоні, дослідження М.В. Семикіної в Кіровоградському регіоні [2], а також моніторингові дослідження Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, Національного інституту стратегічних досліджень в інших регіонах країни). Негативні чинники (військовий конфлікт, вимушені переселенці, економічна криза, тонізація економіки, безробіття та ін.) гальмують процес поступового переходу до якісної зайнятості в регіоні, стримують розвиток соціальної взаємодії. Між тим за участю усіх соціальних партнерів необхідно забезпечувати поступовий злам негативних тенденцій у сфері зайнятості для стабілізації ситуації на регіональних ринках праці.

Література

1. Ринок праці у 2016 році, доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> с. 10-18.

2. Семикіна М.В. Ринок праці України: тенденції та особливості розвитку / М.В. Семикіна, А.С. Пасека // Вісник Хмельницького національного університету, м. Хмельницький: ХНУ, 2016 р. – С. № 6. – С. 41 – 48.

Гризівська Л.О., канд. екон. наук, ст. викладач
Гаджук М.О., студент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

Варто почати з того, що зростання впливу сфери послуг, а особливо туристичної сфери є однією з найбільш постійних, складних і водночас динамічних тенденцій, яка сприяє підвищенню як світової економіки, так і економіки окремих країн і регіонів.

Туристична галузь розвивається в соціально-економічному напрямку, при цьому держава виступає зацікавленою стороною і в подальшому посилює вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини. Про визнання вагомості туризму, його впливу на розвиток життя країни свідчать Укази Президента України від 02.03.2001 року «Про підтримку розвитку туризму в Україні» та від 14.12.2001 року «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму».

В Україні розвиток туризму, як складової економіки, забезпечує приплив іноземної валюти, сприяє господарському освоєнню менш розвинених районів країни, втягує в господарський комплекс невикористані іншими галузями природні ресурси, впливає на розвиток інфраструктури й сприяє зайнятості місцевого населення.

Можна виділити фактори, що впливають на розвиток туризму. Вони різноманітні й багатогранні водночас. Наявність сприятливих факторів призводить до лідерства окремих регіонів, а небажаних – до зниження попиту на туристичні продукти. При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати дію факторів впливу, що визначають його класифікацію.

Фактори впливу, які в туризмі мають специфічні прояви, умовно можна поділити на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні). Зовнішні фактори характеризуються демографічно – соціальними змінами і фінансово-економічними умовами. Серед численних зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної індустрії необхідно виділити 4 групи. Це: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні.

Політичні фактори характеризуються: політичною стабільністю; участю у міжнародних організаціях; станом торговельно-платіжного балансу та міжнародною ситуацією. Стабільна політична обстановка в країні є необхідною умовою функціонування туризму як міжнародної індустрії. Слід наголосити, що важливу роль відіграє тип міжнародних відносин, що склався з іншими державами; стан торговельного балансу даної країни та її партнерів та ситуація у світі або в окремому регіоні. Однією з проблем, що виникає є загострення міжнаціональних питань у регіоні, де розвиток індустрії туризму приносить стабільний прибуток і водночас це становить велику загрозу для «підриву» репутації країни.

Економічні фактори регулюють: економічну стабільність; фінансову ситуацію; доходи населення; зовнішньоекономічну діяльність держави та ступінь інтегрованості в світогосподарську систему. Поліпшення або погіршення ситуації пояснюється збільшенням або зниженням персонального доходу. Зростання прибутку дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля та саморозвиток.

Соціально-демографічні фактори регулюють: чисельність та вік населення; рівень складності та інтенсивності праці; зміну персонального доходу; гнучкість графіка робочого часу та туристичну активність. До соціально-демографічних факторів, що впливають на зростання туризму слід віднести: підвищення рівня якості освіти, культури, естетичних потреб населення. Чинником підвищення рівня естетичних потреб можна розглядати прагнення людей бути зацікавленим в побуті, історії, культурі певного регіону чи навіть в цілої країни.

Науково-технічні фактори: сприяють підвищення рівня наукових розробок; сучасного технологічного обслуговування; технологізації й комп'ютеризації туристичної індустрії. Ці фактори дозволяють виявити нові можливості. З їх допомогою вдосконалюється наука й техніка, відкривається доступ для виробництва нових видів послуг, матеріально-технічної бази та транспортної інфраструктури.

Внутрішні фактори – це фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібної торгівлі і т.д.

До внутрішніх факторів слід відносити: – процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму; – зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристських сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т.д.; – зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу і т.д.); – зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів; – зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.); – зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

На сьогоднішній день особливе місце серед внутрішніх факторів, що якимсь чином впливають на розвиток туризму в Україні, займає фактор сезонності. Обсяг туристичної діяльності може мати дуже серйозні коливання, але туристичні організації й установи вживають ряд заходів, спрямованих на зменшення сезонних спадів. Для прикладу можна навести: уведення сезонної диференціації цін, розвиток тих видів туризму, які не мають сезонної залежності (курортно-рекреаційний, діловий і т.п.) досвід диверсифікації туристської пропозиції від зарубіжних країн.

Отже, закономірність розвитку індустрії туризму в Україні залежить від рівня соціально-економічного розвитку: високий і стабільний розвиток економіки

здатен забезпечити стабільний розвиток індустрії туризму. Класифікація факторів впливу дозволить проводити цілеспрямоване управління діяльністю та формувати програму стійкого розвитку. Позитивна дія факторів забезпечує високі економічні результати, стабільний розвиток діяльності та успішне вирішення соціальних питань.

Україна має значні об'єктивні передумови входження до найбільш розвинутих туристських країн світу. Маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною і розвинутою туристською індустрією.

Але порівнюючи показники розвитку туризму в Україні із країнами, близькими по кліматичних і природних умовах, розмірам території й чисельності населення, можна зробити висновок, що наша країна займає незначне місце на міжнародному туристському ринку. Незважаючи на те, що в останні роки спостерігається неухильний ріст як доходів від туризму, так і кількості туристів, що відвідали Україну, у порівнянні з розвиненими країнами ці показники в абсолютному виразі майже найнижчі оточуючого середовища.

Гук Р.В., аспірант
(науковий керівник - докт. екон. наук.,
професор Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ТРУДОВА АКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ПРОЯВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Криза, що розгортається в Україні на тлі загострення політичних та соціально-економічних проблем, військового конфлікту на сході країни, веде до зниження платоспроможного попиту населення на товари та послуги, що змушує вітчизняних підприємців не лише оптимізувати свої витрати, скорочувати персонал, а й одночасно замислюватися над пошуком можливих засобів підвищення трудової активності працівників підприємства для утримання конкурентних позицій на ринку. На практиці вибір прийнятних та ефективних засобів активізації трудової поведінки дуже часто ускладнюється по причині поширеної необізнаності в питаннях трудової активності персоналу, передумов та мотиваційних механізмів її формування [1-4].

Дослідження А. Колота, О. Грیشової, О. Левченка, І. Петрової, М. Семикіної, В. Стадник, С. Пасеки, Л. Шаульської та інших вчених зосереджують увагу на важливості формування якісних характеристик трудового потенціалу персоналу, серед яких трудова активність займає провідне місце.

Розвиваючи наукову думку, пропонуємо розуміти поняття *«трудова активність персоналу»*, виходячи з двоїстої природи цього явища:

по-перше, як важливу якісну характеристику трудового потенціалу працівників підприємства, яка відображає готовність і спроможність персоналу

виконувати поставлені трудові (виробничі) завдання якісно та у повному обсязі, прикладаючи максимальні зусилля заради досягнення спільних поточних і стратегічних цілей розвитку підприємства;

по-друге, як енерговитратну, інтенсивну, цілеспрямовану діяльність у сфері професійної діяльності, що виявляється у досягненні підвищених (порівняно зі встановленими нормами) трудових результатах, розробленні ініціатив, корисних для підприємства.

Виходячи з такого підходу, трудова активність може визначатися за якісними та кількісними критеріями, на основі і суб'єктивних, і об'єктивних оцінок. Це пояснюємо двоїстою природою цього явища, особливістю і характером ставлення працівників до праці, соціально-трудова відносин, своєї професійної самореалізації, внаслідок чого має місце різна зацікавленість у результативній праці, різний ступінь прояву та реалізації трудової активності.

Поділяємо думки вчених щодо необхідності розрізняти трудову активність особистості, колективу, суспільства в цілому, отже, враховувати її прояв на різних економічних рівнях.

Трудова активність знаходить свій прояв у зростанні продуктивності праці, ретельному та своєчасному виконанні дорученої справи, виконанні за власною ініціативою додаткових функцій, які можуть не входити у звичне коло прямих трудових обов'язків працівників, розробленні ініціатив та пропозицій щодо підвищення якості продукції, поліпшення організації праці, технологій виробництва тощо.

Узагальнюючи різні наукові підходи, вважаємо, що трудова активність відображає успішну трудову діяльність, що характеризується нарощуванням кількісних та якісних результатів індивідуальної і колективної праці, сприяє збільшенню обсягу виробництва продукції, товарів, послуг належної якості.

Для дієвого мотивування працівників доцільно вивчати багатофакторний процес формування трудової активності, її структурну побудову, різноманіття її проявів, виокремлювати різні моделі трудової активності, що утворюються в результаті складного та суперечливого взаємовпливу внутрішньої і зовнішньої мотивації поведінки людини у сфері праці.

Огляд літератури дозволяє зосереджувати увагу на взаємозв'язку понять трудової активності, ставлення до праці і якості трудового потенціалу. Науковці вважають за доцільне розрізняти види потенційної і реальної трудової активності. «Реальну трудову активність» здебільшого розуміють як реалізовані в процесі трудової діяльності інтерес та здатність до праці, що виявляється через певний виробничий результат належної якості. Поняття «потенційна трудова активність» за змістом наближається до характеристики нереалізованого трудового потенціалу. Потенційна трудова активність – це лише зацікавленість у праці та здатність за певних умов досягти певного кінцевого результату.

Мотиваційний менеджмент на підприємстві має бути спрямований на забезпечення високого рівня трудової активності, перетворення її потенційної форми у реальну за допомогою адекватних важелів та інструментів впливу. Водночас надзвичайно ускладнюються ці завдання в умовах обмежених фінансових коштів підприємства і слабого колективно-договірного регулювання праці. Недоліки та прорахунки у мотиваційній системі провокують прояви імітації трудової активності, що знижує ефективність діяльності загалом незалежно від

професійної сфери. Проблематика трудової активності персоналу вимагає подальших поглиблених досліджень для розробки наукових рекомендацій прикладного характеру.

Література

1. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навчальний посібник/ А.М. Колот. – Київ: КНЕУ, 1998. – 224 с.
2. Економіка праці та соціально-трудова відносини / А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін. За наук. ред. д-ра наук, проф. А.М. Колота. – К. КНЕУ, 2009. – 711 с.
3. Інноваційна праця : діагностика проблем, важелі активізації : монографія / М.В. Семикіна, С.Р. Пасека та ін. / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. М.В. Семикіної. – Черкаси : ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. – 320 с.
4. Петрова І.Л. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди: монографія / І.Л. Петрова, Т.І. Шпильова, Н.П. Сисоліна; за наук. Ред. І.Л. Петрової. – К.: Дорадо, 2010. – 320 с.

Даниленко О.А., канд. екон. наук, доцент
ДВНЗ «Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана»
м. Київ

ЕКСПРЕС - ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В умовах конкурентного середовища кожна організація зацікавлена в оперативній оцінці своєї діяльності та максимальній ефективності використовуваних ресурсів, серед яких персонал є головною цінністю. Одним із фундаментальних способів одержання зворотного зв'язку є експрес-діагностика системи управління персоналом з метою своєчасного ухвалення управлінських рішень на потребу дня. Проте, експрес-діагностика системи управління персоналом визнається експертами-практиками найбільш слабким елементом, що обмежує ефективність усієї системи управління.

Метою даного дослідження є визначення змісту експрес – діагностики системи управління персоналом й на її основі – пріоритетів розвитку організації в умовах конкурентного середовища.

Як показує практика, потреба в експрес-діагностиці системи управління персоналом може бути викликана різними причинами. Вагомою підставою може бути виявлення можливих проблем і вузьких місць в системі управління, й системі управління персоналом, зокрема, з подальшим поглибленим вивченням причин проблем та розробленням програми дій по їх усуненню.

Саме тому, на нашу думку, експрес-діагностику системи управління персоналом слід починати з соціологічного дослідження – попереднього анкетування / опитування персоналу, яке є ефективним методом експрес-діагностики. У ньому закладені значні можливості для організації, хоча є й слабкі сторони, так як методика спирається виключно на думках працівників / експертів організації й демонструє розуміння проблем лише їхніми очима. Так як існують певні правила проведення подібних опитувань, то їх необхідно дотримуватись, серед них: повна анонімність відповідей опитаних, простота і зрозумілість питань,

професіоналізм виконання опитування фахівцями цієї справи, коли у персоналу зростає ступінь впевненості в анонімності процедури.

На діагностичному етапі для конкретизації причин певних негативних симптомів в системі управління персоналом та діяльності організації у цілому достатньо здійснити серед опитуваних анкетування/інтерв'ювання, яке не займає багато часу і не вимагає особливих зусиль.

На стратегічному рівні управління організації найкраще, щоб представники керівництва (наприклад, заступник директора з економіки, директор з персоналу), провідні менеджери різних підрозділів заповнили опитувальник, який складається із можливих варіантів симптомів/тверджень. Наприклад, запитаннями/твердженнями, які можуть допомогти описати негативні симптоми в системі управління персоналом організації, можуть бути:

- підприємство не має сформульованої політики управління персоналом,
- не проводять періодично формальний або неформальний аудит персоналу,
- системи відбору, просування, навчання, атестації і стимулювання не відповідають стратегії організації,
- персонал не достатньо мотивований,
- менеджери не знають і не уміють користуватися фінансовими інструментами,
- не оцінюють співвідношення витрат і вигод кожної з дій у системі управління персоналом,
- менеджери не володіють основами маркетингу, економіки, управління персоналом, професійними знаннями,
- затримки з виплатою зарплати,
- плінність кадрів ключового персоналу,
- крадіжки,
- одні категорії персоналу переобтяжені, інші – не завантажені,
- погана система контролю (обліку) персоналу,
- погано розподілені обов'язки – відповідальність,
- погана інформація для ухвалення рішень,
- погана виконавська дисципліна.

По кожному твердженню/запитанню опитувані експерти мають відмітити балами (від 0 до 5 балів) важливість і «хворобливість» прояву певного симптому для організації:

- 0 балів – симптом зовсім не проявляється стосовно організації;
- 1 бал – незначний прояв симптому, незначний вплив на організацію;
- 2 бали – прояв нижче середнього, вплив помітний;
- 3 бали – середній прояв симптому, середній вплив на організацію;
- 4 бали – прояв симптому з великою силою, істотний вплив на організацію;
- 5 балів – симптом проявляється з максимальною силою, з таким проявом «далі жити не можливо».

Чим більша цифра у відповіді – тим більш важливою й «хворобливою» є проблема для організації.

Експрес-діагностика системи управління персоналом організації не виключає, а скоріше доповнює методи традиційного аналізу, дозволяє проранжувати виявлені проблеми, виявити найбільш неефективні області, які вимагають першочергового впливу зі сторони топ-менеджерів та керівництва.

Результати експрес-діагностики системи управління персоналом організації дозволяють: здійснити попередній огляд стратегії та політики управління персоналом; оцінити поточну бізнес-ситуацію організації на основі аналізу критичних внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на неї, для чого може використовуватися механізм SWOT – аналізу; коригувати політику управління персоналом; підбирати, навчати і розвивати персонал; оцінювати персонал; ефективно мотивувати персонал й розробити мотиваційну програму; розвивати та підтримувати елементи корпоративної культури. Таким чином керівництво може отримати швидко й якісно «моментальний знімок» системи управління персоналом організації, не вдаючись до великих фінансових витрат. Основна перевага даного методу – простота та відсутність тривалих процедур.

Денисенко К.С., аспірант
(науковий керівник - докт. екон. наук.,
професор Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЗАОХОЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Пошук можливостей забезпечення продуктивної праці людини залишається надзвичайно важливим для суб'єктів господарювання і країни загалом, оскільки це впливає на перспективи нарощування обсягів виробництва товарів та послуг, економію часу і витрат, збільшення доходу [1].

Теоретичний аналіз дозволяє стверджувати, що перелік засобів та можливостей впливу на трудову поведінку сучасного працівника є надзвичайно широким. Це підтверджують публікації А. Колота, С. Цимбалюк, М. Семикіної, Г. Кулікова, Т. Костишиної та інших українських дослідників. Йдеться про різноманітні методи та технології мотиваційного менеджменту, які активно використовують сучасні підприємства та корпорації на початку ХХІ століття. Їх застосування є надзвичайно затребуваним в умовах руху держав до інноваційної економіки.

Водночас в Україні, як засвідчує практика, заохочення персоналу до продуктивної праці на підприємствах поки характеризується обмеженим переліком засобів мотиваційного впливу на трудову поведінку персоналу. Це пояснюємо багатьма причинами: по-перше, необізнаністю багатьох менеджерів в питаннях заохочення до праці; по-друге, нестачею коштів; по-третє, застарілістю правового регулювання цих питань; по-четверте, тінізацією трудових відносин; по-п'яте, поширеністю зрівнялівки в оцінці праці. Кожен роботодавець мріє мати персонал, який прагне працювати на 100% продуктивно і творчо. При цьому, за даними сайту hh.ua, для більшості працівників в Україні головним стимулом для того, щоб працювати краще, залишається перспектива збільшення доходу [2].

В літературі заохочення персоналу до продуктивної розглядається по-різному. Базуючись на розвитку ідей мотиваційного менеджменту, вважаємо

розуміти сутність «заохочення персоналу до продуктивної праці» у широкому сенсі, а саме, – як багатofакторний вплив на працівника та його трудову поведінку на різних економічних рівнях в інтересах зростання продуктивності праці (цей вплив не обмежується рівнем підприємства, адже правове поле, соціально-економічна ситуація в регіоні, країні не може не впливати на ставлення до праці). На підприємстві такий вплив на працівника має передбачати залучення комплексу економічних, соціальних, моральних, психологічних, адміністративних методів та інструментів, отже, не повинен обмежуватися величиною оплати праці або премій (не зменшуючи їх значення). Слід відзначити, що українське законодавство у цьому сенсі надає суб'єктам господарювання та бюджетним організаціям повну свободу у виборі засобів стимулювання працівників та процедури їх застосування. Водночас аналіз літератури дозволяє стверджувати, що в Україні заохочення до продуктивної праці хоч і може здійснюватися і регулюватися саме в такому розумінні, проте правові механізми дещо застаріли і не розглядають змін, що відбулися у змісті і характері праці.

Заохочення до праці можуть бути матеріальними і нематеріальними. Правове регулювання питань матеріального заохочення до продуктивної праці передбачають Закони України «Про оплату праці» (від 24.03.1995 р.), «Про колективні договори і угоди» (від 01.07.1993 р.) та ін. Відповідно до другої статті Закону України «Про оплату праці» від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР із подальшими змінами й доповненнями, структура заробітної плати включає:

- основну заробітну плату (винагороду за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців);

- додаткову заробітну плату (винагороду за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці). Вона включає доплати, надбавки, гарантійні і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством;

- премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій;

- інші заохочувальні та компенсаційні виплати (до них належать виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові і матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства або які провадяться понад встановлені зазначеними актами норми).

Варто звернути увагу на таке протиріччя: оскільки премія є елементом заробітної плати (додатковою її частиною), то позбавляти працівника-порушника дисципліни цієї частини заробітної плати не можна навіть в якості дисциплінарного стягнення, потрібні інші регулятори трудової поведінки. Підстави та період зменшення розміру чи позбавлення премії окремих працівників мають бути передбачені Положенням про преміювання, що містить конкретні показники на умови преміювання.

Зауважимо, що на багатьох підприємствах дотепер користуються Типовими правилами внутрішнього трудового розпорядку для робітників та службовців підприємств, установ, організацій, затвердженими ще за часів СРСР (постановою Держкомпраці СРСР від 20 липня 1984 року № 213). Такими правилами передбачені заохочення за зразкове виконання трудових обов'язків, підвищення продуктивності праці, покращення якості продукції, тривалу та бездоганну

працю, новаторство в роботі та інші досягнення у вигляді оголошення подяки, виплати премій, нагородження цінним подарунком, нагородження почесною грамотою, занесення до Книги пошани, на Дошку пошани. При цьому закон тлумачить заохочення не лише як засіб стимулювання працівників, а як основний фактор, що сприяє забезпеченню трудової дисципліни. Такий підхід дещо не узгоджується із потребами заохочення самостійності, прояву творчості у праці (на прикладі підрозділів підприємств, що займаються впровадженням інновацій). І тому в межах закону працівники державних підприємств отримують частіше до ювілеїв грамоти і премії за «сумлінну, багаторічну працю», що частіше за все сприймається як однакове правило для нагородження кожного по черзі, а не для виокремлення кращих з кращих за підсумками праці. Зауважимо, що в питаннях заохочення до продуктивної праці небезпечно ставати на позиції зрівнялівки в оцінках[3]. Ефект приносить, як правило, індивідуалізована оцінка праці, надання стимулів у вигляді поєднання моральних, економічних, соціальних заходів.

Згідно статті 143 Кодексу законів про працю України до працівників можуть застосовуватись будь-які заохочення, що передбачені правилами внутрішнього трудового розпорядку, затвердженими на зборах трудових колективів. Якщо підприємство не має належним чином затверджених правил внутрішнього трудового розпорядку, або у них відсутній перелік видів заохочень та порядок їх застосування, то власник підприємства (роботодавець) має право застосовувати різні види заохочень (їх може передбачити, наприклад колективний договір між адміністрацією і профспілкою). Отже, поряд з нормативним регулюванням заохочень до продуктивної праці може активно застосовуватися також і договірне регулювання. Зокрема, воно характерне для контрактної форми трудового договору. Укладаючи контракт, сторони передбачають додаткові заходи заохочення, крім тих, які визначені законодавством, у разі успішного виконання працівником взятих на себе зобов'язань. Це можуть бути і разові винагороди, і премії, і відшкодування вартості навчання, відпочинку під час відпустки та ін. При цьому значно ширші можливості щодо вибору засобів заохочення до праці сьогодні мають приватні підприємства (це стосується не стільки колективних договорів, скільки індивідуальних контрактів).

Вивчення практичного досвіду доводить, що в організації заохочень до продуктивної праці слугує слабкою ланкою недосконалість наявного на підприємстві власного правового механізму таких заохочень, обмежене відображення його дії у нормативних актах. Це дозволяє роботодавцям не прислухатися до профспілок, ігнорувати їх пропозиції, досить довільно вирішувати питання про доцільність застосування заохочення до конкретного працівника. Варто визнати, що чітка регламентація правових засад заохочення вигідна, у першу чергу, найманим працівникам і найменш вигідна керівнику, власнику підприємства, оскільки обмежує його свободу вибору у застосуванні тих чи інших форм заохочень.

Література

1. Семикіна М.В. Підвищення продуктивності праці в контексті стратегічних завдань розвитку національної економіки // Економіка и управление. Научно-практический журнал: Национальная академия природоохранного и курортного строительства. Симферополь: 2010.– № 3.– С. 9 – 12.

2. Что вдохновляет украинцев на рабочие подвиги. Мотивация персонала. Исследование международного портала hh.ua [электронный ресурс]. - Код доступа: <https://hh.ua/article/18318>

3. Цимбалюк С.О. Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: монографія – К. : КНЕУ.– 359 с.

Дудко С.В., аспірант
(науковий керівник – докт. екон. наук,
професор Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЧЕРЕЗ АДАПТАЦІЮ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ДО ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКІВ ПРАЦІ

Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств нерозривно пов'язано з формуванням конкурентоспроможного персоналу, здатного вирішувати поставлені завдання на рівні вимог європейських ринків.

Аналіз наукових джерел доводить, що формування конкурентоспроможного персоналу залишається найскладнішим питанням для українських підприємств, оскільки професійна освіта та професійне навчання в Україні поки не є адаптованими до підвищених вимог ЄС [1], що зменшує потенційні можливості набуття конкурентних переваг для вітчизняних виробників.

Метою нашого дослідження є визначення резервів підвищення конкурентоспроможності персоналу через адаптацію професійного навчання до вимог європейських ринків праці.

З огляду на аналіз матеріалів порівняльних досліджень Європейського центру розвитку професійної освіти та навчання [2], загальна характеристика новітніх інтеграційних процесів у сфері професійного навчання має базуватися на урахуванні стратегічних цілей формування в Європі знаннєвої економіки («knowledge-based economy»), орієнтованих на економічне зростання та соціальну злагоду. Останнє має досягатися послідовним втіленням положень «десятирічних» стратегій – «Лісабонської» (2000-2010 рр.) [3] та «Європа-2020» (2011-2020 рр.) [4]. Ці документи зорієнтовано переважно на: а) розумне зростання з орієнтиром на знання та інновації; б) стале зростання зі сприянням ефективному використанню ресурсів, розвитку екологічної та більш конкурентоспроможної економіки; в) всеохоплююче зростання, стимулювання високого рівня зайнятості, сприяння соціальній згуртованості.

Поділяючи думку експертів [2], вважаємо, що особливої уваги в Україні заслуговують передусім такі ініціативи ЄС: а) підвищення ефективності систем освіти та сприяння вступу молоді на ринок праці (ініціатива «Молодь у русі»); б) модернізація ринків праці та розширення можливостей людей завдяки розвитку їхніх навичок впродовж життя з метою збільшення їхньої участі у трудовому житті й досягнення кращої координації між попитом і пропозицією на трудові ресурси, у тому числі, на основі мобільності (ініціатива «Програма для нових умінь та робочих місць»).

Зауважимо, що Європейська Комісія націлює країни-члени на розвиток сучасних систем освіти та професійного навчання задля формування передусім ключових компетентностей і досягнення досконалості.

Передумовою конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках праці країн ЄС визнано людський капітал, серед моделей розвитку якого науковці виокремлюють: 1) модель з переважним навчанням у навчальному закладі, яке поєднується з обов'язковим навчанням на підприємстві; 2) дуальну модель, що передбачає учнівство на підприємстві; 3) комплексну модель системи професійної освіти, цілі і потреби якої визначаються за активною участю підприємств на засадах партнерства.

Формування професійних компетенцій на підприємствах передбачає: запобігання ранньому залишенню школи молоддю, відмови від навчання; розвиток умінь, що відповідають вимогам осучасненого ринку праці; підтримку першого робочого досвіду і навчання на робочому місці; доступ до ринку праці.

В Європі показник охоплення виробничого персоналу навчанням варіюється від 56% для організацій, де поєднуються різні форми навчання і штат складає 10-49 працівників, до 99% для організацій, де практикуються будь-які форми навчання, а штат налічує 500 працівників і більше [2, с. 46]. Серед провайдерів навчальних курсів виступають 61% приватних навчальних компаній, 48% коледжів, університетів, 31% громадських організацій, 19% асоціацій роботодавців, 2% професійних спілок [2, с. 48].

Отже, в Україні давно настав час усвідомити багатьом роботодавцям, що готових до вимог ЄС конкурентоспроможних кадрів не буде, доки не буде тісної взаємодії з навчальними закладами та паралельного інвестування у професійну освіту, розвиток навчальних закладів, організацію якісної практики учнів та студентів, безперервного навчання на робочих місцях. На часі створення дієвих механізмів мотивації соціальних партнерів до підвищення якості професійного навчання відповідно до зростаючих вимог європейських ринків праці.

Література

1. Семикіна М.В., Орлова А.А. Оцінка пріоритетів у мотивації професійного розвитку // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №1 (208). – Хмельницький. – С. 85–92.
2. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах ЄС: посібник / Л.П. Пуховська, А.О. Ворначев, С.О.Леу; за наук. ред. Л.П. Пуховської. – Київ: ПІТО НАП НУ. 2015. – 176 с.
3. Lisbon European Council 23 And 24 March 2000. Presidenc y Conclusions [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms__data/docs/pressdata/en/ec/00100-r1.enO.htm>
4. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Communication from the Commission. – Brussels, 3.3.2010. p.
5. European Centre for the Development of Vocational Training. Towards a history of vocational education and training (VET) in Europe in a comparative perspective. Proceedings of the first international conference October 2002, Florence Volume I. – 2004. – 169 p.

Журило І.В., канд. екон. наук, доцент
Мірошніченко А.В., магістрант
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВИРОБНИЦТВО АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ПАЛИВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

На ринку енергоносіїв України нині склалася майже критична ситуація. Видобуток власного природного газу, який залишається основним видом палива, не забезпечує потреб його використання навіть на 10-15%, у результаті чого посилюється енергозалежність від зовнішніх постачальників природного газу. Використання інших видів палива має ряд недоліків: витратне транспортування, проблеми зі складуванням і зберіганням, утворення відходів при спалюванні, шкідливі викиди в атмосферу, значні капітальні вкладення в обладнання. Крім того, викликає занепокоєння обмеженість природничих запасів палива, які рано чи пізно буде вичерпано.

Сучасною наукою та практикою відпрацьовано технології одержання альтернативних видів палива із продукції сільськогосподарського виробництва. На думку авторів [3] в Україні проведено досить широку інформаційно-роз'яснювальну роботу з проблем використання біоенергетики.

За розрахунками спеціалістів, використання 1 т соломи для одержання тепла в опалюваних системах дозволяє замінити 0,457 м³ природного газу, забезпечує 1987 грн. прибутку і майже 250-відсотковий рівень рентабельності.

Ринок споживання пелет зростає з кожним днем. Вони використовуються не лише для опалювання приміщень, а також для заправки автомобілів та у якості палива для електростанцій. Європейський Союз планує вже в 2015 році збільшити обсяги використання твердого біопалива до 50%. Таким чином, у малого і сімейного бізнесу вже зараз з'являється можливість почати виробляти паливо нового покоління при порівняно невеликих інвестиціях і досить високій його ціні на світовому ринку біопалива – 150 дол./т [1].

Тому з впевненістю можна стверджувати, що бізнес з виробництва альтернативних джерел енергії є вигідним і перспективним. Однієї з таких перспективних бізнес-ідей вважається виробництво біопалива у вигляді гранул-пелет, яке вже понад 20 років з успіхом використовується в США, Канаді, Японії та у багатьох країнах Європи.

На жаль, пропаганда та ейфорія з приводу широких можливостей України з виробництва біопалива значно перевершує практику й не підкріплюється реальними технічними проектами [1]. Практично в усіх вітчизняних наукових публікаціях описуються великі можливості біоенергетики та майже відсутні глибокі технічні, технологічні, особливо економічні обґрунтування. Тому не дивно, що окремі господарники без достатніх попередніх економічних розрахунків будують великі заводи з переробки біомаси, які невдовзі стають збитковими.

Пелети – це гранули, які отримують шляхом пресування природної сировини (відходів з вирубок лісу та деревообробних виробництв, зерновідходів, соломи, лушпиння соняшнику, костри, торфу, очерету та ін.).

Доведено, що сільськогосподарському підприємству виробництво пелет слід запускати лише за наявності сировинної бази. Крім того, автори [1] вказують на залежність між продуктивністю заводу з виробництва пелет та необхідною площею земельних угідь для одержання сировини для їх виготовлення. За їх рекомендаціями, для повного завантаження цеху потужністю 500 кг/год., господарство повинно мати 3600 га посівних площ під зерновими.

Враховуючи площу, засіяну зерновими культурами у досліджуваного нами фермерського господарства і можливість придбання сировини у сусідніх господарствах, продуктивність організованого ним цеху з виробництва пелет із соломи може складати 500 кг/год. Його можна розташувати у вільних приміщеннях, які раніше займали зерносховища після проведення ремонтних робіт та реконструкції цих приміщень з порівняно невеликими капітальними витратами.

Вироблені гранули будуть реалізовуватися населенню села, де розташоване господарство, прилеглих сіл, сусіднім господарствам, використовуватися для опалення власних приміщень. Реалізуючи, таким чином, державну програму енергозбереження і заміни природного газу альтернативним паливом, господарство знизить власні витрати в опалюваний сезон і буде звільнене від сплати податків при отриманні прибутку від реалізації пелет. Частина паливних гранул використовуватиметься також у технологічному процесі виробництва пелет, як паливо для сушильної машини.

Експлуатаційні витрати на основне обладнання зведено до табл. 1, складеної на основі досвіду експлуатації цехів з аналогічною комплектацією.

Таблиця 1

Експлуатаційні витрати на основне обладнання

№ з/п	Найменування витратних матеріалів та комплектуючих	Середній ресурс (до відмови)	Ціна, євро	Витрати, євро/т
1.	Матриця прес-гранулятора	8000 т гранул	4000	0,50
2.	Ролики прес-гранулятора у зборі	4000 т гранул	4400	0,54
3.	Зношені деталі дробарки			0,20
4.	Деталі транспортеру, ланцюги, підшипники та ін.			1,50
5.	Масильні матеріали			0,30
	Всього			3,04
	Витрати у грн. (за курсом 1 євро=30,0 грн.)			94,24

За нашими розрахунками повна собівартість 1т пелет (у цінах 2017 р.) склала 2100,0 грн. Річний економічний ефект від впровадження на підприємстві цеху з виробництва паливних гранул, розрахований за формулою (1), склав 1215,4 тис. грн. (при терміні окупності додаткових капітальних витрат 9 міс.):

$$E_p = E_{зам} + (C_p - C_n) \cdot \dot{W}_p - E_n \cdot \dot{W}_g, \quad (1)$$

де $E_{зам}$ – економія за рахунок заміщення енергоносіїв (природного газу пелетами) при опалюванні господарством власних приміщень, грн.:

$$E_{\text{зам}} = V_{\text{сн.з}} \Psi_z - M_{\text{сн.п}} \Psi_n, \quad (2)$$

$V_{\text{сн.з}}$ – середній обсяг споживання газу господарством за опалювальний сезон (за даними минулого року $V_{\text{сн.з}}=165$ тис. м³/рік);

T_z – тариф за споживання газу (11500 грн./тис. м³);

$M_{\text{сн.п}}$ – річний обсяг споживання пелет, т/рік. Для заміщення обсягу споживаного господарством за опалюваний сезон газу потрібно 348 т пелет;

C_n – повна собівартість 1 т пелет, грн./т;

C_p – ринкова ціна 1 т пелет (2400 грн./т);

N_p – обсяг реалізації гранул на рік. Визначається як різниця річної продуктивності цеху і маси гранул, спожитих для власних потреб, т/рік:

E_n – нормативний коефіцієнт економічної ефективності капіталовкладень;

K_v – капітальні вкладення, які враховують балансову вартість обладнання для виробництва пелет і витрати на ремонт і реконструкцію будівлі, грн.

Доцільність започаткування у досліджуваному господарстві виробництва паливних гранул підтвердило також позитивне значення показника чистої теперішньої вартості, розраховане нами за формулою та зведене до табл. 2:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - Z_t}{(1+i)^t}, \quad (3)$$

де B_t і Z_t – відповідно повні вигоди (надходження від проекту, що включають прибуток від реалізації продукції та амортизаційні відрахування на реновацію обладнання цеху для виробництва пелет) та витрати за рік t ;

t – відповідний рік проекту (1, 2, 3, ... n);

n – строк служби проекту, років;

i – ставка дисконту (для розрахунку було узято облікову ставку НБУ 13%);

$1/(1+i)^t$ – фактор теперішньої вартості або коефіцієнт дисконтування [2].

Таблиця 2

Розрахунок показника NPV проекту

Роки проекту	Інвестиції Z_t , тис. грн.	Надходження від проекту B_t , тис. грн.	Фактор теперішньої вартості	Приведені інвестиції, тис. грн.	Приведені надходження, тис. грн.	NPV, тис. грн.
0	150,0	-	1,0	-150,0	-	-150,0
1	729,38	268,54	0,885	-645,50	237,658	-407,842
2	-	268,54	0,783	-	210,267	210,267
3	-	268,54	0,693	-	186,098	186,098
4	-	268,54	0,613	-	164,615	164,615
5	-	268,54	0,543	-	145,817	145,817
6	-	268,54	0,480	-	128,899	128,899
7	-	268,54	0,425	-	114,130	114,130
8	-	268,54	0,376	-	100,971	100,971
9	-	268,54	0,333	-	89,424	89,424
10	-	268,54	0,295	-	79,219	79,219
Всього			-	795,50	1457,1	661,6

Розрахунки виконано за умови, що абсолютні значення ціни, собівартості 1 т пелет, обсягу та, відповідно, прибутковості їх реалізації залишаються незмінними протягом життєвого циклу проекту. У якості останнього узято нормативний строк служби технологічної лінії з виробництва пелет.

Література

1. Бондар В.С., Фурса А.В. Економічне обґрунтування технологій вирощування і переробки рослинної біосировини на тверді види палива // Економіка АПК – 2015. – №3. – С. 22-27.
2. Верба В.А., Загородніх О.А. Проектний аналіз: Підручник. К.: КНЕУ, 2000. 322 с.
3. Шубравська О.В. Розвиток сільськогосподарського виробництва в Україні: чинники зростання // Економіка АПК – 2015. – №5. – С. 5-11.

Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
Куприянчик А.В., магістрант
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, КОРИСТУВАЧІ ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ

За умов становлення інноваційної моделі розвитку економіки, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу показників фінансового стану підприємства та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності. Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства, оскільки жодний власник не повинен нехтувати потенційними можливостями збільшення прибутку, які можна виявити тільки на підставі своєчасного й об'єктивного аналізу фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства забезпечити належний рівень фінансування господарської діяльності, що характеризується сукупністю показників наявності, розміщення і використання ресурсів підприємства та джерела їх фінансування [3].

Фінансовий стан визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал в діловому співробітництві, оцінює, в якій мірі гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів по фінансовим та іншим відносинам. Аналіз системи показників має на меті висвітлити його стан для зовнішніх споживачів, яких умовно можна поділити на три групи:

а) особи, які безпосередньо пов'язані з підприємництвом (менеджери та працівники управління підприємством);

б) особи, які можуть не працювати безпосередньо на підприємстві, але мають пряму фінансову зацікавленість (акціонери, інвестори, покупці та продавці продукції (послуг), кредитори, банки);

в) особи, які мають непрямий фінансовий інтерес (податкові служби, біржі, асоціації та інші, органи статистики та інші) [1].

Фінансовий стан підприємства і результати його діяльності за звітний період відображає фінансова звітність визначена П(С)БО 1. Метою такої звітності є забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола користувачів, які

покладаються на неї як на основне джерело фінансової інформації під час прийняття економічних рішень (табл.1). Інформаційною базою для оцінювання фінансового стану підприємств є бухгалтерська фінансова звітність: баланс (Форма № 1), звіт про фінансові результати (Форма № 2), звіт про рух грошових коштів (Форма № 3), звіт про власний капітал (Форма № 4), данні статистичної звітності та оперативні данні, бізнес план, матеріали маркетингових досліджень тощо [4].

Таблиця 1

Інформаційні потреби основних користувачів фінансових звітів

Користувачі звітності	Інформаційні потреби
Інвестори, власники	Придбання, продаж та володіння цінними паперами, участь у капіталі підприємства, оцінка якості управління, визначення суми дивідендів
Керівництво підприємства	Регулювання діяльності підприємства
Банки, постачальники та інші кредитори	Забезпечення зобов'язань підприємства, оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання
Замовники	Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання
Працівники підприємства	Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання, забезпечення зобов'язань підприємства перед працівниками
Органи державного управління	Формування макроекономічних показників

За традиційною практикою аналізу фінансового стану підприємства виділяють такі загальні методи, якими може скористуватися фінансовий аналітик: горизонтальний аналіз, вертикальний (структурний) аналіз, трендовий аналіз, аналіз відносних показників (коефіцієнтів), порівняльний аналіз та факторний аналіз. Всього може бути розраховано понад 100 фінансових показників(коефіцієнтів), які будуть мати економічний зміст і в більшій або меншій мірі використовуються у фінансовому аналізі.

Необхідно відмітити, що оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а лише за допомогою комплексної системи показників, що детально й усебічно характеризують фінансовий стан підприємства. До основних груп, що комплексно характеризують фінансовий стан підприємства можна віднести наступні показники (табл. 2).

Таблиця 2

Основні групи показників для оцінки фінансового стану підприємства [2]

Групи показників	Характеристика	Перелік основних показників	Формула за кодами рядків нових форм фінансової звітності (з 2013 року)
1	2	3	4
1. Показники майнового стану	Дають відомості про тенденції зміни структури фінансових ресурсів підприємства за певний період	Фондовіддача основних фондів Частка основних засобів в активах Коефіцієнт зносу основних засобів Коефіцієнт оновлення основних засобів Коефіцієнт мобільності активів	Ф. № 2, р. 2000 / Ф. № 1, р. 1010 Ф. № 1, р. 1011 / Ф. № 1, р. 1300 Ф. № 1, р. 1012 / Ф. № 1, р.1011 Ф. № 1, (збільшення по р. 1011) / Ф. №1, р. 1011 (гр.4) Ф. № 1, р. 1195 + р. 1200 / Ф. № 1, р. 1095

Продовження таблиці 2

1	2	3	4
2. Показники ліквідності	Зниження значення даних показників може вказувати про загальне погіршення ситуації стосовно забезпечення підприємства оборотними коштами і про необхідність серйозних заходів для управління ними.	Коефіцієнт покриття Коефіцієнт швидкої ліквідності Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Ф. № 1, р. 1195 / Ф. № 1, р. 1695 Ф. № 1, р. 1195 - р.1100 / Ф. № 1, р. 1695 Ф. № 1, р. 1165 / Ф. № 1, р. 1695
3. Показники фінансової стійкості	Відображають частку власного капіталу в загальній сумі фінансових засобів. Узагальнений показник фінансової стійкості підприємства відображає інтенсивність використання позикових засобів, рівень довгострокової стійкості підприємства без позикових засобів та ступінь залежності підприємства від короткострокових зобов'язань.	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування) Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами Коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу	Ф. № 1, р.1495 / Ф. № 1, р. 1900 Ф. № 1, р.1495 / Ф. № 1, р.1595 + + р. 1695 + р. 1700 Ф. № 1, р. 1495 + р. 1595 – -р. 1095 або ф. № 1, р. 1195 - 1695 / ф. № 1, р. 1195 Ф. № 1, р. 1495 + р. 1595 – - р. 1095 або ф. № 1, р. 1195 - 1695 / Ф. № 1, р.1495
4. Показники ділової активності	Дозволяють зробити висновок про ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства.	Коефіцієнт оборотності активів Коефіцієнт оборотності дебіторської, заборгованості Коефіцієнт оборотності кредиторської, заборгованості Коефіцієнт оборотності запасів Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Ф. № 2, р. 2000 / Ф. № 1, р. 1300 Ф. № 2, р. 2000 / Ф. № 1, р. 1125+ + р. 1130 + р.1135 +р. 1155 Ф. № 2, р. 2000 / Ф. №1, р. 1695 Ф. № 2, (р. 2050 + р.2130 + р.2150) / Ф. № 1, р. 1100 Ф. № 2, р. 2000 / Ф. № 1, р. 1495
5. Показники рентабельності	Характеризують фінансові результати і ефективність діяльності підприємства в цілому.	Коефіцієнт рентабельності активів, Коефіцієнт рентабельності власного капіталу Коефіцієнт рентабельності виробничих фондів Коефіцієнт рентабельності реалізації продукції	Ф. № 2, р.2350 / Ф. № 1, р. 1300 Ф. № 2, р.2350 / Ф. № 1, р. 1495 Ф. № 2, р.2350 / Ф. № 1, р. 1011 + + р. 1100 Ф. № 2, р. 2000 -(р. 2050 + р. 2130 + + р. 2150) /Ф. № 2, р. 2000

При оцінці фінансового стану слід використовувати не тільки традиційні методи та способи його діагностування, але й проводити комплексну оцінку фінансового стану господарюючих суб'єктів [3].

Отже, розглядаючи сутність оцінки фінансового стану підприємства можна стверджувати, що така оцінка необхідна для вдосконалення роботи за ринкових відносин, для придбання здатності самофінансування, самоокупності, для більш ефективного використання фінансових ресурсів на підприємстві, а також для фінансової стабільності підприємства.

Аналіз показників на основі комплексної оцінки діяльності підприємства дає змогу одержати не лише підсумкові відомості рівня його роботи, а й формувати

напрями підвищення ефективної діяльності підприємства, покращення його фінансового стану.

Необхідною умовою «нормальної» фінансової діяльності є своєчасна діагностика діяльності та виявлення резервів стабільного фінансового стану підприємства протягом звітного і прогнозованого періодів.

Література

1. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств / М.Д. Білик // Фінанси України. – 2005.

2. Фещенко О.П. Розрахунок показників фінансового стану господарських товариств з урахуванням нових форм фінансової звітності / О.П. Фещенко // Бізнес Інформ. – №2, 2015. – С. 229-236.

3. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства [Текст] : навчальний посібник / В.О. Мец. – К., 2003.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання у підприємств незалежно від форм власності й організаційно-правового статусу виникає значна потреба у капіталі для забезпечення нормального процесу фінансування своєї діяльності. Від раціонального формування фінансових ресурсів залежить не лише платоспроможність підприємства, а й ефективність усієї його господарської діяльності. Оскільки на підприємствах забезпеченість фінансовими ресурсами є визначальним фактором здійснення процесу виробництва, кожне з цих підприємств постає перед проблемою пошуку джерел достатнього обсягу фінансових ресурсів.

Метою дослідження є висвітлення заходів щодо підвищення ефективності формування та використання капіталу підприємства.

Одним із ключових завдань управління формуванням фінансових ресурсів є необхідність вирішення ряду питань пов'язаних з оптимальним співвідношенням власного та залученого капіталу на підприємствах, ефективності використання залученого капіталу та його ціни, впливом джерел формування фінансових ресурсів на фінансове забезпечення підприємств та їх фінансові результати.

Для визначення обсягу залучення тих або інших ресурсів необхідно проаналізувати їх переваги і недоліки. Принципова відмінність власного і позичкового капіталу – різна необхідна прибутковість, що пов'язане з різним рівнем ризику для власників цього капіталу.

Власний капітал характеризується наступними основними позитивними особливостями:

1. Простотою залучення, оскільки рішення, пов'язані із збільшенням власного капіталу (особливо за рахунок внутрішніх джерел його формування) приймаються власниками і менеджерами підприємства без необхідності отримання згоди інших господарюючих суб'єктів.

2. Вищою здатністю генерації прибутку у всіх сферах діяльності підприємства, оскільки при його використанні не потрібна сплата позичкового відсотка у всіх його формах.

3. Забезпеченням фінансової стійкості розвитку підприємства, його платоспроможності в довгостроковому періоді, а відповідно і зниженням ризику банкрутства.

Разом з тим, йому властиві наступні недоліки:

1. Обмеженість обсягу залучення, а отже і можливостей істотного розширення операційної і інвестиційної діяльності підприємства в періоди сприятливої кон'юнктури ринку на окремих етапах його життєвого циклу.

2. Висока вартість порівняно з альтернативними позичковими джерелами формування капіталу.

3. Не застосована можливість приросту коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок залучення позичкових фінансових коштів, оскільки без такого залучення неможливо забезпечити перевищення коефіцієнта фінансової рентабельності діяльності підприємства над економічною.

Підприємство, що використовує лише власний капітал, має максимальну фінансову стійкість, але при цьому обмежуються темпи його розвитку, оскільки відмова від залучення позичкових коштів в період сприятливої ринкової кон'юнктури, позбавляє підприємство додаткового джерела фінансування.

Слід зазначити, що у ряді випадків керівництво підприємства вимушене використати позичковий капітал. Причина полягає в обмеженості власних джерел фінансування. Ухвалення рішення про залучення позичкового капіталу – це часто вимушене зовнішніми обставинами рішення.

Враховуючи приведені вище недоліки фінансування за рахунок власних засобів, можна виділити основні переваги і недоліки позичкового капіталу.

Головною перевагою позичкового капіталу є його низька вартість. Вартість позичкового капіталу звичайно нижча вартості акціонерного капіталу.

Недоліком залучення позичкового капіталу є додатковий ризик у власника власного капіталу. Акціонери за наявності позичкового капіталу одержують понад комерційний ризик – фінансовий. За даних обставин загальний ризик акціонера складається з двох видів ризику: комерційного і фінансового. Результатом цього є вимога додаткової компенсації за підвищений ризик.

Таким чином, позичковий капітал привабливий своєю відносною дешевизною, але його залучення обмежене зростанням ризику власників власного капіталу. Іншим недоліком залучення позичкового капіталу є необхідність концентрації грошових коштів до моменту погашення позички. Оскільки термін повернення позичкового капіталу чітко обумовлений, то від керівництва підприємства потрібна розробка спеціальних схем погашення (утворення накопичувального фонду, залучення нової позички тощо). Часто підприємства йдуть по шляху підтримки певної структури капіталу і погашення однієї позички здійснюють за рахунок залучення нової. Це дозволяє відмовитися від накопичувального фонду.

Фінансування за рахунок позикових коштів вигідно для підприємства, оскільки його вартість зростає, знижується середня зважена ціна капіталу підприємства і збільшується його рентабельність. Це пов'язано з тим, що прибуток, отриманий від використання кредиту, в розмірі, що перевищує сплачені відсотки за його використання, належить підприємству і, отже, збільшує сумарну величину прибутку і підвищує рентабельність власних засобів підприємства.

Отже, позикові кошти необхідні для успішного функціонування підприємства, водночас для того, щоб механізм фінансування діяльності підприємства був ефективним потрібний ретельний аналіз залучення позикових коштів. Для того, щоб процес управління позиковими ресурсами був якомога ефективнішим, підприємство повинно дотримуватися таких основних принципів: цільовий характер залучення позикових ресурсів, оптимізація розміру потреби в кредиті та термінів його використання, оптимізація співвідношення позикових та власних джерел фінансування розвитку підприємства, забезпечення ефективності використання позикових ресурсів не нижче їх вартості, повернення суми боргу в зазначені терміни та в повному обсягу.

Таким чином, при здійсненні своєї господарської діяльності підприємство повинно забезпечити свою діяльність оптимальним обсягом фінансових ресурсів (як власних так і позикових) у кожний конкретний період часу відповідно до напрямків розвитку та потреб. І тому, для покращення формування та використання фінансових ресурсів доцільно:

1. Приділяти особливу увагу оптимізації структури капіталу шляхом управління величиною ефекту фінансового левериджу. Це передбачає визначення рентабельності власного капіталу при різних значеннях фінансового важеля. Найбільш оптимальним буде таке співвідношення власного та позикового капіталу, за якого приріст чистої рентабельності власного капіталу та ефект фінансового левериджу будуть мати найбільше значення.

2. Оптимізувати структуру за критерієм мінімальної його вартості. Такий процес оптимізації полягає у попередній оцінці власного та позикового капіталу при різних варіантах його залучення та розрахунок середньозваженої вартості капіталу за обраними варіантами.

3. Впроваджувати заходи щодо вирівнювання та оптимізації вихідного грошового потоку та зростання обсягу чистого грошового потоку. Особливо слід враховувати поділ грошових потоків за видами діяльності. При здійсненні управління грошовими потоками важливим є розробка заходів стимулювання збільшення чистого грошового потоку від кожного з видів діяльності. До таких заходів належать: розширення асортименту продукції; продаж або здача в оренду необоротних активів; оптимізація джерел формування капіталу підприємства; залучення зовнішніх джерел короткострокового фінансування; реструктуризація дебіторської заборгованості в фінансовий інструмент; вживання інших заходів щодо стимулювання збуту власної продукції, оптимізації дивідендної політики; скорочення витрат, відстрочки платежів за зобов'язаннями; використання знижок постачальників, перегляд програм інвестицій тощо.

4. З'єднати стратегічне мислення з конкретним планом дій на плановий період, впроваджувати сучасні підходи формування й використання фінансових ресурсів. Саме таке поєднання дозволить підприємству досягти довгострокових позитивних результатів і мати стійке фінансове становище.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕЛЕКТРОННОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

Сьогодні кожна організація (установа або підприємство) мають свої внутрішні та зовнішні інформаційні системи. Але аналіз існуючих сайтів, внутрішніх інформаційних систем обліку та управління свідчать про те, що вони або націлені на функціональні аспекти обліку, управління, реклами та інформаційного забезпечення відомостями про діяльність організації. Достатньо нелегко знайти оптимальний сайт підприємства з визначеною структурою та зручним управлінням з відповідністю до потреб споживачів. Такі тенденції пов'язані, на нашу думку, з такими аспектами:

- недостатню оцінку потреб в структурованому інформаційному середовищі організації;
- виокремленій та фрагментовано охопленій діяльності організації та її електронного інформаційного середовища;
- неповній синхронізації розвитку електронних ресурсів та їх оновлення;
- відсутності єдиної системи стратегії розвитку підприємства та її ІТ-стратегії;
- відсутності мобільного ІТ-відділу з можливостями адаптації електронного інформаційного середовища відповідно до змін в діяльності організації.

Не дивлячись на наявність цілої низки розробок щодо формування ІТ-стратегії та її запровадження, аналіз відкритих електронних інформаційних ресурсів не завжди відповідає місії і стратегії розвитку організації і часто вказує на відсутність або фрагментованість ІТ-стратегії. Все вищесказане обумовлює актуальність розробки принципів та вибір інструментів управління електронним інформаційним середовищем організації.

Мета дослідження – формування обґрунтування для створення гнучкої ІТ-стратегії розвитку організації та відповідної до неї електронного інформаційного середовища, інструментів управління ним.

Вибраним об'єктом дослідження є узагальнений образ організації, яка може бути представлена як підприємство, установа, громадською організацією, фермерським або домашнім господарством, підприємницьким простором індивідуального підприємця, найманого фахівця, творчої особистості тощо. Така організація може бути по-різному направленою щодо ділової активності, наявності або відсутності комерційної діяльності, різномасштабною як за фінансовими і матеріальними ресурсами, так і за інтелектуальними активами; мати спеціальні структури підтримки електронного інформаційного середовища та використовувати безкоштовні мережеві ресурси відкритого доступу.

Такий універсальний підхід, з одної сторони, може здаватись дивним, але з іншої сторони, дозволяє сформувати принципи управління та розвинути запропоновану концепцію двох дзеркал до теорії віддзеркалення інформації в електронному інформаційному середовищі організації, яка вибрана автором як базис для управління розвитком такого середовища відповідно до розвитку організації.

Принципи віддзеркалення можуть бути сформовані таким чином:

1. Інформація, представлена в електронному інформаційному середовищі достовірно та достатньо прозоро відображає діяльність організації. Ступінь прозорості визначається керівництвом відповідно до законодавства, рівня безпеки, охорони інтелектуальної власності.

2. Представлена стратегія та відкриті і закриті (тільки для організації) сценарії розвитку є мотивуючим дзеркалом розвитку організації, моделі, до якої прагне організація.

3. Активне комунікаційне середовище з партнерами та споживачами продукції, послуг, інформації, результатів діяльності дозволяє сформувати ліди (зачіпки, зворотній зв'язок) для внесення змін в стратегічні та оперативні плани здійснення діяльності організації, управління нею та її інформаційним середовищем.

4. Принципи інформаційної екосистеми повинні діяти не тільки в локальному внутрішньому інформаційному середовищі, а і в середовищі всіх електронних інформаційних ресурсів, які, повинні бути максимально інтегрованими. Серед цих принципів можна виокремити такі як:

4.1. забезпечення ефективної взаємодії між модулями екосистеми;

4.2. збалансований розвиток всіх складових екосистеми;

4.3. генерація та використання спільних даних та знань.

5. Кожна цільова ланка загальної стратегії повинна мати своє відображення та взаємозв'язок з ІТ-стратегією.

6. Сучасні технології повинні бути основою для оновлення електронного інформаційного середовища та інструментів управління організацією та її електронним середовищем. Це, зокрема, стосується активного впровадження різноманітних мобільних інструментів управління.

Визначені принципи є обґрунтуванням для формування ІТ стратегії діяльності організації та її електронного інформаційного середовища, вибору інструментів управління.

Література

1. Михайлов А. ИТ стратегия, что это такое, варианты, разработки, основные разделы / А. Михайлов. – Москва, 213. – 300 с.

2. Коваленко Е.А. Методология проектирования информационных систем организации – концепция двух зеркал / Е.А. Коваленко // Российский академический журнал 22 (4), 38-41, 2012. 4, С. 38-41.

3. The Information Resource about the European approach of Digital Ecosystems [Електронний ресурс]. Доступ: <http://www.digital-ecosystems.org/>. – Назва з екрану.

4. Що таке лід [Електронний ресурс]. Доступ: <http://it-ua.info/news/2016/08/23/scho-take-ld.html>ліди. – Назва з екрану.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Системний підхід до формування соціальної політики держави є актуальним в часи запровадження реформ, економічної та політичної кризи, в умовах обмеження бюджетних коштів. Концептуальні підходи формування соціальної політики держави мають своє історичне коріння. Одні з перших засад соціальної політики представлені у Кодексі законів царя Хаммурапі, в якому визначене поняття «загальної справедливості» [1]. Достатньо давно виник проектний підхід до формування соціальної політики, наприклад в ідеях представників утопічного соціалізму, і, хоча, ці спроби не зазнали практичного застосування, вони були основою до розвитку різних теорій та програм реалізації соціальних функцій держави. Аналіз основних концепцій дозволить сформувати

Не дивлячись а те, що проблеми формування концепцій соціальної політики представлені в багатьох роботах зарубіжних та українських науковців, мають глибоке історичне коріння, питання формування нової моделі соціальної політики залишається вирішеним недостатньо.

Мета дослідження – сформувати нову модель соціальної політики на основі концептуальних підходів.

Еволюційний аналіз історичних концепцій дозволив виокремити такі як: філософська; теологічна; утопічна; ринкова; «економіки благополуччя»; «суспільного благополуччя»; «соціальної держави» [2; 3;4].

Теорія «економіки благополуччя» сформувалась наприкінці XIX ст. і показала необхідність щодо посилення соціальних функцій держави, розвитку таких напрямів як регулювання розподілу економічних ресурсів для забезпечення виробництва і задоволення потреб суспільства у колективних благах, регулювання негативних побічних ефектів господарської діяльності, що зачіпають інтереси других осіб; перерозподіл доходів від багатих до бідних посередництвом системи прогресивного оподаткування [5]. Держава благополуччя – це держава, в якій всі громадяни мають право на соціальне забезпечення, гарантію благополуччя, і економічний захист. Базуючись на теорії якості життя, ця концепція обумовлює те, що держава бере на себе відповідальність за благополуччя громадян, справедливість розподілу доходу, забезпечує свободу прийняття рішення про інвестиції для індивіда, вибору роботи, конкуренції, розумного співвідношення ринкових та державних принципів перерозподілу благ.

Концепція соціальної держави базується на досвіді високо розвинутих країн та передбачає дотримання таких принципів як свобода індивідумів; створення суспільства багатих, стабільних і вільних індивідумів; гарантія мінімального доходу без ослаблення стимулів до високоякісної праці; збалансування рівних можливостей динамічний розвиток нації[6].

Нова модель соціальної політики втілюється у відносному зменшенні ролі загальнонаціональних соціальних служб і перерозподілі соціальних функцій держави на локальний рівень. Поряд з цим заохочується розвиток недержавних форм соціального страхування, приватизація в сфері освіти і охорони здоров'я, а також приватна і суспільна благодійність, акцентується увага на всебічному розвитку людини.

Взагалі, концептуальні підходи базуються на принципах збалансованості рівня благополуччя між різними групами населення; забезпечення рівності в правах групам населення і окремим громадянам.

Аналіз відомих підходів дозволив сформувати власну концепцію всебічного розвитку особистості, яка базується на твердженні, що неможливо на державному рівні забезпечити благополуччя (добробут) кожного, але можливо створити умови та надати можливості кожному власними зусиллями формувати та забезпечувати свій добробут.

Таким чином, еволюційний розвиток теорії управління зумовив виникнення цілого ряду концепцій та є базисом для створення нової моделі формування соціальної політики всебічного розвитку людини, формування сприятливих умов для такого розвитку, використання сучасних інструментів для цього розвитку шляхом синергії розвитку інфраструктури території, активізації громадського життя та ініціативи, децентралізації в розподілі коштів для соціальних виплат програм та проектів.

Література

1. Сборник Законов царя Хаммурапи // Источники права. Вып. 1 – Тольятти: ИИП «Акцент», 1996. – 56 с.
2. Социальные утопии. Ликург. Плутарх. Платон. Утопия Т. Мора. Новая Атлантида Бэкона. Город Солнца Кампанеллы. Сэн-Симон. Фурье. Кабэ. Оуэн. «Все это уже было» Голля / Сост. под. ред. В. В. Бит-нера. – СПб., 1993. – 56 с.
3. Пигу А. Экономическая теория благосостояния / А. Пигу. – М., 1985. – 276 с.
4. Murray Ch. In pursuit of happiness and good government / Ch. Murray. – San Francisco : ICS Press edition, 1994. – 272 p.
5. Проблемы социальной справедливости в зеркале современной экономической теории / [Ф.И. Биншток, Л.И. Ермакова, Н.Н. Коновалов, А.Ф. Лещинская и др.] ; под общ. ред. Д.Д. Москвина. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – 192 с.
6. Глухов В.В. Управление качеством жизни / В.В. Глухов, В.В. Окрепилов. – СПб. : Наука, 2008. – 484 с.

Маклаков С.М., аспірант
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОТИВАЦІЙНИЙ ТЕЗАУРУС: СУТНІСТЬ, РОЗВИТОК, ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЕ ЗНАЧЕННЯ

Формування ефективного мотиваційного менеджменту на підприємстві потребує обізнаності керівників в питаннях мотивації, її термінологічного апарату (тезаурусу). Мотивація праці виступає складним соціально-економічним і

психологічним явищем і потребує вивчення з позицій міждисциплінарного підходу. Практична значимість теоретичних засад мотивації підтверджується тим, що мотиваційні теорії стають обов'язковою складовою семінарів та тренінгів менеджерів вищої ланки.

Мотиваційний тезаурус, як і мотиваційні теорії набув змін в результаті еволюції наукової думки. Проведений нами аналіз наукових джерел засвідчив, що уявлення про мотивацію праці змінювалися майже одночасно з розумінням змісту й природи людських потреб, еволюцією суспільного розвитку в цілому. Поштовхом в такому розумінні на початку ХХ ст. стали результати досліджень А. Маслоу, К. Альдерфера, Д. Мак-Клелланда, Д. Мак-Грегора та інших. Стало зрозуміло, що саме потреби грають ключову роль у розумінні сил, що спонукають людину до праці. Розмір необхідних потреб та засоби їхнього задоволення уявляють собою продукт історії і в значній мірі залежать від культури. По мірі розвитку людства потреби безперервно збагачуються, стають різноманітними, набувають якісно нового стану. Виробництво, задовольняючи потреби людей, водночас ініціює нові потреби, надаючи нові можливості для їх задоволення. Велика різноманітність потреб у разі їх усвідомлення формує відповідні мотиви трудової поведінки людини на різних етапах трудової діяльності, які гнучко змінюються зі зміною потреб. Іншими словами, є підстави бачити тісний діалектичний зв'язок: розвиток потреб – збагачення форм і методів мотивації праці – економічне зростання економіки, поява можливостей інноваційного розвитку. При цьому у теоретичних підходах дослідників та науковців підходи до визначення сутності мотивації не були і не є тотожними. Систематизація таких підходів зводиться до такого:

- мотивація – це сукупність мотивів або впливових чинників [1, с.73];
- мотивація – це стан індивіда, який відображає поєднання певних потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій, зумовлюючи спрямованість трудової поведінки та її активність [1, с.73];
- мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації [2, с. 17],
- мотивація – це процес, наприклад процес спонукання або стимулювання будь-кого (окремої людини або групи людей) до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації [3, с.40];

З нашої точки, зору усі окреслені підходи мають право на існування в залежності від цілей наукового аналізу. Водночас вважаємо більш доцільним третій підхід, оскільки він передбачає комплексне бачення мотивації, що поєднує різновекторний прояв внутрішньої і зовнішньої мотивації. Вважаємо, що найбільший мотиваційний ефект досягається тоді, коли обидва типи мотивації спрацьовують в одному напрямі, отже, коли співпадають інтереси організації і працівника. Авторське бачення основного термінологічного апарату мотиваційних теорій відображає схема на рисунку 1.



Рис. 1. Мотиваційний тезаурус

Джерело: побудовано автором та уточнено за джерелами: [1, С.74; 5, С. 344-346]

Наведена схема містить авторську версію термінів «стимул», «мотив», «мотивування», «зовнішня мотивація», «внутрішня мотивація», «мотиватор».

Література

1. Беляева И.Ф. Трудовая мотивация. Механизмы формирования и функционирования // Изменения в мотивации труда в новых условиях. М.: НИИ труда. – 1992.– 124 с.
2. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента. – М.: «Тандем», 2000. – 357 с.
3. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент [Текст] / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2014. – 479 с.
4. Афонин А.С. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: Учебное пособие. – К.: МЗУУП, 1994. – 304 с.
5. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2011. – 512 с.
6. Семикіна М.В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання. / Відп. ред. В.В. Онікієнко. – Кіровоград: ПВЦ «Мавік», 2004. – 124 с.

Мельнік А.В., аспірант
 Центральноукраїнський національний
 технічний університет
 м. Кропивницький

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ЯК ЧИННИК МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Сьогодні Україна робить все можливе, щоб стати сучасною європейською країною з великим рівнем якості людського капіталу. Завдяки євроінтеграції наша

країна отримала безвізовий режим з країнами Європи, покращилась економічна співпраця у багатьох сферах. Але в той же час впала конкуренція на ринку праці, багато кваліфікованих робітників виїхало на заробітки до країн Європи. З цих умов підвищення якості людського капіталу працівників є найактуальнішим питанням та потребує створення необхідних умов для його вирішення. Головним чинником мотивації працівників до підвищення якості людського капіталу виступає євроінтеграція.

Теоретичний аналіз дозволив з'ясувати, що якість людського капіталу у сучасній літературі розуміють як наявність сукупності якісних характеристик, притаманних працівникам, які дозволяють ефективно реалізувати здібності до праці з отриманням доходу в умовах ринкового середовища. Йдеться, передусім, про стан здоров'я, рівень освітньо-професійного розвитку, наявність компетенції, загальної культури, вмотивованості, дисциплінованості, мобільності, творчих, підприємницьких здібностей, трудову та інноваційну активність, володіння іноземними мовами, комп'ютерними технологіями[1].

Питаннями проблеми підвищення якості людського капіталу займаються провідні науковці України: С.І. Бандур, Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, А.М. Колот, М. В. Семикіна та інші. Проте залишаються недостатньо розробленими окремі теоретико-методологічні і методичні проблеми пошуку шляхів підвищення якості людського потенціалу в умовах євроінтеграції вітчизняної економіки.

Підкреслимо, що Європейський Союз – це сім'я демократичних європейських країн, які об'єдналися заради миру та процвітання. Євросоюз – це не держава, що має замінити існуючі держави, і він також значно більший за будь-яку міжнародну організацію. Фактично, ЄС єдиний у своєму роді. Країни, що входять до його складу, заснували спільні інституції, яким було делеговано частину їхніх суверенних повноважень, завдяки чому стало можливо демократично приймати рішення з конкретних питань, які становлять спільний інтерес, на європейському рівні. Таке об'єднання суверенних повноважень називається «європейською інтеграцією».

Можна зазначити, економічна та політична інтеграція між країнами Європейського Союзу означає, що ці країни повинні приймати спільні рішення з різних питань. Таким чином країни ЄС розробили спільну політику у дуже широкому спектрі галузей – від сільського господарства до культури, від прав споживачів до умов конкуренції, від охорони довкілля та використання енергії до транспорту та торгівлі [2].

Вплив інтеграційних процесів є чи не одним з найважливішим факторів, що вирішують визначення стратегічного розвитку вітчизняної економіки та підбір основних інструментів її адаптації до новосформованих ринкових умов. Однією із закономірностей розвитку світової економіки є розгортання інтеграційних процесів, які посилюються на зламі тисячоліть, поєднуючись одночасно з дезінтеграційними тенденціями. Розгортання міжнародних інтеграційних процесів здійснюють значний вплив на функціонування не лише регіональних міжнародних систем і становлення нового міжнародного порядку, а й окремих суспільств та держав, визначення їх внутрішньої політики.

Разом з тим, підвищення якості людського капіталу як соціально-економічної категорії визначається через ефективне використання якісних фізіологічних, біологічних, духовних, моральних, творчих, соціальних,

економічних та інтелектуальних властивостей індивіда, соціальних груп або населення країни. Людський капітал відноситься до всіх верств населення, спроможних до будь-якої соціально-позитивної діяльності, охоплює такі аспекти, як можливості кількісного та якісного розвитку людської спільноти, економічної та соціальної діяльності, соціальної взаємодії і взаєморозуміння. Категорія «людський капітал» характеризує відносини стосовно його самореалізації як у трудовому процесі, так і за його межами [3].

Процес підвищення якості людського капіталу України в умовах євроінтеграційних процесів повинен відбуватися під впливом таких факторів як: інституційна система (формує умови життєдіяльності), свідомість людського капіталу (створює систему мотивацій та стимулів діяльності і поведінки), умови життєдіяльності (обумовлюють характер цілей та інтересів) і форми активності людського капіталу (визначають форми діяльності і поведінки).

Провідною умовою при формуванні шляхів підвищення якості людського капіталу в період євроінтеграції є врахування таких чинників: незбалансованість ринку праці і галузевої інфраструктури, темпи інституційних перетворень, недосконалість нормативно-правової бази, що регулює процеси на ринку праці. Підвищення якості людського капіталу стає можливим за умов зростання життєвого рівня населення, а саме: збільшення величини середньої і мінімальної заробітної плати, підвищення прожиткового мінімуму, розмірів пенсій та державної допомоги [4].

За даними європейської статистики, станом на 17 липня 2017 року, найбільша мінімальна заробітна плата на місяць серед країн ЄС у Люксембурга – 1998 євро, Бельгії – 1563 євро, Німеччині – 1498 євро. Найменша заробітна плата на місяць у Румунії – 318 євро, Болгарії – 235 євро, Албанії – 181 євро [5].

Як відомо, зараз мінімальна заробітна плата на місяць в Україні дорівнює 3200 гривень, що еквівалентно 103 євро. Можна зазначити, що за цим показником наша країна на останньому місці серед всіх країн ЄС. Тому зростання величини мінімальної заробітної плати та інших виплат є першочерговим кроком для мотивації працівників до підвищення якості людського капіталу.

У сучасному глобалізованому суспільстві найбільші переваги отримують саме ті країни, які об'єднують свої зусилля заради досягнення спільних інтересів та високих показників розвитку. Євроінтеграція є стимулом для України перетворитися на стабільну державу, яка володіє незаперечними перспективами на майбутнє. Проте європейська економічна спільнота вимагає від України рішучих кроків та розроблення програми дій на кілька років уперед. До однієї із складових такої програми дій варто віднести людський капітал України [3].

З метою посилення позитивних тенденцій підвищення якості людського капіталу можна запропонувати комплекс заходів щодо збільшення кількості якісних робочих місць, підвищення якості робочої сили, регулювання трудової міграції, реформування системи оплати праці.

Література

1. Семикіна, М.В. Якість людського капіталу і корпоративна культура: аспекти взаємозв'язку в системі соціально-трудових відносин / М.В. Семикіна, Т.О. Беляк // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв, 2015. – № 3 (459). – С. 118-125.
2. ЄС: основні факти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kr-admin.gov.ua/start.php?q=Eurounion/Ua/facts.html>

3. Родіонова І.В. Шляхи підвищення якості людського потенціалу України за умов розвитку євроінтеграційних процесів / І.В. Родіонова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 3(1). – С. 54-57.

4. Сегіда К. Передумови та чинники демографічного розвитку регіональної соціогеосистеми [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chseg/2010_9/Segida.pdf

5. Журнал Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_mw_cur&lang=en

Мельнік М.А., канд. екон. наук, доцент
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля
м. Сєверодонецьк

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних мінливих економічних умовах функціонування конкуренція, як рушійна сила, спонукає підприємства постійно шукати нові шляхи підвищення своєї конкурентоспроможності. Посилення конкуренції ускладнює умови діяльності підприємства, тому керівництву необхідно постійно бути у пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) методів управління.

Досвід роботи українських підприємств вказує на те, що в умовах кризи підприємства діють не системно, відсутня єдина методологія оцінки конкурентоспроможності підприємства, що обумовлене багатьма чинниками, в тому числі галуззю підприємства, його розміром, відмінностями у методах ведення управлінського обліку. Тому кожне підприємство розробляє власну методику здійснення оцінки рівня своєї конкурентоспроможності або користується найприязнішою з існуючих. На наш погляд, варто узагальнити ключові характеристики та методи управління конкурентоспроможністю з урахуванням стану підприємства.

Теоретичні та прикладні аспекти визначення та оцінки конкурентоспроможності розглядаються у працях зарубіжних та українських вчених Г.Л. Азоєва, І.В. Багрової, Л.В. Балабанової, А.Е. Воронкової, В.М.Горбатова, І.С. Грозного, І.З. Должанського, О.А. Драган, Т.О. Загорної, Л.А. Дробишевої, Ю.Б. Іванова, С.М. Клименка, Л.І. Піддубної, А.І. Пляскіної, М.Е. Портера, Р.А. Фатхутдінова, О.Г. Янкового та інших. Проте, вимагають більш поглибленого вивчення сучасні методи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування методів та індикаторів конкурентоспроможності сучасного підприємства.

Конкурентоспроможність є однією з основних категорій, що широко використовується в теорії та практиці економічних наук, багатоаспектним поняттям, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьба за досягнення найкращих результатів [1, с. 28].

Основою розуміння сутності поняття конкурентоспроможності підприємства є дослідження М. Портера, який оприлюднив теорію конкурентної переваги, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [2].

Конкуренція, за визначенням І.З. Должанського, – це «економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та отримання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах» [3].

В сучасних умовах термін «конкурентоспроможність» також використовується, коли йде мова про необхідність інтеграції економіки країни в систему світового господарства. Таким чином, підвищення конкурентоспроможності підприємства та національної економіки у цілому є необхідною умовою для інтеграції країни у глобальну економіку.

Погоджуємося з визначенням конкурентоспроможності підприємства як «спроможності підприємства існувати і розвиватися, перевершуючи за ефективністю функціонування наявних і майбутніх конкурентів, ґрунтуючись на залученні невикористаних можливостей»[4].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Під управлінням конкурентоспроможністю вважається цілеспрямована діяльність по формуванню ряду управлінських рішень, які направлені на протистояння всіляким зовнішнім діям з метою досягнення лідерства відповідно до поставлених стратегічних цілей.

Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства [5]. До зовнішніх факторів, зазвичай, відносять рівень економічного розвитку країни, ефективність функціонування ринку капіталу та якості фінансових послуг, наявність та рівень кваліфікації трудових ресурсів, податкову та фінансово - кредитну політику, основні характеристики ринку та інше.

Також потрібно враховувати і внутрішні фактори, які регулюються керівництвом підприємства. До них відносять: виробничу та організаційну структуру підприємства, технологію, облік та регулювання виробничого процесу, якість менеджменту, застосування сучасних інформаційних технологій та інше. Підприємства, які націлені на збереження конкурентоспроможності повинні застосовувати такі методи управління, які дозволяють поєднувати поточні та перспективні потреби, зовнішні та внутрішні умови розвитку. Складність категорії конкурентоспроможності обумовлює різноманіття підходів до управління нею.

Середпідходів, які застосовуються в управлінні конкурентоспроможністю, на наш погляд, більш ефективним в сучасних умовах є довгострокове безперервне та поступове удосконалення всіх факторів (індикаторів) конкурентоспроможності.

Дослідження процесу управління конкурентоспроможністю підприємства дає змогу виокремити найважливіші категорії цього процесу, до яких потрібно віднести методи, управлінські рішення та стилі керівництва. Особливого значення в ефективному управлінні конкурентоспроможністю набувають новітні технології в окремих галузях економіки та господарському комплексі загалом, які

спрямовані на оптимізацію інформації про конкурентне середовище. Ключові характеристики, які відображають етапи управління та управлінські рішення наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Ключові характеристики методів управління конкурентоспроможністю підприємства

№	Етапи управління	Управлінські рішення
1.	Забезпечення платоспроможності підприємства	Реалізація продукції, аналіз ринку, асортименту, цінової політики, методів маркетингу
2.	Досягнення прибутковості	Аналіз затрат виробництва, собівартості, ціноутворення, ефективності виробництва
3.	Стратегічність управління	Розробка стратегічної концепції, стратегії підприємства на основі SWOT- аналізу та бізнес-планів
4.	Адаптивність системи управління	Досягнення відповідності організаційної структури, методів, принципів та механізмів управління підприємства цілям, функціям та стратегії підприємства
5.	Забезпечення фінансової та управлінської прозорості	Фінансовий аналіз, залучення позикових коштів, розміщення вільних коштів, управління портфелем інвестицій, антикризове управління, лізинг, факторинг, страхування
6.	Керованість бізнесу	Контроль інформаційних, матеріальних, грошових потоків, організація бізнес - процесів
7.	Забезпечення інвестиційної привабливості	Вибір ресурсів, джерел фінансування, форм та засобів інвестування

Таким чином, підприємство на різних етапах управлінської діяльності шляхом прийняття певних управлінських рішень може контролювати рівень своєї конкурентоспроможності. А результат управління конкурентоспроможністю забезпечується оптимальним співвідношенням факторів, які забезпечують конкурентні переваги підприємства.

Література

1. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
2. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О.Загорна. – Київ: ЦУЛ, 2006.– 380 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг.ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
5. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.

РЕСУРСНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Характерною рисою сучасного світового соціально-економічного розвитку є перехід найбільш розвинених країн до формування інноваційного суспільства – побудови економіки, яка ґрунтується переважно на генеруванні, поширенні й ефективному використанні потенціалу знань. У такій економіці основним виробничим ресурсом і найважливішим чинником матеріального добробуту й суспільного статусу особистості є висока кваліфікація, унікальні навички й здібності (компетенції) та вміння їх адаптувати до умов діяльності, які постійно змінюються. Когнітивні (нематеріальні) фактори відіграють все більшу роль у створенні стійких конкурентних переваг промислових компаній, стають основою складовою інноваційного розвитку національних економік. Експерти ЄС стверджують, що усталена динаміка і конкурентоспроможність економіки уможливлується лише за умов, якщо ключовим пріоритетом її розвитку стане так званий трикутник знань, тобто створення, передавання й використання знань через дослідження, освіту, професійне навчання та інновації [1]. Однак це потребує ефективного управління процесами створення, накопичення й перетворення нових знань (нематеріальних ресурсів) у нематеріальні активи, завдяки чому унікальні знання втілюються у конкурентоспроможні продукти і процеси, що забезпечують їх розробникам і користувачам суттєву комерційну вигоду.

Таке ефективне управління передбачає створення певних умов через довгострокові інвестиції в освіту, розвиток інноваційних систем, постійну модернізацію інформаційної інфраструктури та створення сприятливого середовища для ринкових інновацій [2]. За цими критеріями оцінюється і здатність країн до формування економіки знань, яка у своїй основі насичена інноваціями – у технологіях (виробничих та управлінських), бізнес-процесах (через оптимізацію мережевої взаємодії), продуктах і послугах (що мають індивідуалізовану та високу цінність для різних груп споживачів). І чим кращі умови створюються в національній економіці для обміну новітніми знаннями між суб'єктами господарської діяльності, тим інтенсивніше наповнюватиметься інноваціями ця діяльність і тим більш конкурентоспроможними будуть на світовому ринку її результати.

На жаль, як показують результати останніх досліджень Global Competitiveness Report, рейтинг України у Глобальному індексі конкурентоспроможності за показником «Інновації» знаходиться в середині списку із майже 140 країн світу (табл. 1, побудована за [3]). І хоча за останні три роки загальний показник інновацій суттєво покращився, (позиції України з перемістились з 81-го на 52-е місце), проте за окремими складовими цього показника поліпшення не відбулося.

Таблиця 1

Структура Глобального індексу конкурентоспроможності України за показником «Інновації»

Показник	Ранг України у списку країн		
	2014–2015 рр.	2015–2016 рр.	2016–2017 рр.
	Список складає 144 країни	Список складає 140 країн	Список складає 138 країн
Здатність до інновацій	82	52	49
Якість науково-дослідних інститутів	67	43	50
Витрати компаній на дослідження і розробки	66	54	68
Співпраця університетів та промисловості у дослідженнях та розробці	74	74	57
Наявність вчених та інженерів	48	29	29
Загальний показник «Інновації»	81	54	52

Так, протягом останніх трьох років значно покращилась здатність суб'єктів національної економіки до інновацій (проявляється в кількості створених продуктивних і процесних інновацій – Україна за цим показником у 2017 р. перемістилась аж на 49 місце проти 82 у 2015 р.); також значно поліпшилась співпраця університетів і промисловості у дослідженнях і розробках (до 57 позиції проти 74), зросла кількість вчених та інженерів, що працюють над створенням інновацій. Водночас деяке погіршення (за останній рік) показують пункти «Витрати компаній на дослідження і розробки» і «Якість науково-дослідних інститутів». Як показують результати проведених нами досліджень змісту інноваційної діяльності, вітчизняні промислові підприємства з кожним роком все менше коштів витрачають на власні дослідження і розробки, а основну суму витрат інноваційної діяльності складають витрати на технологічне оновлення виробничих систем, особливо – на придбання техніки. Так, у 2016 році вони склали 80,65% від загальної суми витрат, що більше, ніж за останні 7 років. А витрати на НДР у сукупності інноваційних витрат за цей період становили лише 10-15% (тільки в 2014 р. були більшими 20%) [4].

Тому й не дивно, що й частка інноваційної продукції вітчизняних промислових підприємств у загальних обсягах її реалізації протягом цих років погіршується – адже здатність до створення інновацій накопичується роками, вона відображає якість інтелектуального потенціалу працівників підприємства. А в умовах посилення конкурентної боротьби не можна покладатись лише на можливість виробничих технологій, запозичених в процесі процедур їх трансферу від зарубіжних виробників. Такі ресурсні запозичення не дають змоги сформувати достатньо стійкі конкурентні переваги у сфері виробництва. І це відображається на результатах інноваційної активності підприємств – з кожним роком зменшується кількість інновацій, нових для ринку.

Отже, зазначені тенденції свідчать, що в Україні за останні роки ресурсний потенціал нових знань не використовується ефективно у сфері практичної діяльності. Виробничники у своїй масі все ще покладаються на фактор дешевизни

ресурсів, хоча і його потенціал в Україні майже вичерпано і зберігається він в основному за рахунок дешевизни трудових ресурсів. За такого підходу вітчизняні промислові підприємства не зможуть забезпечити своєї конкурентоспроможності на ринку інших країн. Необхідно змінити пріоритети у формуванні ресурсної основи господарювання – в бік розвитку знанневого потенціалу діяльності. Формування методологічних підходів для розбудови інструментарію управління ресурсною складовою конкурентоспроможності машинобудівних підприємств і буде предметом наступних досліджень.

Література

1. The World Bank. WDR [World Bank Development Report]. Knowledge for Development. World Bank and Oxford University Press, 1998. – 181p.
2. WBI. [The World Bank Institute Development Studies]. Building Knowledge Economies. Advanced Strategies for Development. Washington, DC: The International Bank for Reconstruction and Development, 2007.
3. The Global Competitiveness Report 2016-2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gcr.weforum.org>.
4. Наукова та інноваційна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.

Насипайко Д.С., канд. екон. наук, доцент
Резніченко О.О., викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Соціально-економічні перетворення, які характеризують сучасний стан і тенденції розвитку вітчизняних підприємств, потребують регулювання соціально-трудова відносин, що є неможливим без урахування компоненти відповідальності.

Практична діяльність з впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні має певне наукове підґрунтя у вигляді робіт вітчизняних та зарубіжних вчених І. Акімової, Ю. Благова, Л. Грицини, О.Грішньої, П. Друкера, О.Данилової, О. Канаєвої, О.Костіна, Ф. Котлера, М. Кричевського, В. Нижника, В. Садкова та інших [1; 2; 3 тощо]. Однак часто окреслена проблематика досліджувалась фрагментарно, і тому за наявності багатоманітних тлумачень корпоративної соціальної відповідальності як явища відсутня розробка системних засад розвитку корпоративної соціальної відповідальності, не існує єдиної думки щодо змісту, меж, концептуальних складових кодексу корпоративної соціальної відповідальності, її впливу на розвиток соціально-трудова відносин як ключового чинника ефективного розвитку і компаній, і регіональних спільнот, і національної економіки в цілому.

Нова парадигма модернізації та соціалізації економіки визначає виняткову роль регулювання соціально-трудових відносин. Працівники, їх професійні вміння, навички, кваліфікація, особистісний потенціал – ключові конкурентні переваги підприємства. За таких умов та за умови досягнення стратегічної цілі – сформувати механізм регулювання трудових відносин в аспекті реалізації конкурентоспроможної моделі бізнесу, – підприємство цінує трудову активність своїх працівників, прагне сформувати корпоративну культуру на принципах взаємоповаги керівників підприємства та найманих працівників, досягти згуртованості колективу, забезпечити гідні та комфортні умови роботи і розвитку кожного працівника, сприяти формуванню активної життєвої позиції кожного працівника, її відповідності ключовим цінностям українського народу.

Соціальна місія бізнесу полягає у виробництві необхідної суспільству продукції (наданні послуг) найбільш ефективним і безпечним способом на усталеній основі більш ефективного використання потенціалу, що відповідає довгостроковим економічним інтересам бізнесу, сприяє забезпеченню соціальної злагоди, збереженню навколишнього середовища, стабільному розвитку території господарювання.

Місія передбачає, що:

- цілі підприємницьких стратегій, економічна та соціальна відповідальність бізнесу є рівноважними і взаємодоповнюючими;
- передбачаючи дотримання етичних норм і принципів та соціальну діяльність у межах чинного законодавства, ініціативні соціально відповідальні зобов'язання є переважно додатковими;
- зобов'язання не скасовують чинність колективного договору (угоди) чи трудових договорів, укладених між підприємством та працівниками;
- виважені і обґрунтовані соціальні інвестиції підприємства знижують підприємницькі ризики, підвищують конкурентоспроможність, капіталізацію підприємства, ефективність працівників і лояльність споживачів.

Регулювання соціально-трудових відносин на засадах соціальної відповідальності роботодавців і найманих працівників потребує:

- захисту соціально-економічних прав працівників, посилення заходів відповідальності за нехтування у трудовій сфері законністю;
- формування та розвитку державної стратегії соціально-трудового партнерства, обґрунтованого розподілу та конкретизації обов'язків та повноважень профспілок, уряду та роботодавців у трудовій сфері;
- удосконалення правової бази трудових відносин; прийняття Трудового кодексу України, який відповідав би вимогам та напрямам ринку праці і міжнародним стандартам;
- оптимізація й збалансування співвідношення державного і договірної регулювання соціально-трудових відносин;
- забезпечення підвищення соціальної захищеності працівників шляхом відновлення діяльності з встановлення науково обґрунтованих норм праці, справедливої системи мотивації та розподілу доходу;
- розвитку виробничої демократії, зокрема, залучення працівників до процесів прийняття тих виробничих рішень, що стосуються їхньої роботи та інтересів;
- удосконалення системи забезпечення інформаційними ресурсами та

статистичної звітності у соціально-трудої сфері, створення системи соціально-трудоого моніторингу та забезпечення порівняльних оцінок з відповідними міжнародними параметрами тощо.

Отже, роль соціальної відповідальності в щоденній господарській діяльності підприємств є особливою та надзвичайно важливою, оскільки дотримання принципів соціально відповідальної поведінки дозволить суб'єктам господарювання не тільки вирішити проблеми в трудовій сфері, а й підвищити репутацію та конкурентоспроможність, покращити інвестиційну привабливість, забезпечити ефективне управління.

Література

1. Акімова І. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження / І. Акімова, О. Осінкіна, О. Філіпченко, А. Марцінків. – К. : Видавнича компанія "КІТ", 2005. – 41 с.
2. Буко С. Корпоративна соціальна відповідальність як принцип ціннісно зорієнтованого менеджменту / С. Буко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – № 2. – С. 149-157.
3. Грішнова О.А., Брінцева О.Г. Відповідальність підприємства щодо персоналу як новий формат розбудови соціально-трудоих відносин / О.А. Грішнова, О.Г. Брінцева // Экономика и управление. Научно-практический журнал. – 2012. – №4. – С. 49-56.

Олійник О.О., канд. екон. наук, доцент
Демчук А.В., студентка
Національний університет водного господарства
та природокористування
м. Київ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

Сьогодні Україна живе в часи динамічних економічних, політичних, соціальних та культурних трансформацій. З метою запобігання негативним проявам змін та мінімізації їх наслідків для окремо взятої особистості та суспільства загалом наша країна приєдналась до глобального процесу забезпечення сталого розвитку. Це, зокрема, відображається в дотриманні Цілей сталого розвитку, які були офіційно затверджені на засіданнях Генеральної Асамблеї ООН в кінці вересня 2015 року.

Відповідно до даного переліку Ціль 5 полягає в забезпеченні гендерної рівності, розширення прав та можливостей усіх жінок та дівчаток, що в тому числі включає повсюдну ліквідацію всіх форм дискримінації щодо всіх жінок і дівчаток [1].

Однією з форм гендерної дискримінації є її прояв на ринку праці, що виявляється:

- при наймі на роботу та звільненні;
- у доступі до певних професій або посад;
- при оплаті праці;
- при кар'єрному зростанні;
- при підвищенні кваліфікації, професійній підготовці тощо [2, С. 36].

Основним проявом гендерної нерівності в сфері праці є гендерний розрив у рівні заробітної плати, що акумулює вплив усіх дисбалансів у моделях зайнятості.

Так, в 2016 році співвідношення заробітної плати жінок та чоловіків в середньому по Україні становило 74,6%, що на 0,3% менше відносно попереднього року (таблиця 1).

Таблиця 1

Співвідношення заробітної плати жінок та чоловіків в Україні за видами економічної діяльності в 2014 – 2016 р.р., %

	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Усього	76,3	74,9	74,6
Сільське господарство	86,0	83,7	83,8
Промисловість	71,0	74,1	74,7
Будівництво	90,5	89,0	91,5
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	83,5	79,0	78,0
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	78,1	76,5	77,4
Тимчасове розміщування та організація харчування	88,2	88,1	86,2
Інформація та телекомунікації	89,6	80,6	77,3
Фінансова та страхова діяльність	64,4	66,4	67,0
Операції з нерухомим майном	85,7	94,2	93,6
Професійна, наукова та технічна діяльність	80,0	84,3	83,4
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	98,3	101,1	103,0
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	89,1	90,7	93,3
Освіта	93,4	93,4	93,7
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	88,2	89,7	89,3
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	50,8	47,2	50,0
Надання інших видів послуг	73,0	89,0	82,6

Джерело: складено за даними [3].

Так, в 2016 році найбільший розрив в оплаті праці жінок та чоловіків простежувався у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (50%) та в організаціях фінансової та страхової діяльності (33%). Водночас в такому виді економічної діяльності як адміністративне та допоміжне обслуговування розмір заробітної плати жінок, зайнятих у цій сфері, за підсумками 2016 року перевищувала на 3% розмір заробітної плати чоловіків.

Серед чинників, що визначають нижчі заробітки жінок, можна виділити:

– вплив професійної сегрегації за ознакою статі, в результаті якої жіноча зайнятість здебільшого зосереджується в менш оплачуваних видах економічної діяльності (освіта, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги, функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури) та на посадах нижчого рівня;

- більша схильність жінок до зайнятості в режимі неповного робочого часу;
- відмінності в тривалості трудового стажу тощо [4, С. 44].

За таких умов та в період зростання ролі бізнесу в усіх сферах суспільного життя важливе значення у забезпеченні гендерної рівності повинне належати концепції корпоративної соціальної відповідальності, що реалізується з поміж іншого в сфері захисту прав людини та трудових практиках.

Слід відмітити, що реалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності поступово набуває поширення в бізнес-середовищі України. Все більше організацій приєднуються до мережі Глобального Договору ООН і тим самим зобов'язуються дотримуватись його принципів. Підтвердженням цього виступають різноманітні соціально відповідальні практики вітчизняних суб'єктів господарювання, зокрема і ті, що стосуються ліквідації дискримінації при прийомі на роботу та в професійній діяльності.

Так, КППМГ в Україні ініціює різноманітні проекти для поширення практик рівних можливостей в Україні, заохочення співробітників, медіа, клієнтів та партнерів до створення рівних можливостей для працюючих чоловіків та жінок у процесі працевлаштування та прийняття управлінських рішень. Приклади у 2016 році:

- організовано виступи на ділових заходах, лекціях в університетах, презентаціях для спільноти фахівців з управління персоналом з метою обговорення результатів опитування КППМГ «Працюючі жінки в Україні»;
- прийнято рішення про залучення ЗМІ до діалогу про розширення можливостей жінок, було поширено серед журналістів книгу Шерил Сендберг «Включайся!»;
- у корпоративній галереї було проведено фотовиставку про жінок у сучасному світі за участі представників КППМГ з різних країн [5].

З метою впровадження кращих трудових практик на своїх підприємствах корпорація «Оболонь» у співпраці з ВГО «Ліга соціальних працівників України» приєдналася до проекту ЄС «Знову до роботи». Програма націлена на покращення трудових практик працівників із сімейними обов'язками – тих, хто повертається до роботи з відпусток по догляду за дитиною. У рамках проекту «Рівні можливості» корпорація «Оболонь» першою з вітчизняних компаній в Україні здійснила розробку офіційного документу з гендерних питань – Гендерного плану. Відтепер рівність прав і можливостей чоловіків і жінок офіційно закріплені у колективному договорі компанії і враховуються при прийнятті інших важливих документів та політик компанії. Окрім того, у ході прийняття офіційного документу у компанії ввели посаду уповноваженого з гендерних питань [6].

Таким чином, гендерні аспекти господарської діяльності є невід'ємною складовою корпоративної соціальної відповідальності. Відтак в сучасних умовах необхідно підвищувати рівень соціально відповідального забезпечення гендерної рівності, зокрема шляхом:

- формування трудового потенціалу організацій, здатного забезпечити впровадження гендерної рівності та недопущення дискримінації;
- відображення гендерної складової в корпоративних документах;
- забезпечення ефективної участі жінок в прийнятті управлінських рішень та при взаємодії із стейкхолдерами;

– сприяння обізнаності про гендерну рівність та можливі прояви дискримінації, в тому числі шляхом розробки інформаційних матеріалів та просвітницьких заходів тощо.

Література

1. Цілі сталого розвитку 2016-2030 [Електронний ресурс] / ООН в Україні. – Режим доступу : <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
2. Олійник О.О. Гендерний аспект аудиту персоналу / О.О. Олійник // *України: аспекти праці*. – К., 2015. – № 3. – С. 33-37.
3. Праця України у 2016 році : [статистичний збірник] / [ред. І.В. Сенік]. — К. : ТОВ Видавництво «Август Трейд», 2017. – 234 с.
4. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь. – Київ, 2017. – 176 с.
5. Соціальний звіт КМПП в Україні за 2016 рік. – 2017. – 71 с.
6. Звіт про сталий розвиток корпорації «Оболонь» за 2015 рік. – 2016. – 62 с.

Пасека А.С., докторант
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ У ЗАЙНЯТОСТІ ТА РОЗВИТКУ РИНКІВ ПРАЦІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РОЗВИТКУ

В умовах надзвичайно жорсткої конкуренції на ринку праці, що викликана затяжною економічною кризою, посилилась диспропорція на ринку праці. Між тим ринок праці швидко трансформується, його розвиток набуває специфічних рис та особливостей в умовах руху країн до інноваційної економіки, зумовлюючи зміни у змісті праці, структурі зайнятості. Ці процеси все більш вагомо впливають на формування попиту на ринку праці, ставлячи принципово нові вимоги до працівників, їх знань, компетенцій, мотивацій, вибору професій, форм зайнятості.

Публікації С. Бандура, О. Волкової, В. Геєця, Т. Заяць, В. Близнюк, О. Грішньої, А. Колота, Е. Лібанової, Л. Лісогор, В. Онікієнка, І. Петрової, В. Петюха, М. Семикіної, Л. Шаульської та інших українських науковців підтверджують гостроту проблем українського ринку праці і нагальну потребу постійного дослідження тенденцій його розвитку в умовах глобалізації.

Впливи глобалізації світового розвитку на сферу зайнятості та ринок праці проявляються в двох основних наслідках: 1) формування *глобального трудовіграційного простору* з постійними переміщеннями населення та розвитком міграційних мереж і систем; 2) формування *віртуального трудовіграційного простору* з різними формами дистанційної зайнятості без реальних переміщень та з просторовими розривами між роботодавцем і працівником, замовником і фрілансером (часто по різні боки державного кордону та навіть континентів). Такі два наслідки все частіше переплітаються, коли зайнятість особи на умовах дистанційності чергується реальними переміщеннями з метою стажування, договірних переговорів, інших способів періодичних реальних комунікацій між постійним (дистанційним) виконавцем обов'язків та їх замовником.

На основі такої інформації різні учасники ринку можуть виробляти власну маркетингову стратегію, орієнтовану на здобуття конкурентних переваг (рис. 1). Нинішні реалії вже такі, що новий суб'єкт бізнесу чи окрема особа-потенційний зайнятий повинні враховувати не лише внутрішні умови на ринку праці, але й глобальні процеси. Можливості міжнародних переміщень, дистанційної зайнятості розкривають перед кожною людиною новий горизонт реалізації власних потенційних задатків. Особи і суб'єкти, які вміють мислити глобально, можуть обрати сферу діяльності з особливими перспективними можливостями.

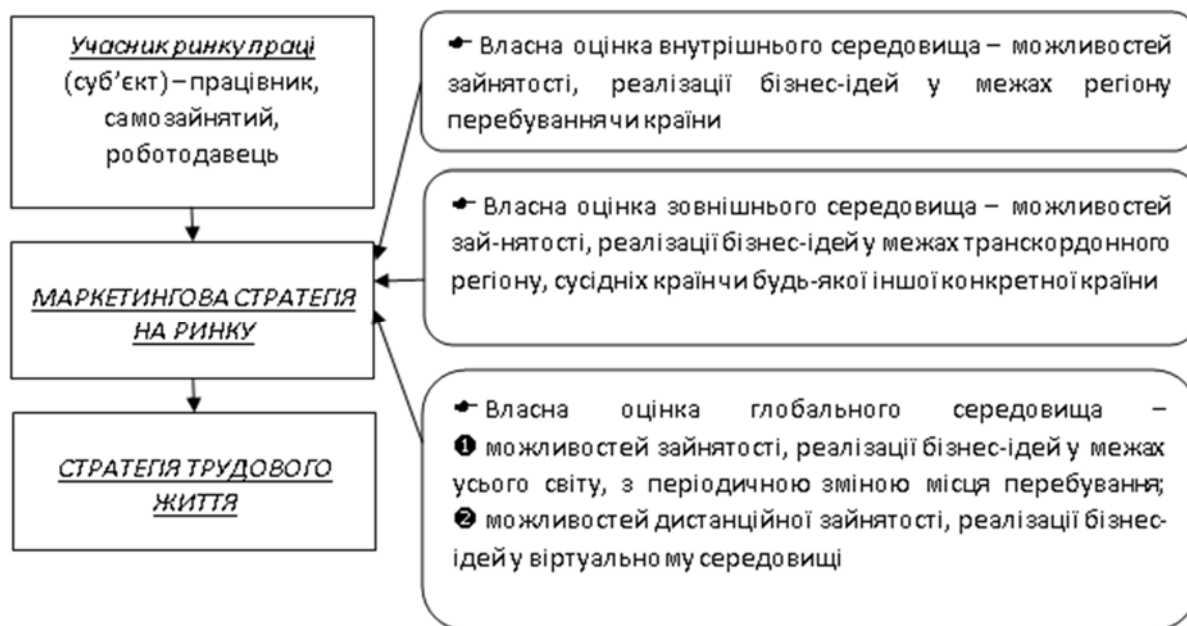


Рис. 1. Самооцінка можливостей трудового життя у межах локального і глобального сприйняття

* Джерело: авторська розробка

Таким чином, глобалізація світового розвитку спричиняє різні впливи на ринок праці і сферу зайнятості. Якщо систематизувати інноваційні зміни у зайнятості та розвитку ринків праці в умовах глобалізації, то їх можна розділити за напрямками:

1) вплив на ціннісно-ментальні характеристики населення, що трансформується у різну трудову поведінку й стратегію економічної активності населення (визначені на рис. 1 рівні власної оцінки);

2) вплив на рівні (локальний, регіональний, національний, глобальний) формування відносин – у першу чергу, соціально-трудова, з розрізненням географічної приналежності учасників;

3) вплив на форми та можливості формування відносин – новітні технології, дистанційні комунікації, прогресивна логістика (рух необхідних ресурсів), можливість оплати праці, різних послуг незалежно від місця перебування тощо;

4) вплив на механізми державного регулювання ринків праці та сфери зайнятості – з розвитком спільного нормативно-правового поля (міжнародні нормативно-правові документи з захистом прав трудящих мігрантів, членів їх сімей), впровадженням спільних стандартів соціального захисту (визнанням трудового стажу, дипломів про освіту), реалізацією політики відкритих кордонів та обміном робочою силою;

5) вплив на громадянське суспільство з поширенням прав і свобод вибору та переміщень – з конституційним закріпленням таких визначальних прав людини, популяризацією ідей свободи вибору без обмеженості державними кордонами (головна ідея концепції людського розвитку);

6) вплив на розвиток спільного ринку окремих просторових утворень – регіонів, у тому числі в транскордонному просторі (як правило, між прикордонними регіонами), міжнародному просторі (як правило, сусідніх держав – двох або декількох);

7) вплив на конкурентні відносини – з формуванням додаткової конкуренції на внутрішньому ринку (ресурсів, бізнесу, праці) з боку суб'єктів інших країн.

Фактично нині ми проживаємо в еру розвитку «людини планети». Дана ідея не завжди знаходить прихильність серед більшості членів соціуму, разом з тим, для молоді вона є прийнятною. Такі схильності прослідковуються вже й в Україні. Маючи можливість частих переміщень у різні країни, трудове життя людини стає географічно розрізним – з народженням в одному місці, навчанням в іншому, працевлаштуванням – ще в іншому і т. д. Щодо ринків праці та сфери зайнятості така ситуація змінює вихідні принципи розвитку. Зміщення акцентів на людину, її трудовий потенціал руйнує етнічну однорідність та національну ідентичність. Посилюється ідентичність вже навіть не суспільна, а економічна – з приналежністю до певної соціально-трудової системи в обмежених часових координатах.

Петрова К.Г.
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький
Серебренніков Б.С.
НТУУ "КПІ ім. І. Сікорського"

УПРАВЛІННЯ РЕЖИМАМИ ЕЛЕКТРОСПОЖИВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

Для промислових споживачів (ПС) електрична енергія є виробничим ресурсом, яку використовують в технологічних процесах для вироблення продукції, а розмір витрат на енергоносії значною мірою визначає конкурентоспроможність продукції підприємства. Істотно зменшити розмір цих витрат можна цілеспрямованим управлінням режимами електроспоживання або впровадженням комплексу енергоощадних заходів. Отже, розроблення й удосконалення методів управління електроспоживанням промислових підприємств є актуальною задачею.

Частку витрат на електроенергію β в загальній собівартості продукції підприємств-енергоспоживачів визначають із відношення витрат на оплату

електричної енергії ($V_{E.C}$) до загальних виробничих витрат (V_C):
$$\beta = \frac{V_{E.C}}{V_C} .$$

У більшості сценаріїв β перебуває в діапазоні 0,05...0,8: наприклад, для машинобудівної промисловості $\beta \leq 0,15$, для металургійної - $\beta \geq 0,4$. Так, для промислових об'єктів, що займаються виробництвом алюмінію, частка витрат на оплату електроенергії сягає $\beta = 0,73$ від суми загальних виробничих витрат.

Розглянемо управління режимами електроспоживання шляхом вирівнювання окремих графіків електричних навантажень (ГЕН) для найенергоємніших технологічних процесів і цехів двох потужних ПС з використанням методу лімітуючого шляху (МЛШ).

На рис. 1 представлено зимові ГЕН двох реальних машинобудівних ПС («Червона Зірка» – крива 1 на рис. 1а та «Гідросила» – крива 3 на рис. 1б).

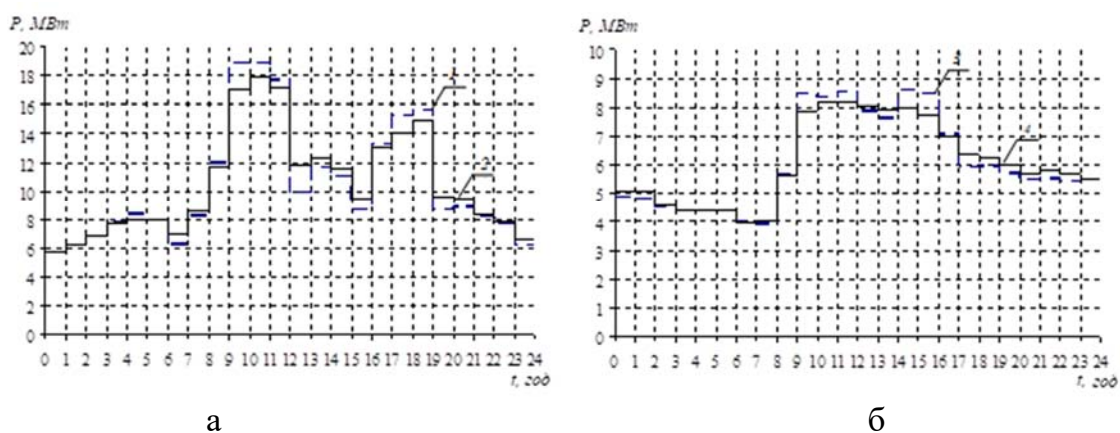


Рисунок 1. Графіки електроспоживання: а – ПС «Червона Зірка» (1 – до регулювання, 2 – після вирівнювання МЛШ); б – ПС «Гідросила» (3 – до регулювання, 4 – після вирівнювання)

Здійснимо їх вирівнювання, застосувавши МЛШ для більшості енергоємних цехів. Виявлені резерви часу R_t визначають величину можливого зміщення електронавантажень паралельних операцій вздовж технологічного процесу. Після перерозподілу навантажень у межах R_t , ГЕН обох ПС набудуть вигляду відповідно кривих 2 та 4 на рис. 1. Порівняння основних показників вирівнювання графіків 1 та 2 (табл.1) показує, що $K_{зГ}$ зріс на 5,8%, $K_{Ф}$ – на 1,4% та D_p – на 23,7%. Трансформацію графіка 3 у 4 супроводжує зростання $K_{зГ}$ на 4,7%, $K_{НР}$ на 6,4% і зменшення K_M на 4,7%, $K_{Ф}$ на 0,6% та D_p на 21,2%.

Таблиця 1
Порівняння основних показників нерівномірності ГЕН двох ПС до та після регулювання МЛШ

№ з/п	Варіанти регулювання	Основні показники нерівномірності ГЕН				
		$K_{зГ}$	K_M	$K_{НР}$	$K_{Ф}$	D_p
1	«Червона Зірка» до регулювання	0,5516	1,8127	0,3044	1,0723	17,027
2	«Червона Зірка» після МЛШ	0,5843	1,7114	0,3225	1,0574	13,415
3	«Гідросила» до регулювання	0,7078	1,4128	0,4576	1,0335	2,6229
4	«Гідросила» після МЛШ	0,7418	1,3481	0,4877	1,0272	2,1208

За відомими значеннями коефіцієнтів форми до та після вирівнювання ГЕН (табл.1) у разі середнього значення втрат в мережах ПС 20,7 % від всієї

споживаної технологічним процесом електричної енергії ВДОБ, визначимо зменшення втрат електричної енергії в мережах підприємства за добу:

$$\Delta W = \Delta W_1 \cdot \left(1 - \frac{K_{\phi 2}^2}{K_{\phi 1}^2}\right) = \frac{20,7\% \cdot 822,5}{100\%} \left(1 - \frac{1,0574^2}{1,0723^2}\right) = 8,2 \text{ кВт}\cdot\text{год},$$

де ΔW_1 – втрати енергії в мережі за початкового коефіцієнта форми $K_{\phi 1}$; $K_{\phi 2}$ – коефіцієнт форми графіка навантажень після його вирівнювання.

Крім ефекту енергоощадження, запропоноване вирівнювання ГЕН призводить також до зменшення оплати електричної енергії за диференційованим тарифом.

Отже, застосування запропонованого методу управління електроспоживанням промислових споживачів у часі за рахунок технологічного ресурсу дозволяє проводити локальні зміщення операцій в межах наявних резервів часу технологічного циклу, регулювати щільність розподілу енергії в часі, скоротити втрати в розподільчих мережах та зменшити витрати на оплату електричної енергії за диференційованими тарифами.

Універсальність способу обумовлена незначною кількістю вихідної інформації щодо техпроцесу, простотою реалізації алгоритму управління режимом електроспоживання й можливістю застосування до будь-якої галузі промисловості з техпроцесом розгалуженої структури.

Піщик О.В., здобувач
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЖИТЛОМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ

Питання поліпшення становища у сфері забезпечення населення України доступним житлом є цільовими в напрямку пом'якшення соціальної напруженості, формування збалансованої соціально-економічної політики. Досвід розвинутих країн світу в сфері надання соціального житла свідчить про розмежування підходів до соціального та доступного житла, запровадження державно-приватного партнерства, пільгових іпотечних кредитів, державних субсидій тощо.

Традиції пострадянського простору свідчать про те, що громадяни України прагнуть ати власне житло і не вважають звичайною ситуацією використання орендованого житла, як часто можна спостерігати в багатьох західних країнах.

проблеми підвищення доступності житла.

Мета дослідження полягає у визначенні шляхів забезпечення житлом населення визначеної території як одного з базових напрямів стратегії соціального розвитку.

Результати дослідження. Розглянемо зарубіжні схеми фінансування доступного та соціального житла.

Американська схема фінансування доступного житла базується на іпотечному кредитуванні. фінансується приватним сектором без залучення прямих державних субсидій.

Німецька схема заснована на системі будівельноощадних кас (БОК) та системи іпотек. У Німеччині сектор соціального житла базується на договірній системі. Між девелоперами і інвесторами або між девелоперами-інвесторами і муніципалітетами укладаються контракти.

Китайська система іпотеки близька до німецької. У Китаї існують житлові акціонерні товариства (ЖАТ), які дещо схожі на БОК. У Данії аналогічними питаннями займаються житлові комерційні організації, що одержують за це певні податкові пільги і субсидії. У Швеції зведенням і управлінням соціальними будинками займаються компанії, власниками яких є муніципалітети. У Голландії в секторі соціального житла працюють житлові асоціації, найчастіше приватні. В Австрії – компанії, власниками яких є місцеві чи центральні влади, профспілки, банки та інші структури. У Великобританії житло для бідних – прерогатива муніципальних організацій (більша частина) і житлових асоціацій (менша частина). Англійські житлові асоціації – незалежні некомерційні організації, що пройшли спеціальну реєстрацію та регулярно готують звіти по своїй роботі. У Франції, згідно з чинним законодавством, при кожній комплексній забудові як мінімум 20 % житла повинне виділятися малозабезпеченим громадянам. Проте на практиці це правило часто ігнорується.

Оптимальна стратегія держави на ринку житла, на основі вивчення іноземного досвіду, полягає в створенні максимально сприятливих умов життя для соціально й економічно активних прошарків населення, сприянні формуванню середнього класу з одночасною підтримкою соціально незахищеної частини населення. При цьому, держава і місцеві органи влади запроваджують різноманітні проекти та програми співінвестиційного доступного та соціального житла.

Основним критерієм ринкової доступності житла є час, протягом якого громадянин може покращити свої житлові умови. Цей часовий параметр (коефіцієнт доступності житла) залежить від рівнів доходів населення і цін на ринку житла (і ринку споживчих кредитів), а також обсягу бюджетних коштів, які держава здатна і готова спрямовувати на підтримку житлового забезпечення громадян. Ці параметри є основними для визначення цільових груп населення, які будуть користуватися пільгами для забезпечення житлом.

Таким чином, для формування оптимальної соціальної житлової стратегії, необхідно:

1. Визначити категорії соціального і доступного житла;
2. Сформувати критерії визначення цільових груп населення для співінвестування будівництва житла;
3. Формування схем інвестування за напрямками державно-приватного партнерства.
4. Внести зміни в стандарти надання житла, споживання комунальних послуг, стандартів допомоги громадянам, які потребують соціальної підтримки в забезпеченні житлом і поліпшенні житлових умов;
5. Граничні розміри частки сукупного бюджету домогосподарства, що може направлятися на оплату житлового кредиту та припустимої частки витрат домогосподарства на оплату найму житла (коефіцієнт доступності соціального і некомерційного найму); витрат домогосподарства на утримання житла (коефіцієнт доступності комунальних платежів).

Одним з варіантів реалізації державної політики в сфері активізації будівництва та продажу доступного та соціального житла є створення мережі операторів (житлових асоціацій). Вони могли б реалізовувати конкретні програми соціального житла в тому чи іншому регіоні.

Таким чином, досвід зарубіжних країн дозволить сформувати власну національну схему формування житлових асоціацій, програм та проектів державно-приватного партнерства для будівництва соціального та доступного житла.

Література

1. Щербініна С.А., Проблеми забезпечення населення України доступним житлом в сучасних умовах / С.А. Щербініна, Д.П. Головань // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету, 2014 р., вип.. 25, С. 283-287
2. Можливі напрями удосконалення житлової політики в Україні [Електронний ресурс]. Доступ: . – Назва з екрану. <http://old.niss.gov.ua/Monitor/May08/10.htm>

Полтавець М.М., викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

З кожним роком наш світ стає все більш віртуальним. Одним з головних чинників цього процесу є проникнення глобальної мережі Інтернет у всі сфери життя і діяльності людини. За останні роки, Інтернет з мережі вузького наукового застосування перетворився в середовище, яке зумовило появу нового покоління комерційних організацій.

Інтернет-торгівля є одним з найбільш динамічних ринків, які продовжують рости і розвиватись, незважаючи на кризові явища в економіці країни, значні стрибки курсів валют та інші проблеми, з якими Україна зіткнулася в останні роки. На електронну комерцію, в контексті ведення бізнесу, починають звертати увагу навіть консервативні підприємці, для яких вона досі залишається практично неосвоєним джерелом залучення клієнтів з великими перспективами зростання.

За 2016 рік ринок електронної комерції товарів і послуг в Україні виріс на 40% (до 34 млрд. грн.). За прогнозами аналітиків ця тенденція збережеться і у 2017 році: ринок e-commerce виросте ще на 30% і досягне 50 млрд. грн. Вже сьогодні 67% українських інтернет-користувачів відвідують сайти, що працюють в сфері e-commerce [1].

У порівнянні з традиційними видами бізнесу, онлайн-торгівля дійсно дозволяє отримувати великі прибутки поряд із залученням значно менших матеріальних, грошових та людських ресурсів. Але для підприємців, що не мають досвіду он-лайн продажів та створюють інтернет-магазин вперше, досягти успіху на практиці виявляється не так просто, як здається на перший погляд.

В умовах зростаючого ринку і конкуренції, що постійно посилюється, забезпечити ефективну роботу інтернет-магазину неможливо без чіткого

розуміння тенденцій у галузі e-commerce та значних інвестицій в інтернет-маркетинг.

Інтернет-маркетинг можна визначити як теорію і методологію організації маркетингової діяльності в Інтернет-середовищі. Його потрібно розглядати як новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну з метою отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигод.

В Інтернет-маркетингу використовуються ті ж елементи комплексу традиційного маркетингу 5P (продукт, ціна, канал, просування, люди). Проте, кожен елемент має свої особливості. Інтернет є не просто новим каналом збуту або маркетингових комунікацій, а, насамперед, новим ринком. Узагальнення літературних джерел дає можливість систематизувати основні елементи сучасного інтернет-маркетингу, до яких слід віднести: маркетингові дослідження в Інтернеті, маркетингові комунікації в Інтернеті, збут продукції через Інтернет [2].

На сучасному ринку застосовується досить багато різних маркетингових технологій, які не стоять на місці, а постійно розвиваються. Не зважаючи на це, привернути увагу споживачів до власного товару все складніше: споживач стає більш перебірливим і вимогливішим, а компанії, у свою чергу, регулярно пропонують знижки, подарунки, проте всі ці заходи поступово стають звичними для споживачів. Найбільш вигідною і доцільною технологією, яка дозволила б привернути увагу споживача, на наш погляд, є технологія крос-маркетингу.

Дана технологія з'явилася наприкінці 90-х років минулого сторіччя і ґрунтується на взаємодії декількох компаній, які об'єднали свої можливості і ресурси заради спільного виробництва, просування і продажу товару або групи товарів. Виходячи з цього, крос-маркетинг можна визначити, як взаємовигідне партнерство двох і більше компаній, спрямоване на просування супутніх товарів і послуг шляхом проведення спільних маркетингових програм.

Можливі два варіанти застосування даної технології. Перший коли менш відома компанія обирає собі в партнери компанію з відомим брендом. В цьому випадку виділяють «компанію-локомотив» і «компанію-вагон». Розподіл повноважень відбувається за функціями, що виконуються партнерами, за джерелами фінансування, або за пріоритетністю цілей того чи іншого бренду. Другий варіант коли фірми виступають рівноправними партнерами. При такому партнерстві крос-маркетинг найчастіше застосовується в процесі просування дорогих і високотехнологічних продуктів.

Важливим є те, що партнери по крос-маркетингу не мають бути компаніями-конкурентами, і їх товари чи послуги теж не повинні конкурувати. Крім цього, партнери повинні мати загальну цільову аудиторію, а товари і послуги належати до однієї цінової категорії.

Основними формами крос-маркетингу є:

- спільна рекламна компанія. У цьому випадку компанії або вказують у рекламних матеріалах своїх партнерів, або роблять спільні рекламні матеріали;
- спільні дисконтні і бонусні програми. Можуть реалізовуватись у формі надання знижок клієнтам партнера або шляхом створення єдиного дисконтного клубу, що об'єднує декілька партнерів;
- спільна рекламна акція. Тобто, проводиться одноразовий захід, де партнери об'єднують свої зусилля в просуванні своїх компаній (продуктів).

При плануванні використання крос-маркетингу партнерам обов'язково необхідно домовитися про умови проведення акцій, обговорити усі можливі нюанси, способи реклами та інформування, обсяги фінансування таке інше. Все це є обов'язковою умовою отримання спільної вигоди та досягнення поставленої мети.

Підводячи підсумок слід відзначити, що застосування технології крос-маркетингу в умовах сучасного конкурентного ринку надає можливість компаніям спільно вирішувати свої маркетингові завдання з просування торгового бренду, розширення клієнтської бази та збільшення обсягів продажу.

Література

1. E-commerce в Україні: підсумки 2016. ТОПові тренди 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://logist.fm/publications/e-commerce-v-ukrayini-pidsumki-2016-topovi-trendi-2017>.
2. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – Т. II. – С. 64-74.

Руденко М.В., канд. екон. наук, доцент
Черкаський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
м. Черкаси

ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Ключовим завданням сучасного підприємства агропромислового комплексу є утримання та розширення своїх конкурентних позицій на ринку, а також підвищення ефективності функціонування. Фахівці аграрного сектору та науковці зазначають, що одним із основних факторів успіху підприємства є відданість та задоволеність споживачів, тобто їхня лояльність. Наявність сприятливого ставлення клієнтів до підприємства та його продукції є основою для стабільного обсягу реалізації продукції та її розширення, що, в кінцевому підсумку, суттєво впливає на успішність функціонування підприємства та його розвиток.

В наш час маркетингові механізми стимулювання збуту помітно знизили свою ефективність, тому значна кількість аграрних підприємств змушені шукати інші важелі підвищення конкурентоспроможності виготовленої продукції. Поява на ринку значної кількості однотипних товарів різних виробників та виникнення ефекту дефіциту споживачів, зі зростанням їхніх очікувань, обумовлюють необхідність розвитку та перегляду взаємин виробника та споживача [1, с. 143].

Ставлення клієнтів до продукції аграрного підприємства пов'язано зі соціально-психологічними аспектами реакції людей. Аналітичними показниками побудови нової моделі менеджменту взаємовідносин зі споживачами продукції аграрних підприємств є “задоволеність” та “лояльність”, тобто вищезазначена взаємодія відбувається на основі задоволеності клієнтів, формуванні програм лояльності та відданості виробнику.

Вважаємо, що лояльність споживачів продукції аграрних підприємств можливо оцінити за наступними параметрами:

- купівельна активність споживачів (обсяг покупок, індекс зростання обсягу товарів, що придбав клієнт, частота купівлі товарів тощо);
- задоволеність споживача, яка відбиває динаміку рівня задоволеності клієнтів маркетинговою діяльністю підприємства;
- імідж підприємства, який показує наскільки споживач виділяє підприємство серед конкурентів і визначає рівень бар'єру переключення на продукцію іншого агровиробника.

Доцільно розрізнити чотири типи лояльності споживачів по відношенню до підприємства: абсолютна лояльність (характерна висока зацікавленість споживача в придбанні товарів саме в конкретному підприємстві і повна задоволеність його маркетинговою діяльністю), неправдива лояльність (має місце, коли споживач часто купує товари в підприємстві в силу певних причин, але не відчуває емоційної прихильності до нього), латентна (прихована) лояльність (споживач високо оцінює маркетингову діяльність підприємства, але не має можливості часто купувати в ньому товари унаслідок, наприклад, економічних факторів, віддаленості від підприємства та ін.), відсутність лояльності (коли споживач здійснює одиничні покупки в підприємстві, виявляючи повну до нього байдужість) [2, с. 114].

Проведення моніторингу лояльності споживачів має на меті: по-перше, виміряти ступень лояльності споживачів, по-друге оцінити ефективність проведених заходів щодо підвищення лояльності. Першочергове значення при формуванні лояльності споживачів відводиться забезпеченню внутрішньої лояльності (лояльності працівників своєму підприємству). Особливо це стосується тих категорій персоналу, які безпосередньо працюють зі споживачами, оскільки від їх професіоналізму, особистих якостей та ставлення до клієнтів прямо залежить позитивне чи негативне сприйняття споживачами продукції аграрного підприємства.

Переконані, що ефективно управління лояльністю споживачів продукції аграрного підприємства передбачає врахування наступних складових елементів:

- відбір споживачів, здатних бути найбільш лояльними до продукції аграрного підприємства;
- створення диференційованої пропозиції, що має унікальну цінність для споживача;
- диференціація роботи з клієнтами, що передбачає пропонування більших привілеїв ключовим клієнтам;
- створення бар'єрів перемикання (програма лояльності, яка повинна застосовуватися спільно з підвищенням якості обслуговування і задоволеності споживачів);
- розробка, впровадження та застосування на практиці ефективних програм мотивації всіх співробітників компанії;
- розробка системи показників лояльності та методики її вимірювання;
- постійний моніторинг внутрішньої та зовнішньої лояльності;
- систематичне дослідження потреб і запитів споживачів.

Таким чином, у довгостроковому періоді будуть процвітати лише ті аграрні підприємства, які постійно й послідовно будуть приділяти увагу задоволеності

споживача з обов'язковим врахуванням складових елементів лояльності. В майбутньому лояльність виступатиме ключовим фактором довгострокових фінансових успіхів аграрного підприємства.

Література

1. Руденко М.В. Моніторинг задоволеності споживачів підприємства: методичний аспект / М.В. Руденко // Вісник ТНЕУ. – 2016. – № 2. – С. 142–149. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_2_15.
2. Балабаниць А.В. Механізм управління лояльністю споживачів / А.В. Балабаниць // Экономика Крыма. – 2012. – № 3(40). – С. 113-117.

Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОНІТОРИНГ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У ринкових умовах, необхідною умовою розвитку виробництва, підвищення якості і кількості продукції, появи нових товарів та послуг, а також головним засобом збереження конкурентоспроможності підприємства стають інновації. У сучасних умовах господарювання актуально постає проблема нарощування темпів економічного зростання за рахунок використання інтенсивних чинників, до яких відносять і інноваційні процеси, завдяки яким забезпечується підвищення основних макроекономічних показників, підвищення життєвого рівня населення у довгостроковій перспективі.

Теоретичні основи дослідження проблеми управління інноваційною активністю закладено у працях Безчасного Л., Білоусова В., Завліна П., Іноземцева В., Семикіної М., Чухно А. та інших вчених. Серед зарубіжних вчених питання стимулювання інноваційної активності досліджували Брю С., Друкер П., Інглеарт Р., Мак-Клеланд Д., Твисс Б., Самуельсон П., Хекхаузен Х. та інші. Питання інноваційного розвитку країни і підприємств різних сфер діяльності є предметом уваги Гаркавенко Н., В. Геєця, Е. Лібанової, Воронкової А., Грیشнової О., Колота А., Левченка О., Онікієнка В., Стадник В., Ушенко Н., Петрової І. та ін.

Метою публікації є моніторинг динаміки інноваційної діяльності підприємств та її вплив на зайнятість населення.

Стан зайнятості населення тісно пов'язаний з рівнем діяльності інноваційно активних та інноваційно неактивних підприємств в країні, зокрема, обсягами та часткою реалізованої у них продукції. На національному рівні інноваційна активність підприємств промисловості у 2014 році складала 16,1% (рис. 1), тоді як у розвинених країнах – 60-70%.

В останні роки негативну динаміку демонструють обсяги інноваційних витрат у промисловості (зменшення відбулося з 14333,9 млн. грн. у 2011 р. до 9562,6 млн. грн. у 2013 р.) та обсяги реалізованої інноваційної продукції, які склали 25669,0 млн. грн. у 2014 р. при максимальному значенні за досліджуваний період 45830,2 млн. грн. у 2008 р.

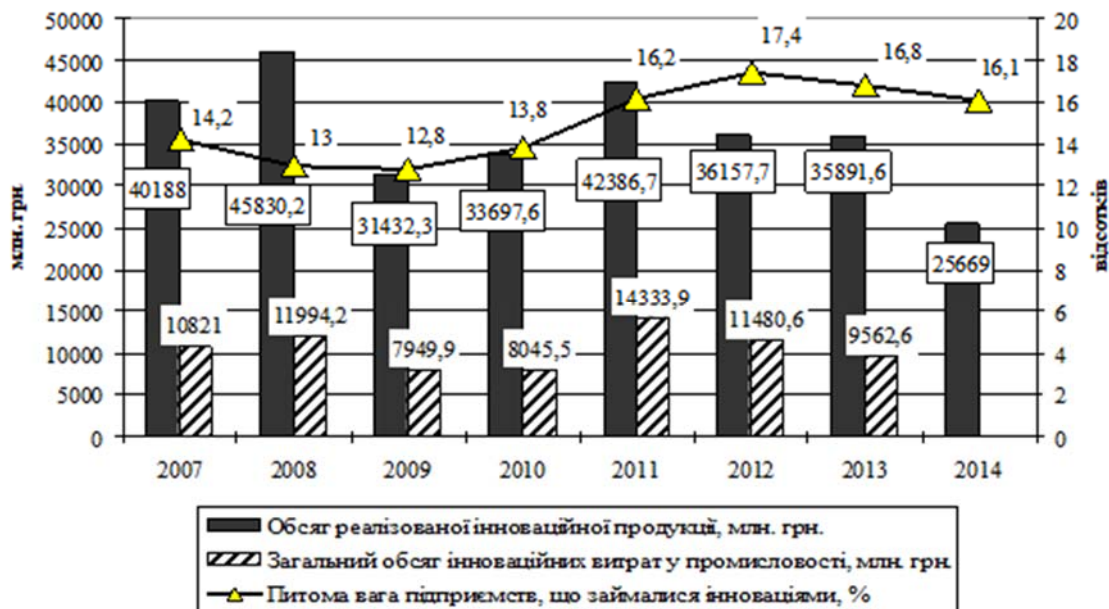


Рис. 1. Обсяги інноваційної діяльності промисловості України у 2007-2014 рр. [1].

По регіонах обсяг реалізованої продукції інноваційними та неінноваційними підприємствами теж досить неоднорідний, можна відразу визначити регіони, які ведуть екстенсивне виробництво, а відтак, в більшій мірі є дотаційними з боку держави (рис. 2).

З рис. 2 видно, що Запорізька область займає провідні позиції по випуску продукції на інноваційних підприємствах (71,7%). Також більше половини обсягу реалізованої продукції на інноваційно активних підприємствах реалізують підприємства Івано-Франківської, Рівненської, Миколаївської, Сумської та інших областей.

З позиції кількості працюючих на інноваційних підприємствах, та їх частки в загальному обсязі зайнятих, можна сказати, що в загальному обсязі зайнятих, частка працівників, які працюють на інноваційних підприємствах, становить по Україні 42,4%, відповідно, частка працівників, які працюють на звичайних підприємствах, складає 57,6%. В кількісному вираженні чисельність найманих працівників на інноваційних підприємствах в промисловості становить 1409,5 тис. осіб, і майже зрівнялась із звичайними не інноваційними підприємствами (1415,1) тис. осіб. В сфері послуг – 1148,1 тис. осіб, це в 2,0 рази менше, ніж на звичайних підприємствах (рис. 3).

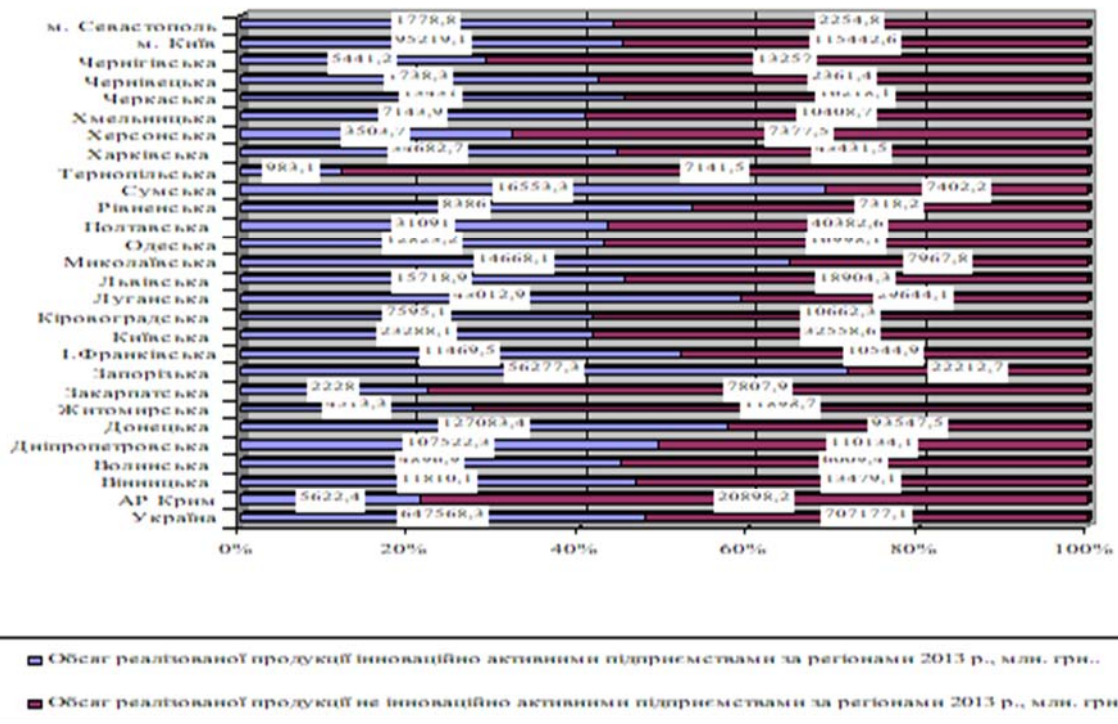


Рис. 2. Обсяг реалізованої продукції інноваційно активними підприємствами за регіонами в 2013 р. [1; 3, с. 12; 2, с. 223].

Між співвідношеннями частки реалізованої продукції та частки працюючих на інноваційно активних підприємствах за видами економічної діяльності відхилення досить незначні [5].

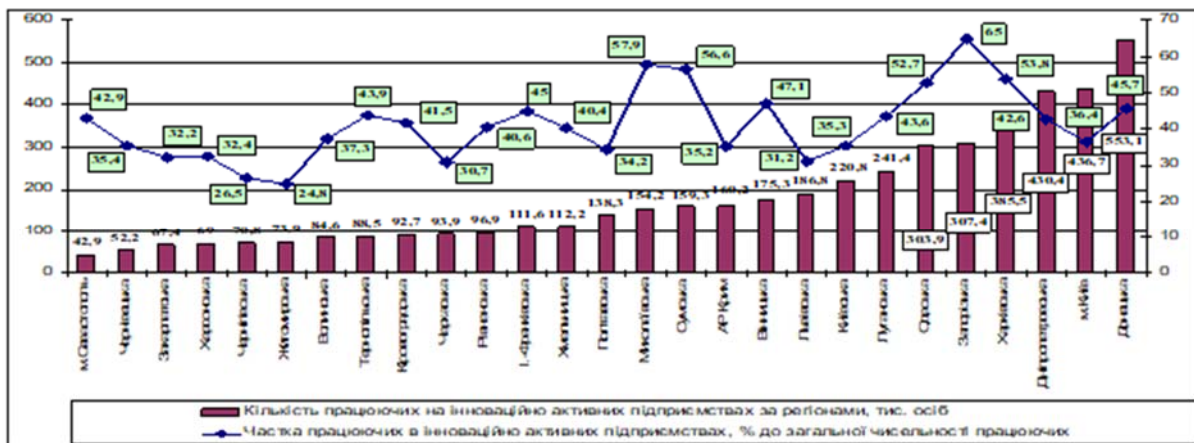


Рис. 3. Диференціація кількості зайнятих та їх частки на інноваційно активних підприємствах регіонів України в 2013 році [2, с.220; 4, с. 335]

Розраховуючи та порівнюючи обсяг реалізованої продукції на одного працюючого в інноваційно активних та неінноваційно активних підприємствах, за видами економічної діяльності в 2013 році, відмічаємо, що в даному періоді на одного працюючого в інноваційно активних підприємствах в цілому по Україні на 81,9 тис. грн. обсяг більше, ніж в неінноваційно активних підприємствах (рис. 4). З рис. 4 видно, що тенденція переважання обсягу реалізованої продукції на одного працюючого в інноваційно активних підприємствах зберігається майже по всіх

видах економічної діяльності, за виключенням постачання електроенергії, газу, пари, кондиційованого повітря, та діяльності у сфері архітектури, інжинірингу, технічних випробувань та досліджень.

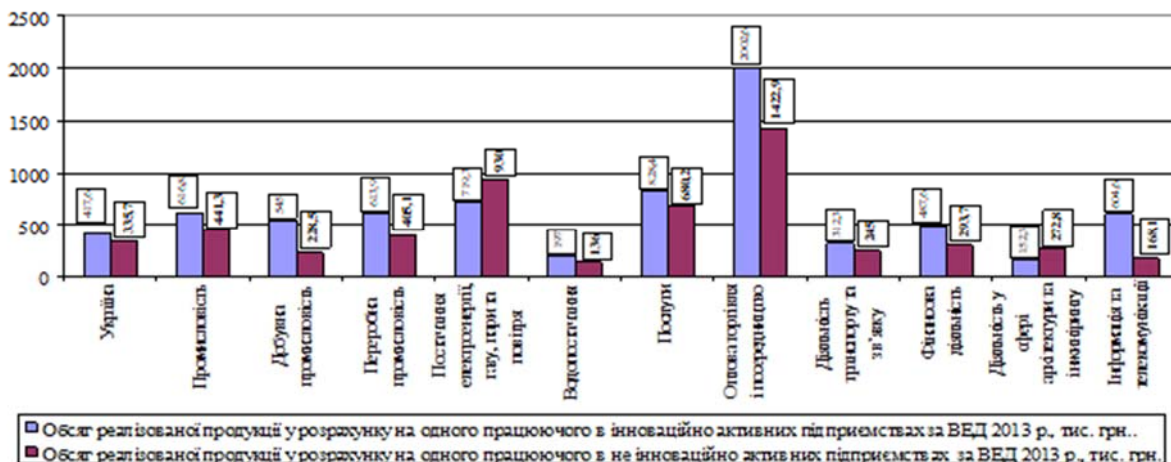


Рис. 4. Обсяг реалізованої продукції на одного працюючого в інноваційно активних та неактивних підприємствах за ВЕД в 2010 р. [2, с. 221,224; 4, с. 333].

Найбільший показник в діяльності пов'язаний з інформацією та телекомунікаціями, де переважає інноваційне підприємство в 3,6 рази. Найменші показники в діяльності транспорту та зв'язу [5, С. 143–150].

До чинників які стримують прояв інноваційної активності персоналу підприємств науковці відносять:

- традиційна в Україні політика низької ціни робочої сили, якої дотримуються роботодавці;
- традиційно занижена оцінка вагомості праці інноваційного змісту на підприємствах, в організаціях, установах, успадкована з часів планової централізованої економіки;
- невирішеність питань інтелектуальної власності та захисту авторських прав у вітчизняній практиці інновацій;
- поширене формальне ставлення до укладання колективних договорів та їх виконання [7; 8].

Отже, у сфері інноваційного розвитку підприємств України спостерігаються стійкі негативні тенденції, які породжуються системою чинників-дестимуляторів інноваційної діяльності. Невирішеність проблем інноваційного розвитку підприємств надалі загрожує ризиками неконкурентоспроможності для суб'єктів господарювання.

Перспективи подолання проблем в інноваційному розвитку слід пов'язувати, по-перше, з розвитком конкурентного середовища, підвищенням попиту на інновації на макрорівні, по-друге, з прогресивними змінами у стимулюванні інноваційної активності підприємств на макро- та мезоекономічних рівнях (йдеться про державну та корпоративну підтримку інноваційної активності, сприятливе законодавче поле інноваційної діяльності); по-третє, з кардинальними змінами у матеріальному стимулюванні праці інноваційного змісту, результатом яких має стати нарощування критичної маси винахідників та раціоналізаторів в усіх сферах діяльності, піднесення творчої та інтелектуальної активності, формування кращих можливостей для оновлення знань і розробки нових ідей і проектів.

Активізація інноваційної діяльності підприємств потребує комплексного, багаторівневого, системного підходу, що неможливо без тісної та плідної взаємодії урядовців, менеджерів у напрямі формування ефективного механізму стимулювання інноваційної діяльності в Україні.

Література

1. Державна служба статистики України : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Наукова та інноваційна діяльність (1991-2014 роки) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Регіони України за 2013 р. Стат. збірник / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 486 с.
4. Статистичний щорічник України за 2013 р. Стат. збірник / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 559 с.
5. Рябоволик Т.Ф. Розробка та реалізація стратегії регулювання зайнятості населення в інноваційному секторі національної економіки / Т.Ф. Рябоволик // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – Кіровоград : КНТУ, 2014. – Вип. 26. – С. 143-150.
6. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / [Денисенко М.П., Михайлова Л.І., Грищенко І.М. та ін.]. – Суми : Університетська книга, 2008. – 1045 с.
7. Інноваційна праця: діагностика проблем, важелі активізації: [монографія] / М.В. Семикіна, С.Р. Пасека, Л.Д. Збаржевецька / За наук. ред. д-ра екон. наук, проф. М.В. Семикіної. – Черкаси: видавництво «МАКЛАУТ», 2012. – 320 с.
8. Збаржевецька Л.Д. Концептуальні підходи щодо вдосконалення механізмів підвищення інноваційної активності вітчизняних працівників / Л.Д. Збаржевецька // Економічний простір: міжвуз. зб. наук. праць. вип. № 22/1. – Дніпропетровськ: Наука і освіта. – 2009. – С. 287-298.

Семикіна А.В., канд. екон. наук, викладач
Одеський національний економічний університет
м. Одеса

КРИЗА В ПОЛІТИЦІ ДОХОДІВ ЯК ЧИННИК ВТРАТ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Доходи від праці завжди слугують індикатором задоволення потреб, компенсації трудових зусиль та прагнень до розвитку людського капіталу.

Проте аналіз статистики доходів в Україні є свідченням глибокої кризи в політиці доходів населення. Внаслідок зниження реальних доходів зайнятого населення в Україні відбувається надмірне розшарування на багатих і бідних, поширення масового зубожіння серед працюючих. Окреслені деформації руйнують мотивацію населення до плідної праці в офіційному секторі економіки, знижують продуктивність праці, зменшують попит на товари та послуги. Криза в політиці доходів уповільнює розвиток економіки країни та її регіонів, а головне – погіршує якість людського капіталу, обмежує можливості його нормального відтворення та розвитку, зумовлюючи додаткові втрати людського капіталу за рахунок скорочення народжуваності, збільшення смертності, захворюваності, зростання обсягів міграцій.

Сьогодні навіть випускники шкіл, орієнтуючись на перспективи працевлаштування та отримання гідного доходу від праці, все більше надають

перевагу навчанню за кордоном. Втрачаючи молодь, країна може залишитися без майбутнього. Прискориться старіння населення, яке за умов низьких доходів від праці означатиме одночасно кадрову кризу на підприємствах. Поки не всім українським підприємцям зрозуміло, що малооплачувана робота в дійсності не є ефективною, вона не мотивує до постійного саморозвитку, провокує імітацію трудової діяльності за відомим з радянських часів принципом: держава робить вигляд, що оплачує працю, а працівник, отримуючи таку заробітну платню, робить вигляд, що працює. Особи, яких не влаштовує мізерний заробіток в офіційному секторі економіки, вимушені робити вибір на користь неформальної зайнятості з нестабільними умовами оплати праці, без соціальних гарантій, працевлаштовуючись часто не за фахом, що не сприяє підтриманню рівня професіоналізму за обраною спеціальністю.

З нашої точки зору, подолання кризи в політиці доходів має відбуватися на різних економічних рівнях.

На рівні підприємства подолання кризи в доходах потребує побудови адекватної компенсаційної політики, адже на більшості підприємств сьогодні не відбувається належної компенсації трудових зусиль працівників.

Розвиваючи наукові підходи А. Колота, С. Цимбалюк та інших вчених [1-4], вважаємо за доцільне розуміти компенсаційну політику комплексно, ставлячи за мету забезпечення економічного зростання шляхом створення інструментарію ефективного їх трудової та інноваційної активності, освітньо-професійного розвитку, підвищення добробуту працівників та їх сімей (рис.1).

Схема на рис.1 поглиблює наукові підходи щодо змісту компенсаційної політики та складових розширеного компенсаційного пакету, який передбачає матеріальні та нематеріальні компенсації за витрачені трудові зусилля. Матеріальні компенсації на рівні підприємства включають заробітну плату (основну і додаткову), заохочувальні та компенсаційні виплати, виплати з прибутку, інші винагороди; нематеріальні компенсації – створення умов для творчої самореалізації, кар'єрного зростання, кращого задоволення соціальних потреб працівника та його сім'ї.

На рівні регіонів передумовою якісних змін політики доходів має стати активізація соціального діалогу на різних економічних рівнях. Йдеться про узгодження інтересів об'єднань працівників, роботодавців і регіональних органів державної влади шляхом укладання територіальних (регіональних) угод із включенням програм вдосконалення компенсаційної політики на підприємствах, орієнтованих на підвищення оплати висококваліфікованої праці, подолання необґрунтованої диференціації в доходах керівників і підлеглих, нерівності в оцінці та стимулюванні праці.

На макрорівні вихід з кризи в політиці доходів вимагає перегляду підходів до визначення мінімальної заробітної плати через розрахунок реального мінімального споживчого кошику, встановлення більш прогресивних тарифних коефіцієнтів для уникнення явища зрівнялівки в доходах малокваліфікованих і висококваліфікованих працівників. Варто пам'ятати, що людський капітал активно працює на економіку тоді, коли створена адекватна система компенсації витрачених в процесі праці зусиль щодо накопичення знань, реалізації творчих нахилів та практичних навичок.

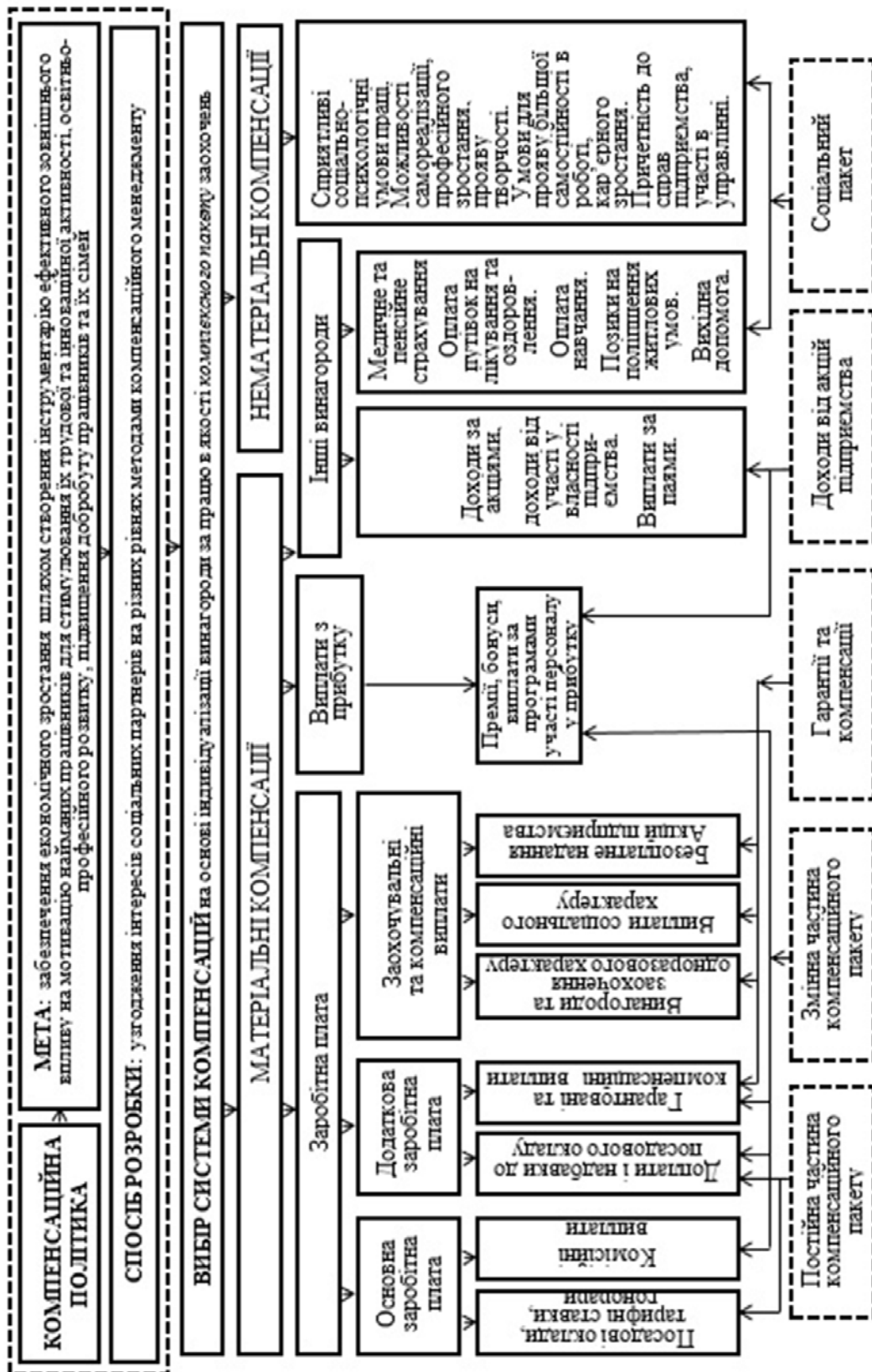


Рис. 1. Компенсаційна політика на мікроекономічному рівні та її зміст (схема розроблена на основі узагальнення джерел [2-5])

Доречно згадати вислів Гай Райдера, Генерального директора МОП, про те, що «без зростання заробітної плати і розширення можливостей для гідної праці світова економіка не зможе вирватися з порочного кола низького росту, в якому вона знаходиться зараз» [5, с. 6]. Водночас важливо підкреслити, що наближення України до стандартів ЄС має передбачати не лише зростання розмірів оплати праці, а передусім підвищення цінності праці як ресурсу через індивідуалізацію оцінки трудового внеску залежно від складності, якості, результативності праці, рівня освіти, кваліфікації, прояву творчої активності.

Література

1. Хендерсон Р. И. Компенсационный менеджмент: Питер, 8-е изд, 2004, - 880 с.
2. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2014. – 479 с.
3. Цимбалюк С.О. Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: монографія / С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2014.– 359 с.
4. Сосновий А.А. Компенсационный пакет: Содержание, структура, особенности создания / А.А. Сосновий // Московский психологический журнал.– 2004.– № 8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://magazine.mospsy.ru>.
5. Зароботная плата в мире в 2016–2017 гг.: Неравенство в оплате труда на предприятиях / Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии . – Москва : МОТ, 2017. - 164 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_544096.pdf

Ситник О.Ю., канд. екон. наук
Кіровоградська льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ АВІАКОМПАНІЙ

Вітчизняні авіакомпанії сьогодні функціонують в умовах жорсткої конкуренції на ринку авіаперевезень, проблеми підвищення ефективності роботи авіакомпаній зокрема, набувають особливого значення та актуальності. Сьогодні конкурентоспроможність авіапідприємств залишається на дуже низькому рівні. Авіаційна галузь України має певні проблеми: морально та фізично застарілий парк повітряних суден і обладнання; розбудова інфраструктури аеропортів, терміналів; модернізація та розвиток основних фондів галузі. Головною проблемою залишається недостатня ефективність експлуатації внутрішніх маршрутів вітчизняних авіакомпаній. Це пояснюється тим, що більша частина внутрішніх перевезень виконується літаками радянського виробництва зі значним рівнем зношування, низькою паливною ефективністю та відсутністю можливості забезпечення достатнього рівня сервісного обслуговування.

Саме в сучасних умовах глобалізації ринків авіаційних послуг для України постає необхідність інтегруватися в світові економічні процеси та приймати у них активну та безпосередню участь. За даних обставин інтенсивність конкурентної боротьби на міжнародному ринку зростає, що призводить до загострення

конкуренції між основним гравцями ринку. Забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності стає першочерговим завданням вітчизняних авіакомпаній.

Проблемам підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній присвячено чимало праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких особливу увагу даній проблемі у своїх дослідженнях приділили О. Ареф'єва, О. Богданов, О. Брезіцька, О. Буглак, В. Дикань, Т. Клебанова, О. Кузьмін, Ю. Лисенко, Д. Львов, В. Маєвський, В. Матвеєв, О. Мних, Т. Сівашенко, О. Степанов, М. Тодаро, О. Тридід, Т. Шкода та інші. Проте не у повній мірі вивчені питання знаходження пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній.

Конкурентоспроможність послуг авіакомпанії - це привабливість послуг для клієнтів, тобто задоволення потреб споживачів авіаційних послуг. Головна властивість конкурентоспроможності – це здатність підтримувати достатній рівень прибутку авіакомпанії на певному короткостроковому відрізку часу при активному застосуванні конкурентних переваг низького порядку. За умови реалізації конкурентних переваг вищого порядку, конкурентоспроможність впливає на здатність авіакомпанії перевищувати середньостатистичну прибутковість конкурентів на визначеному сегменті ринку авіаційних перевезень. На даний момент конкурентоспроможність вітчизняних авіакомпаній формується під впливом низки чинників внутрішнього та зовнішнього середовища (рис. 1).

На сьогодні розвиток міжнародного повітряного транспорту взаємопов'язаний із зовнішньополітичними та економічними відносинами. Це зазвичай вимагає вирівнювання рівня продуктивних сил транспортної системи та інших галузей матеріального виробництва, повної відповідності транспортної мережі розвитку міжнародних економічних, політичних і культурних зв'язків [4]. Серед усіх видів транспорту, саме авіаційний характеризується найвищою швидкістю і безпекою перевезень. Тому зростання національної галузі авіаперевезень – найважливіша конкурентна умова розвитку української економіки.



Рисунок 1. Основні чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, які впливають на конкурентоспроможність авіакомпанії

Джерело: складено автором з використанням джерела [5]

Сучасний загальний стан економічної кон'юнктури ринку вітчизняних авіаційних перевезень пояснюється негативною динамікою основних макроекономічних показників, нестабільністю економіки України – саме ці фактори найбільше вплинули на ринок авіаперевезень, де має місце зменшення всіх основних виробничих показників порівняно з попередніми роками.

Необхідно зауважити, що українські авіакомпанії збільшили кількість перевезених пасажирів порівняно з 2015 р. на 31,3 %, яка склала 8277,9 тис. чоловік, пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 20,9 % та становили 12929,9 тис. чоловік. Авіакомпанією МАУ забезпечено зростання обсягів пасажирських перевезень порівняно з попереднім 2015 р. на 24,9 %; авіакомпаніями «Азур Ейр Україна» – на 17 %; «Роза вітрів» – на 75 %; «ЯнЕйр» – в 6,8 рази та «Атласджет Україна» – в 10,5 рази. Позитивна динаміка, яка зафіксована у 2016 р. пов'язана, перш за все, з розвитком сектора міжнародних повітряних перевезень [3]. Варто зазначити, що українські авіакомпанії активно виходять в конкурентний ринок, але ефективно конкурувати з лідерами авіаційного бізнесу вони ще не в змозі.

Авіакомпанії іноземних держав (особливо промислово розвинених), що мають фінансово-економічну перевагу над українськими, успішно завойовують український авіаційний ринок. Про це свідчить те, що регулярні польоти між Україною та країнами світу в першому кварталі 2016 року здійснювали вісім вітчизняних авіакомпаній в 34 країни світу і 25 іноземних авіакомпаній з 23 країн світу. У даній ситуації спрацьовує принцип ефективності взаємодії іноземних авіакомпаній з державними структурами управління [2,3].

На сучасному етапі продовжується реформування авіаційної галузі в таких напрямках: створення сильного конкурентоспроможного могутнього вузлового аеропорту на базі Державного міжнародного аеропорту Бориспіль; передача в комунальну власність державних регіональних аеропортів; впровадження на державному рівні механізму лізингу повітряних суден і авіаційної техніки вітчизняними авіакомпаніями, створення Державного лізингового фонду; посилення контролю з боку держави за дотриманням безпеки польотів і авіаційної безпеки [1].

Потенціал авіаційного ринку вимірюється тим, що Україна розташована на перехресті повітряних шляхів Європи. І крім того, держава має сьогодні відносно великий парк вантажних літаків. Подальше удосконалення функціонування ринку авіаперевезень пов'язане з модернізацією авіаційної техніки. Також, зараз держава оновлює свій парк на більш модифіковані моделі літаків, що повинно стати стимулом для всіх українських авіакомпаній [1].

Слід зауважити, що не всі вітчизняні авіакомпанії здатні вести конкурентну боротьбу. Якщо деякі з них і мають певні конкурентні переваги, то це не дає можливість багатьом з них ефективно їх реалізовувати через відсутність практики використання усього комплексу маркетингу: гнучкої тарифної політики, адекватної системи залучення пасажирів, ефективних способів стимулювання агентів і пасажирів тощо.

Таким чином, на основі аналізу основних тенденцій розвитку авіаційної галузі України та особливостей розвитку міжнародного ринку авіаційних перевезень можна визначити основні напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній, а саме: управління

авіакомпанією має здійснюватися на принципах сучасного маркетингу з врахуванням кон'юнктури ринку авіаперевезень та динаміки попиту; забезпечення високої якості обслуговування пасажирів; забезпечення постійної модернізації авіатехніки, яка експлуатується; заміни повітряних суден на нові за необхідності; забезпечення високих стандартів безпеки польотів, авіаційної безпеки, жорстке дотримання опублікованого розкладу польотів; сприяння безперервній роботі з підготовки та розвитку персоналу авіакомпанії; модернізація українських аеропортів; підвищення якості технічного обслуговування повітряних суден; удосконалення системи ставок аеропортових зборів для вітчизняних авіаперевізників.

Література

1. Гелич А.О. Підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України на міжнародному ринку / А.О. Гелич // Юридичний вісник. – 2008, № 1 – С. 26-29.
2. Грушак З.М. Підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній України на міжнародному ринку / З.М. Грушак // Економіка. Фінанси. Право. – №2.-2007 – С.10-13.
3. Офіційний сайт Державної авіаційної адміністрації / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua>
4. Полянська Н.Е. Організація комерційної роботи на повітряному транспорті: монографія. – К.: НАУ, 2004. – 320 с.
5. Передерій В.В. Оцінка конкурентоспроможності авіакомпаній-лідерів на ринку пасажирських авіаперевезень України / В.В. Передерій // Формування ринкових відносин в Україні – 2013. – Вип. 2 [122] – С. 67-72.

Скарбовійчук Т.В., аспірант
Вінницький національний
аграрний університет
м. Вінниця

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СЕРЕДНІХ ТА МАЛИХ МІСТ В УКРАЇНІ

Актуальність дослідження розвитку концепцій та інструментарію управління розвитком малих та середніх міст обумовлена специфікою цих муніципальних утворень, як субрегіональних економічних, культурних і духовних центрів України та потребою в діючих стратегіях і оперативних планах, спеціальних програмах та проектах.

Стратегія повинна стати підґрунтям для розробки короткотермінових та середньострокових програм економічного і соціального розвитку міста.

Ряд науково-дослідних та практичних публікацій присвячено розробці стратегії розвитку міста та її реалізації. Але проблеми запровадження сучасних управлінських та інформаційних технологій залишаються вирішеними недостатньо.

Мета дослідження полягає у визначенні основних напрямів та інструментарію управління розвитком середніх та малих міст України.

Результати дослідження. Загальна концепція розробки та реалізації стратегії розвитку міста базується на представлених нижче принципах, відносно яких були сформовані інструментарії їх запровадження.

1. Визначення пріоритетів розвитку міста відносно кожної цільової групи населення, містоутворюючих об'єктів, історичної спадщини та національних традицій. Інструменти: карти стратегічного планування та управління; SWOT та PEST аналіз; аналізи розвитку відносно потреб кожної цільової групи; аналіз розвитку відносно кожного місто утворюючого об'єкту.

2. Активізація сучасних управлінських та інформаційних технологій в розвитку міста та його громади. Сайт міста, активна сторінка в соціальних мережах; спеціальні майданчики обговорення стратегії, програм і проектів; інструменти електронного урядування.

3. Інституційна підтримка розвитку міста. Активізація діяльності органів самоврядування, формування робочої групи та запровадження інституту розвитку міста.

4. Активізація громадської ініціативи в розвитку міста. Створення коворкінгів, віртуальних майданчиків, підтримка громадських організацій.

5. Оптимальний розподіл бюджету на проекти розвитку міста на основі обґрунтованого моделювання.

6. Запровадження сучасних інструментів моніторингу та управління програмами і проектами розвитку міста у вигляді інформаційної системи моделювання та публікації результатів прогнозуванні і реалізації визначених програм і проектів.

Такий підхід передбачає реалізацію концепції розвитку міста, яка полягає у формулі приросту населення та його активного розвитку в підприємницькій, професійній та соціальній сфері, що, в свою чергу активно впливає на зростання бюджетних коштів, розвиток інфраструктури, запровадження інноваційних та культурних проектів, покращення іміджу міста, розвиток його бренду.

Нова законодавча база значно посилила мотивацію до міжмуніципальної консолідації в країні, створила належні правові умови та механізми для формування спроможних територіальних громад сіл, селищ, міст, які об'єднують свої зусилля у вирішенні нагальних проблем. Також вже виправдала себе нова модель фінансового забезпечення місцевих бюджетів, які отримали певну автономію і незалежність від центрального бюджету після реформи децентралізації. Але для вирішення ряду проблем потрібна допомога міжнародних організацій з економічного і соціального розвитку (дешеві кредити, гранти та міжнародна технічна допомога), пошук і залучення зацікавлених зовнішніх інвесторів. Ці можливості сприятимуть зменшенню таких слабких сторін, як недостатній рівень прямих іноземних інвестицій, низький рівень заробітної плати в порівнянні із середньо українським, значний рівень відтоку активних і кваліфікованих працівників за межі регіону, технічна та моральна зношеність комунальної інфраструктури, недостатня потужність очисних споруд каналізації та низький рівень каналізування населених пунктів, застаріла матеріально-технічна база підприємства, низька енергоефективність економіки, недостатній рівень поглибленої переробки сільськогосподарської продукції та значний рівень відтоку активних і кваліфікованих працівників за межі регіону.

Якщо буде виконане ефективно запровадження ряд програм з ключовими реформами, то це в подальшому дасть змогу зменшити вплив корупції, що спричиняє неефективне та непрозоре використання бюджетних коштів, реєстрацію і сплату податків потужними підприємствами-експортерами за

межами області, розвинути інститути громадянського суспільства, та системи інформатизації територіальних громад області, провести децентралізацію влади, передати владні повноваження на рівень територіальних громад та здійснити процедуру добровільного об'єднання територіальних громад. Ефективне проведення цих реформ дозволить створити мережу спроможних територіальних громад та підвищити ефективність задоволення потреб мешканців територіальних громад.

Запровадження таких програм та проектів повинно здійснюватись за принципами та правилами управління проектами з прозорим моніторингом витрат та одержаних результатів.

Література

1. Бугай С.М. Визначення шляхів подолання кризового стану монофункціональних міст України / С. Бугай. – К.: ДНДІМЕ, 2002, – С. 186-192 (Моделювання та інформатизація соціально-економічного розвитку України. – Зб. наук. пр. – Вип. 2).

2. Розроблення програми розвитку малих міст України [Електронний ресурс]: <http://decentralization.gov.ua/about/> Назва з екрану.

Слободян Т.В., аспірант
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА УМОВ РИЗИКІВ СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Міжнародне співробітництво є важливою складовою стратегічного напрямку розвитку України і кожного господарюючого суб'єкта. Основна мета розвитку міжнародної співпраці – створення надійного партнерства з провідними іноземними країнами, доручення до прогресивного інноваційного світового досвіду. Крім того, європейська інтеграція України за сучасних умов глобалізації світу, вбачається практичним шляхом реалізації механізму впровадження європейських стандартів якості як продукції, так і господарювання на регіональному та місцевому рівнях. Вплив міждержавного співробітництва здійснюється у декількох площинах, в тому числі – із розвитком інтеграції змінюють традиційні засади ведення підприємницької діяльності та підходи до управління підприємством, враховуючи досвід і вплив іноземних компаній [1].

Міжнародні інноваційні підходи до управління підприємством включають сукупність новітніх управлінських функцій та нововведень, щодо оцінювання невизначеностей і зниження ризиків, сприяння загальному розвитку. Сучасне управління підприємством покликане активізувати механізми керуючого впливу щодо запровадження адаптивного, гнучкого контролю всередині підприємства і у зовнішньому середовищі.

Зважаючи на динамічну тенденцію інтеграційних процесів, залучення українського бізнесу у світову економіку вимагає актуалізації та відображення основних засад та принципів ведення бізнес діяльності виходячи із світових

практик учасників ринків. Відповідно, управління компаніями має відповідати вимогам та стандартам ведення бізнес діяльності базуючись на прозорості структури компанії, репутації компанії та високим рівнем бізнес етики. Для реалізації бізнес інтересів у сфері міжрегіонального та транскордонного співробітництва, українські компанії мають виходити на інноваційний рівень ведення господарської діяльності, в першу чергу слід приділити увагу питанню контролю та новітнім інструментам менеджменту.

Враховуючи світовий досвід, у провідних компаніях світу з'являється така інноваційна система управління як «комплаєнс». Система Комплаєнс (Compliance System) – це визнана система на міжнародному рівні, основною метою якої є протидії загрозам та ризикам управління, яка забезпечує відповідність та правомірність діяльності компанії по відношенню до вимог державних органів, інших організацій, внутрішніх процедур та політик, світовим нормам та правилам, рекомендаціям світових спільнот та загальним стандартам, які регламентують діяльність організації на всіх рівнях. Так, наприклад, починаючи з 2002 року будь-яка компанія в світі, акції якої котуються на Нью-Йорській Фондовій Біржі підпадають під вимоги американського законодавства, відповідно до яких така компанія має впровадити у себе корпоративну систему комплаєнс [2].

Щодо сучасної практики в Україні, то у 2015 році до ряду законів України були внесені зміни у сфері державних закупівель щодо приведення їх у відповідність із міжнародними стандартами включаючи вжиття заходів з подолання корупції. У ЗУ зазначається, що компанія може бути відсторонена від тендерів, якщо юридична особа, яка є учасником торгів або учасником попередньої кваліфікації, не має антикорупційної програми чи уповноваженого з реалізації антикорупційної програми. Така вимога діє, якщо вартість закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) або робіт дорівнює або перевищує 20 000 000 грн. [3]. Можна зробити висновок, що тим самим держава стимулює великі підприємства до нових підходів управління підприємством та мінімізації ризиків та негативних факторів, які можуть бути від непрозорої системи ведення бізнес діяльності. З часом на прикладі світових ТНК, посилюється тенденції збільшення ролі інструменту комплаєнс та можливості відповідати міжнародним стандартам.

Інноваційних інструмент управління «комплаєнс» не лише характеризує високий розвиток підприємства, а й захищає організацію від чисельних негативних факторів в умовах ризиків на міжнародних ринках. Політика комплаєнс поліпшує практики організації з управління ризиками, поліпшує відносини з третіми сторонами, попереджує порушення правил та законів на ранній стадії, захищає від розкрадань, шахрайства і зловживань, підвищує довіру партнерів та спосіб доступу до співробітництва з міжнародними компаніями. У свою чергу нехтування правилами комплаєнс в управлінні підприємством може спричинити до фінансових втрат, втрати ділової репутації, виключення з кола бізнес-партнерів, юридична та адміністративна відповідальність (санкції та ембарго).

Використання комплаєнс-інструментів управління сьогодні здійснюється переважно українськими дочірніми компаніями великих закордонних ТНК, але їх перспективність є передумовою обґрунтування наукових і теоретико-методичних засад як сучасного атрибуту підприємницької діяльності.

Таким чином, для бізнесу, який розвивається та націлений на співробітництво із міжнародними компаніями, інноваційний напрямок

управління комплаєнс, в умовах ризиків ринку, може бути визначений як стратегічне завдання сучасного менеджменту.

Література

1. Міжрегіональне співробітництво між Україною та Польщею [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poland.mfa.gov.ua/ua/ukraine-pl/regions>
2. Національна Асоціація Комплаєнс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://compliance.su/novosti/chto-takoe-komplaens-voprosi-i-otveti>
3. Змінено Закон про держзакупівлі: проводимо торги з урахуванням нових вимог [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhbudget.com.ua/ua/journal/buhbudget/article/3433>

Смутчак З.В., канд. екон. наук, доцент
Кіровоградська льотна академія
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький
Зяцько Й.
президент Європейського інституту
безперервної освіти, почесний професор
Словаччина

ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТНІХ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В КОНТЕКСТІ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Процеси глобалізації світової економіки стають дедалі інтенсивнішими. З одного боку, глобалізація розширює можливості окремих країн щодо використання інтелектуальних ресурсів, з другого – глобальні процеси значно загострюють конкурентну боротьбу, що становить реальну загрозу для країн з низькими і середніми доходами. Помітним чинником глобального перерозподілу інтелектуальних і трудових ресурсів на користь розвинутих країн є освітня міграція, що забезпечує вагомі інвестиції в національну економіку країн-реципієнтів, в тому числі в систему освіти, сприяє підвищенню споживання товарів та послуг. Водночас у країнах-донорах вона сприяє постарінню населення та погіршенню якісних характеристик трудових ресурсів, спричиняє «відплив мізків», тобто загрожує економічній безпеці держави.

Серед найважливіших особливостей впливу глобалізації на професійний розвиток персоналу, на трансформацію сучасного ринку праці слід виокремити насамперед формування стійкого попиту на високоосвічених спеціалістів, здатних до прийняття нових знань та підвищення рівня кваліфікації, підвищення попиту на представників «наскрізних професій», пов'язаних з інформаційними змінами у суспільстві, підвищення рівня професійної мобільності на міжнародному ринку праці, реалізацію можливостей залучення кваліфікованої іноземної робочої сили.

Незважаючи на те, що освітні міграції є менш масштабними порівняно з іншими міграційними потоками, вони відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку і країн, що приймають на навчання іноземних громадян, так і тих, які їх відправляють.

Варто відзначити, що освітня міграція, крім суто економічних вигод, є джерелом поповнення економіки висококваліфікованими кадрами і в багатьох країнах розглядається як перший крок до трудової імміграції (переважно за рахунок представників дефіцитних категорій спеціалістів).

Загострення конкуренції на світових ринках товарів і послуг дедалі більше потребує впровадження у сфери виробництва та послуг інноваційних технологій. Знання та інтелектуальна власність набувають статусу цінності, що визначає рівень розвитку сучасних суспільств, інтелектуальний капітал стає основою національного багатства.

Тому інтелектуальна міграція, в тому числі освітня, обіцяє великі дивіденди країнам-реципієнтам за умови її ефективного регулювання і максимального використання потенціалу. Водночас вона несе серйозні виклики економічній безпеці країн-донорів. Для країн, що направляють своїх громадян навчатися за кордоном, особливо для країн, що розвиваються, освітня міграція, враховуючи високу частку тих, хто залишається в країнах навчання, створює загрозу «відпливу мізків», тобто втрати необхідних для розвитку висококваліфікованих кадрів.

Останніми роками все частіше спостерігається так звана «циркуляція мізків», тобто циклічні неодноразові переміщення за кордон для навчання і подальшої роботи та повернення на батьківщину. Прихильники моделі «циркуляції мізків» вважають, що така форма міграції посилиться в майбутньому, особливо якщо економічні відмінності між країнами будуть зменшуватися, і відповідатиме інтересам і країн призначення, і походження фахівців.

Залучаючи переважно молодих, добре освічених людей, міграційні процеси сприяють підвищенню освітнього потенціалу населення регіонів – реципієнтів і зниженню показників досягнутого освітнього рівня в регіонах-донорах. Для перспективної молоді еміграція залишається чи не єдиним шляхом швидкого поліпшення добробуту без відмови від наукової діяльності. Разом з тим збільшилася кількість емігрантів, які мають вчений ступінь кандидата наук. Найбільшу кількість кандидатів наук Україна втрачає у міграційному обміні зі Сполученими Штатами, Росією, Німеччиною та Канадою (рис. 1).

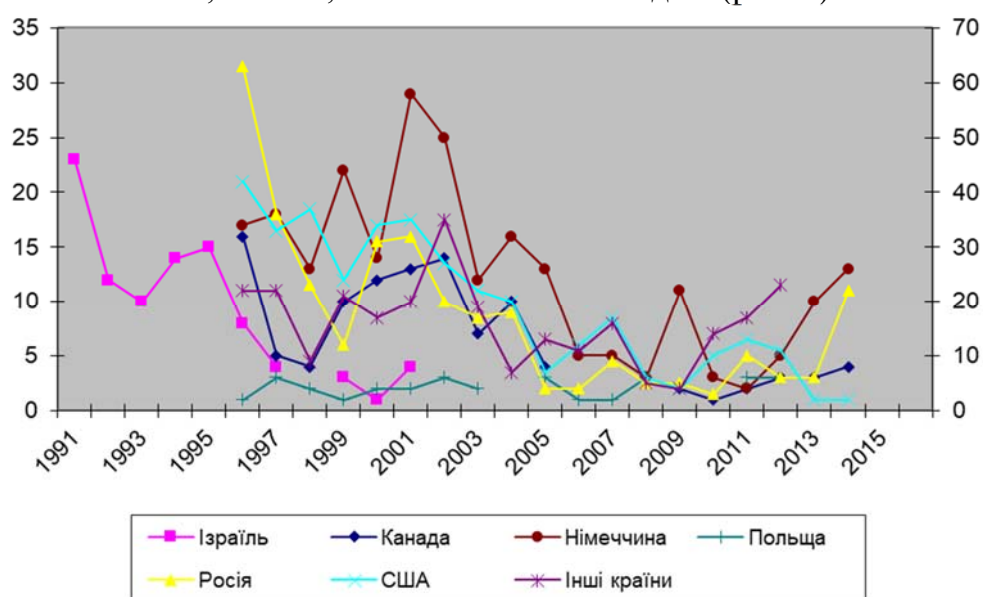


Рис. 1. Чисельність кандидатів наук, які виїхали за кордон, за країнами (осіб)

Джерело: складено за даними [2]

Найвища інтенсивність вибуття кандидатів наук (удвічі вище середнього за сукупністю рівня) спостерігається серед осіб віком 31-40 років, тобто тих вікових контингентів кваліфікованих кадрів, які, з одного боку, мають доволі значний досвід роботи, а, з другого – зберігають високий рівень здоров'я та працездатності [1].

Найдоступнішим способом виїзду молоді виступає сезонна міграція в період студентських канікул в країни Заходу. Але все актуальнішим стає виїзд на навчання з метою завершення освіти після декількох років навчання на Батьківщині. І найважливішу роль тут відіграє активне впровадження в Україні Болонської системи, реалізація якої предбачає наявність та розвиток навчальної мобільності. Часто студенти прагнуть «покинути» Батьківщину, залишитися жити і працювати на Заході. Але існує молодь, яка дійсно знає ціну своєму інтелектуальному рівню, і не погодиться на будь-яку роботу тільки заради того, щоб залишитися жити і працювати в більш економічно благополучній країні [3]. Отже, люди, які активно займаються наукою, мають міцні зв'язки з країною походження, навряд чи залишаться за кордоном. Тому необхідний відбір саме таких студентів для навчання за кордоном.

Освітня міграція є певним викликом для обох країн: тієї, що приймає, і тієї, що надсилає. Адже країна походження у певний спосіб впливає на те, що особа вирішує здобувати освіту за кордоном. Водночас країна, що приймає, має створити відповідні умови для навчання, проживання осіб з інших країн, а також створити умови для того, щоб залишити цей потенціал у себе в країні. Разом з тим і країна походження має бути зацікавлена у тому, щоб привабити людей з високим рівнем освіти, тому що це сприятиме розвиткові країни [4].

З кожним роком чисельність українських мігрантів збільшується. Україна по праву вважається однією з найбільших країн-донорів трудових ресурсів. Проблема полягає в тому, що в нашій державі не ведеться статистика щодо реальної кількості українських громадян, які працюють за кордоном. Немає також реальних даних щодо обсягів еміграції. Це спотворює картину міграційних процесів в Україні, унеможливорює ефективне їх регулювання і потребує більшої уваги уряду на цю проблему, що і визначає перспективи подальших досліджень.

Література

1. Міграція в Україні. Факти і цифри. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/presscvua/factsfigures-b5-uaf>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Акімов Д. І. Болонський процес, навчальна мобільність і трудова міграція / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://biznes-pro.ua/print_full.php?id=1045
4. Смалійчук Г.В. Освітня міграція в умовах трансформації ринку праці: значення та особливості регулювання / Г.В. Смалійчук // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право. – 2014. – Вип. 26. – С. 64-70. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_018_2014_26_11.

**INFORMATION PROVISION FOR THE SERVICE PROCESS
AS A MEANS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS IN
RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES**

The current problem of domestic theory and practice of management is the management of the competitiveness of enterprises. The uncertainty of the environment, increased competition in the restaurant industry make this problem one of the priority tasks, the successful solution of which will ensure the effective functioning of enterprises in the new conditions of management.

An important contribution to the theory and practice of research on competitiveness and strategic management was made by economists in Ukraine and other CIS countries: G.L. Azoyev, L.G. Bagiev, IO Blank, O.P. Gradov, P.S. Zavalov, Yu.B. Ivanov, MI Kruglov, NV Kudenko, SA Kuznetsova, AA Mazaraki, VV Pastukhova, G.T. Pyatnitskaya, IV Smolin, NM Ushakova, R.A. Fathatdinov, Z.E. Shershnyova, GI Shchedrin, A.Yu. Yudanov and others. They recognize the special significance of enterprise management in a context of fierce competition. However, some sectoral features of competition in the restaurant industry have not been adequately reflected in the writings of scientists, which will be the purpose of the study.

Throughout the world, the hotel and restaurant business is one of the most attractive for investors, and its profitability in developed countries is not less than 40%, while reaching 100% in tourist zones. As for Ukraine, the availability of demanding clients to the level of service of solvent clients does not allow 40% profitability.

Modern complex economic and political processes in Ukraine do not allow domestic enterprises to fully fight for the expansion of the internal and external market of sales and one of the reasons for this situation is the lack of high quality products.

The products of the restaurant industry (WG) satisfy one of the basic physiological needs of a person – the need for food, which influences its livelihoods. Successful development of the enterprise and ensuring its competitiveness largely depends on the level of compliance of the business entity with the expectations of consumers.

Competitiveness of restaurant enterprises is a microeconomic category, and raising its level is a reflection of interests primarily of the subjects of production and economic activity themselves. If the competitiveness of a restaurant business enterprise is perceived through the consumer's assessment, because of its perception of value and utility, then the system of indicators should be based on the needs of the consumer and the values provided by the restaurants of the restaurant. According to the theory of the pyramid of consumer needs, the nutritional need is at the core of the pyramid and corresponds to the physiological needs, the safety and health needs, and the utility of the enterprise's perception of food through its products. Domestic researchers believe that a comprehensive indicator of consumer assessment of food production competitiveness should be based on such group indicators as alternative to choice, organoleptic and physiological indicators [1].

The experience of recent years shows that far from all domestic enterprises are ready for competitive struggle. Even the possession of competitive products does not allow many of them to effectively implement this advantage because of the lack of

practice of using the entire marketing mix: a flexible assortment and pricing policy, an adequate organization of distribution channels, effective sales promotion methods, etc. In this regard, the problem of managing competitiveness at the current stage of development of the domestic economy is actualized and requires deepening of scientific research in this direction.

The current state of the market is characterized by a constant change in the external environment, the variability of consumer demand, the presence of a large number of enterprises of various forms of ownership, increasing uncertainty and risk. Therefore, in order to survive, enterprises need to monitor and respond to all changes occurring in their competitive environment in order to maintain their position in the market and provide competitive advantages. It is important for each enterprise to properly assess the market situation in order to choose effective means of competition, which, on the one hand, would be adequate to the market situation in Ukraine, its development trends, and, on the other, the specifics of the enterprise.

The great competition in the restaurant industry leads to the fact that a struggle is needed for virtually every client. Therefore, an important place in the commercial and production activities of the restaurant industry occupies the organization of the service process.

Consumer orientation involves creating the most comfortable conditions for the guests to stay at the facility and providing them with comprehensive information about the facility, service facilities, list of services, etc. [3] Particularly relevant today is the question of determining the information provision of the service process (IPSP) at restaurants in the restaurant.

It is possible to distinguish the following components of the IPSP. The initial stage of the service process is the formation of customer service needs of the restaurant before the start of the service through advertising in the media, distribution of brochures, flyers, signage and exterior of the restaurant. Correct formation of information support and information to the potential consumer will enable the formation of the target contingent and, accordingly, satisfy its needs in the services of restaurant establishments. One of the most important stages of the establishment of the restaurant industry is the preparatory work, in which, with the help of properly planned internal space, its information support is possible to increase visualization and materialization of services provided in restaurants.

Preparation of retail premises for the reception of consumers assumes their cleaning, furniture arrangement, reception of tableware and sets, table linen and table serving.

Information provision at the stage of direct customer service in restaurants is largely dependent on successful communications between service staff and visitors. The main place in the system of information provision of the process of service is the menu. The menu is the main carrier of information about the products (dishes) offered by the restaurant establishment and its business card.

At the final stage of the service process, it is important to correctly calculate with the clients, determine their positive attitude and the possibility of reapplying to the services of the restaurant establishment.

Thus, we see that the service process is complex, time-consuming and occupies a pivotal place in the commercial and production activities of the restaurant industry. At the same time, the success and competitiveness of enterprises in the market will depend precisely on the well-formed and implemented system of information provision.

References

1. Pyatnitskaya G.T. Enterprise Management in the Age of Globalism [Text]: Monograph / G.T. Pyatnitskaya – K. : "Logos", 2006. – 568 pp.
2. Armstrong, M. Performance Management. Management of the Efficiency of Work; Text Box / M. Armstrong, A. Baron; per with english □ 2nd ed. – M.: Hippo Publishing, 2007. – 384 p.
3. Mikhailova, NV An assessment of the competitiveness of enterprises in the restaurant industry on the basis of the principles of effective competition theory. Tekstksi / NV Mikhailova // Bulletin of the National Technical University "KhPI". vip Technical progress and production efficiency. – Kh.: NTU "KhPI", 2008. – No. 20 – 1. – P. 29-37.
4. Skavrovskaya IV Priority directions of development of restaurant business of Ukraine in the context of world experience / IV Scavrovskaya // Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. – 2009. – Vip. 2. – P. 232-244. [Electronic resource]. – Mode of access: http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm

Федосенко Л. В., канд. экон. наук, доцент
УО «Гомельский государственный
университет им.Ф.Скорины»
г. Гомель, Республика Беларусь
Иванова Т. И., ст. преподаватель
УО «Гомельский государственный
университет им.Ф.Скорины»
г. Гомель, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИЙ ФИНАНСОВ И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОДУКТА

Финансовые отношения, являясь важнейшей составной частью общей системы производственных отношений, обладают специфическими признаками. Во-первых, это всегда денежные отношения, поскольку деньги являются обязательным условием существования финансов, во-вторых, это отношения, возникающие на стадии распределения и перераспределения ВВП и НД конечной целью которых является формирование централизованных и децентрализованных фондов денежных средств. Следовательно, основное назначение финансов – это первичное распределение стоимости и её последующее перераспределение. Большинство специалистов выделяется две крупные сферы – финансы субъектов хозяйствования (децентрализованные) и общегосударственные финансы (централизованные). Кроме названных выше сфер финансовой системы, в качестве самостоятельной, некоторые экономисты выделяют сферу страхования, куда включают социальное страхование, личное и имущественное страхование, страхование ответственности, страхование предпринимательских рисков [1].

Классическое понимание устройства финансовой системы сводится к тому, что в её состав включаются три составные части – налоговая, бюджетная и денежно-кредитная системы, каждая из которых выполняет строго отведенную ей роль. Исходя из данного понимания финансовой системы, в её составе следует выделить, на наш взгляд, три крупных сферы, такие, как: финансы субъектов

хозяйствования (децентрализованные финансы), общегосударственные финансы (централизованные финансы) и финансовый рынок. Поскольку важнейшей составной частью финансовой системы является денежно-кредитная система и, исходя из содержания финансовых отношений, возникающих в сфере финансов субъектов хозяйствования и общегосударственных финансов, следует выделять в качестве самостоятельной сферы финансовый рынок. На финансовом рынке изыскиваются денежные средства на покрытие бюджетного дефицита безинфляционным способом.

На наш взгляд, несмотря на многофакторность точек зрения по поводу структуры финансового рынка, мы, в рамках настоящего исследования, с позиции распределительных отношений, считаем целесообразным выделить три ключевых звена в данной сфере финансовой системы – рынок ссудных капиталов (кредитный рынок), фондовый (рынок ценных бумаг) и страховой рынок.

На рынке ссудных капиталов перераспределяются временно свободные денежные средства, а именно, происходит перемещение денег из тех секторов экономики, где имеется их избыток, в те сектора, где наблюдается их недостаток. На фондовом рынке происходит движение (перераспределение) финансовых ресурсов при помощи особых финансовых инструментов – ценных бумаг. Страховой рынок также как и вышеобозначенные, аккумулирует временно свободные денежные средства и направляет их в экономику страны.

Следовательно, распределительный процесс общественного продукта, с позиции устройства финансовой системы государства и движения финансовых ресурсов, представляется завершенным, что прослеживается на основе взаимосвязи и взаимозависимости всех её сфер и звеньев.

В первой сфере (1) формируется объект распределительных отношений – денежная форма стоимости в виде НДС, которая посредством налогов и других обязательных платежей формирует два важнейших звена общегосударственных финансов – государственный бюджет и целевые государственные внебюджетные фонды. Временно свободные денежные средства, возникающие в первой и во второй сфере, перемещаются в третью сферу, то есть на финансовый рынок (3), формируя основу для рынка ссудных капиталов, фондового и страхового. Одновременно имеет место обратное движение стоимости с финансового рынка в реальный сектор экономики и, частично, во вторую сферу (2), поскольку государство является прямым участником этих рынков. Таким образом, в финансовых отношениях, в условиях функционирования финансового рынка, имеет место двухстороннее движение стоимости.

Большинство авторов придерживаются точки зрения, что финансы выполняют две основные функции – распределительную и контрольную. Другие, не исключая вышеназванные, выделяют также регулируемую, стимулирующую, обеспечивающую и т.д.. Однако, с нашей точки зрения, сущность финансов может быть выражена через три функции – распределительную, контрольную и функцию наращивания общественного богатства. Выделять другие функции нет необходимости, поскольку если глубоко рассматривать распределительный процесс, то становится очевидным, что он включает и регулирование, и стимулирование и обеспечивает все сферы и звенья финансовой системы финансовыми ресурсами. Однако, при этом, необходимо содержание распределительной функции также уточнить в соответствии с требованиями современного национального законодательства.

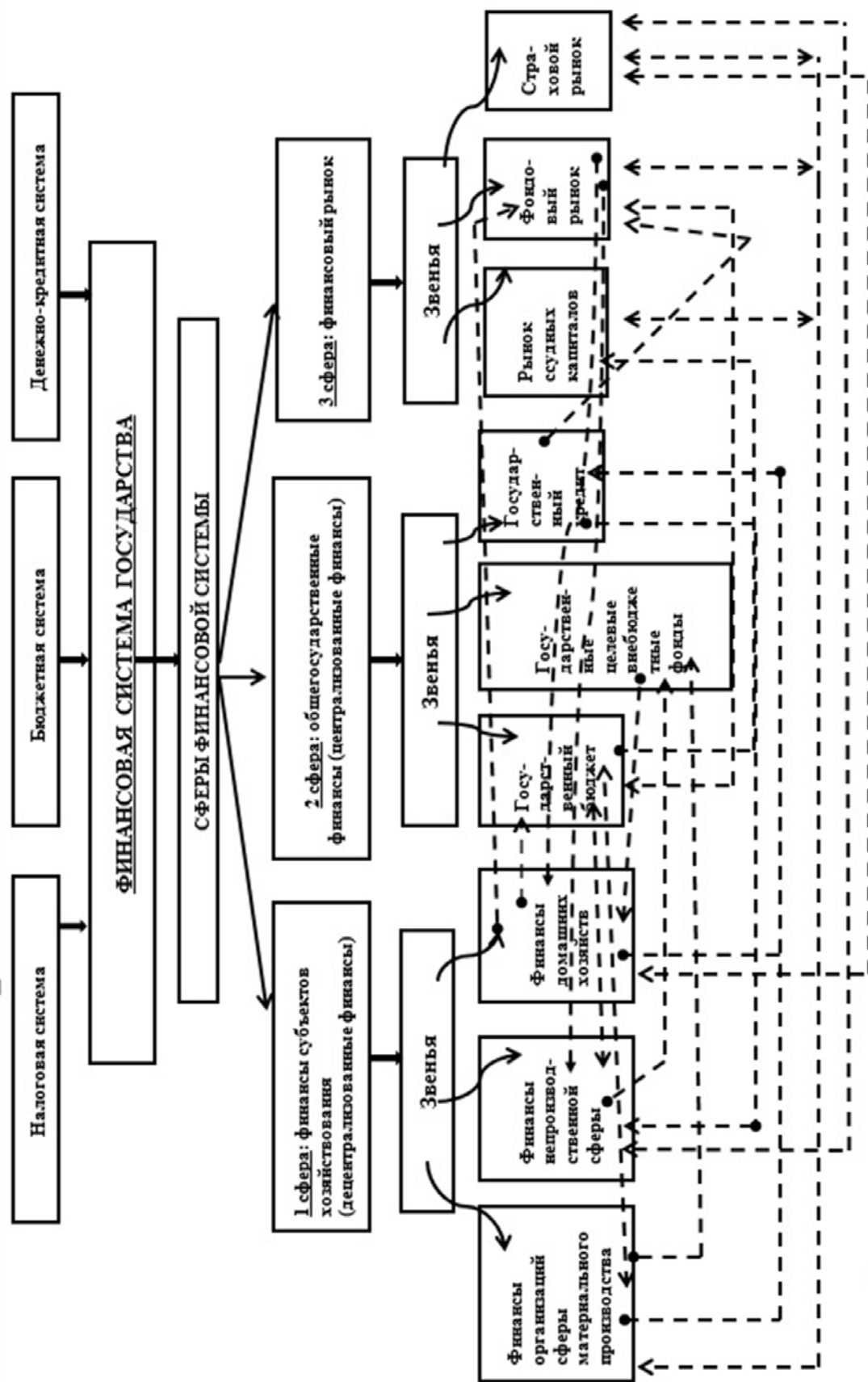


Рис. 1. Финансовая система государства и взаимосвязь ее сфер и звеньев (схема разработана авторами)

В результате перераспределения образуются вторичные и производные доходы, которые служат для формирования конечных пропорций распределения национального дохода. Инструментом перераспределения являются налоги, уплачиваемые в республиканский и местный бюджеты юридическими и физическими лицами в соответствии с требованиями Налогового кодекса Республики Беларусь. Из доходов работников в бюджет уплачиваются подоходный налог, страховые взносы в фонд социальной защиты населения, налог на недвижимость, земельный налог и др. Что касается прибавочного продукта, то в его составе можно выделить три группы налогов – налоги, исчисляемые из выручки от реализации (НДС, акцизы); налоги, относимые на затраты (земельный налог, экологический налог, налог за добычу (изъятие) природных ресурсов, страховые взносы в фонд социальной защиты населения, налог на недвижимость); налоги, уплачиваемые из прибыли организаций, а также чистую прибыль, направляемую на воспроизводственные нужды субъектов хозяйствования.

В условиях развития финансового рынка, который, несомненно, следует рассматривать как важнейшую сферу финансовой системы государства, объективно необходимо выделить третью функцию финансов – функцию наращивания общественного богатства. Сущность данной функции заключается в том, что в условиях финансового рынка (в частности фондового) увеличивается действительная или реальная стоимость капитала организаций, посредством как долевых, так и долговых ценных бумаг. В случае долевых ценных бумаг это происходит путем возрастания их стоимости на рынке выше номинальной, при формировании рыночной цены, базирующейся на законе спроса и предложения. Прирост этой цены увеличивает национальное богатство государства (НБГ), в виде прироста дохода. Относительно долговых ценных бумаг, то здесь ситуация аналогичная и прирост НБГ имеет также место в случае превышения их рыночной стоимости сверх номинальной.

Литература

1. Финансы и финансовый рынок: учеб.пособие/ Г.Е. Кобринский [и др.]; Под общ. ред. Г.Е Кобринского, М.К. Фисенко. – Минск: Выш.шк.,2011. – 343 с.
2. Теория финансов: учеб.пособие /Н. Е. Заяц, М. К. Фисенко, Т. В. Сорокина и др.; Под ред. проф. Н. Е. Заяц, М. К. Фисенко. – Мн.: БГЭУ, 2005. – 351 с.
3. Финансы: Учебник для вузов / Под ред. проф. Л.А. Дробозиной. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 527 с.

Харченко І.В., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
Малишок В.І., директор фірми «Агрохім»
м. Кропивницький

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРАХУНКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ВИБОРУ НОВОЇ ТЕХНІКИ

Як відомо, нова техніка (НТ) повинна бути економічно ефективною. Відомий також і критерій економічної ефективності НТ – це мінімум приведених витрат в

розрахунку на одиницю продукції – мінімум питомих приведених витрат. Відомий також і метод розрахунку цього критерію. Спочатку розраховується річний фонд роботи техніки з урахуванням змінності роботи, тривалості робочої зміни та факторів надійності роботи техніки – середнього часу напрацювання на відмову та середнього часу усунення відмови. Потім, враховуючи годинну експлуатаційну продуктивність НТ, визначаємо річну експлуатаційну продуктивність $Q_{e.p.}$. На основі ціни нової техніки визначаємо величину капіталовкладень споживача. Використовуючи дані про технічні характеристики техніки, визначаємо поточні (експлуатаційні) витрати при використанні техніки. Річні приведені витрати визначаємо за формулою (1)

$$Z_p = I + K \cdot E_n, \quad (1)$$

Поточні річні витрати на виконання технологічного процесу складаються з витрат на зарплатня робітників які керують машиною; витрат на технічне обслуговування і ремонт; витрат на енергоносії (електроенергію, пальне); витрат на мастильні матеріали; витрат на перебазування. витрат на масло для гідросистеми: витрат на змінне обладнання. $E_H = 0,16$ – нормативний коефіцієнт економічної ефективності.

Питомі приведені визначаються за формулою (2):

$$Z_{yp} = \frac{Z_p}{Q_{e.p.}} \quad (2)$$

Можна було б вважати, що дана методика є такою, що враховує всі нюанси використання НТ. Так, при збільшенні річного фонду часу роботи техніки внаслідок, наприклад, збільшення напрацювання на відмову згідно зменшаться витрати на одиницю продукції, що є метою удосконалення НТ. При зменшенні капітальних витрат (ціни) без зменшення її технічної продуктивності або зменшення експлуатаційних витрат внаслідок удосконалення конструкції зменшаться приведені, а значить, і питомі приведені витрати. Послідовність розрахунків в різних галузях машинобудування може бути різною Наведена вище послідовність використовується в галузі будівельних, дорожніх машин та будівництва. В галузі сільгоспмашинобудування методика визначення економічної ефективності передбачає з самого початку розрахунок питомих приведених витрат по перерахованим вище елементам. Важливо те, що критерієм і шуканим показником у всіх випадках є один і той же показник.

Проте не завжди вибір техніки здійснюється, виходячи з даного критерію. Це довели опитування про способи вибору сільгосптехніки (тракторів і комбайнів) кіровоградських фермерів. Відомо, що в конкурентній боротьбі за споживача виробники сільгосптехніки з країн СНД безнадійно програють. Правда, частка продукції окремих виробників країн СНД все-таки користується попитом. Чому так відбувається? Чому в деяких випадках спрацьовує фактор нижчої ціни (всім відомо, що сільгосптехніки з країн СНД коштують значно – інколи в рази – менше). При опитуванні кіровоградських фермерів, які пріоритети для них найважливіші про виборі комбайнів і іншої с/г техніки, ми зробили висновок, що їх (фермерів) приваблює вища економічна ефективність техніки. Дуже часто це закордонна техніка. Фермери не володіють нюансами методики розрахунку економічної ефективності, але на своєму кармані це дуже добре відчують. При

значно вищій ціні ця техніка має незрівнянно вищу продуктивність, надійність, моторесурс та мінімальні втрати врожаю. Наведена вище методика визначення економічної ефективності може це обґрунтувати і довести цифрами. Але буває, що це може бути і вітчизняна с/г техніка. Тоді фермери купують вітчизняну продукцію. Але в деяких випадках розрахункова економічна ефективність сільгосптехніки, виробленої в країнах СНД, є вищою, проте вибір споживача залишається за закордонною технікою. Виявляється, що в конкретних умовах є також інші важливі міркування, які впливають на вибір. Наприклад, продуктивність. В реальних виробничих умовах буває дуже важливо швидко обробити землю, поки погода дає на це шанс. Для цього потрібна висока продуктивність техніки. В конкретному випадку розрахунки економічної ефективності можуть довести, що застосування продуктивної техніки приведе до більших витрат, ніж застосування менш продуктивної вітчизняної техніки. Але це за умов наявності часу. Якщо ж погодні умови не дають такої можливості, то в подальшому невиконання необхідних робіт в полі (незатримана волога і т. ін) приведе до значно – в рази – більших витрат. Відповідно звичайні розрахунки економічної ефективності не будуть коректними в сенсі отримання фірмою максимально можливої вигоди. Можна передбачити подібну ситуацію з напрацюванням на відмову. Якщо розрахунково більш економічно ефективна техніка виходить з ладу на полі і її ремонт потребує багато часу на приїзд рембригади і сам ремонт, а чекання ремонту приведе до втрат врожаю, то більш ефективною з точки зору кінцевого результату буде більш надійна, але більш дорога в експлуатації техніка. Цю думку підтверджують дані таблиць 1 і 2. Виходячи з таблиці 1, можна побачити, яка техніка з закордонних є більш ефективною. Але не завжди більше продається тільки найбільш ефективна техніка – таблиця 2.

Таблиця 1

Порівняльні показники тракторів різних марок на випробуваннях

Параметр	Claas Xerion 3800	Fendt 9836 Vario	New Holland 390	Challenger MT6850	John Deere 8335 R	T-150
Потужність, К.с.	385	356	340	345	335	150
Витрати пального на 1 га	21,5	22	27,5	27,7	33,3	15
Продуктивність, га/год	2,76	2,1	2,35	2,22	1,79	1,2
Ціна	125000 \$	122000€	90000€	111000€	122500€	50000\$

З цього можна зробити такий висновок.

Підходити до вибору НТ треба з позицій не локальної, а загальної, системної ефективності. Відповідно це вимагає перегляду підходу до визначення більш ефективного варіанту НТ. На наш погляд, при визначенні економічної ефективності НТ треба враховувати такі питання:

1. За яких умов можна отримати максимальний загальний (системний) економічний ефект?
2. Які погодні, ринкові чи інші умови можуть вимагати зміни (або варіації) технічних показників техніки і до яких меж(які саме продуктивність, потужність, напрацювання на відмову, моторесурс, міжремонтний період і т.ін)?

3. Які можливі проблеми в роботі техніки можуть привести до незапланованих втрат?

4. Чи є сенс підвищувати технічні показники?

5. При цьому ми вважаємо, що сам критерій мінімуму питомих приведених витрат є важливим і актуальним для визначення більш ефективного варіанта техніки.

Таблиця 2

Імпорт тракторів в Україну по торгових марках. 2016 року

Торгова марка	К-ть	80-100к.с.	100-200 к.с.	200-300к.с.	> 300к.с.	Митна вартість, \$
Belarus	1 414	1 305	102	7		23 729 055
John Deere	155	1	37	57	60	14 514 587
New Holland	61		2	10	49	7 284 628
Case	50		10	7	33	5 787 200
Deutz Fahr	45	17	6	22		3 674 435
Challenger	17			2	15	2 839 299
Claas	17			8	9	2 509 538
Fendt	7		1	1	5	783 233
Lamborghini	8		5	3		559 235
Другие	11	1	9	1	0	399 689
Всього	1 785	1 324	172	118	171	62 080 899

Можливо, це не всі питання, на які треба відповісти, щоб правильно вибрати техніку в конкретній ситуації. Які головні міркування повинні бути поставлені на перший план? На нашу думку, це питання, яку стратегію буде реалізувати даний виробник і яким вимогам повинна відповідати дана техніка.

Такий підхід дасть можливість правильно оцінити всі вимоги до техніки, оцінити можливі несподіванки і загрози для фірми та вибирати техніку таким чином, щоб відповідати даним викликам.

Література

1. Agrohim (Електронний ресурс) - режим доступу <http://www.agrohimte.com.ua>

Хачатрян В.В., канд. екон. наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ
м. Вінниця

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової системи господарювання проблема мотивації праці заслуговує детального вивчення. Прагнення підприємств отримати якомога більше конкурентних переваг від найму та використання висококваліфікованого персоналу, ефективного використання усього ресурсного потенціалу є рушійною силою розвитку. Тому, система управління господарюючими суб'єктами зможе

успішно функціонувати лише тоді, коли буде включати в себе ефективну систему мотивації праці, яка спонукає кожного конкретного співробітника працювати продуктивно і якісно для досягнення конкретно поставленої мети як підприємства, так і кожної особи зокрема.

Відсутність належних стимулів до праці, неможливість досягнути поставлених цілей доступними методами, нереалізовані мрії про підвищення рівня життя зумовлюють виникнення незадоволення людини своєю роботою та своїм становищем у суспільстві. Таким чином мотивація праці персоналу та створення умов для зацікавленості в результатах діяльності підприємства стають першочерговими завданнями підприємства. А нехтування мотиваційним фактором у сфері праці призводить до зниження показників продуктивності праці, якості продукції, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві і до кризи в господарській системі в цілому.

У зв'язку з цим найважливіше значення набуває впровадження ефективного механізму мотивації персоналу з метою удосконалення управління підприємницьким потенціалом підприємства в сучасних умовах.

У роботах науковців знайшли своє відображення окремі аспекти мотивації праці персоналу, ефективного використання потенціалу підприємства загалом, мотивації трудової діяльності, підвищення результативності та ефективності праці [1].

Поняття мотивації тісно пов'язано з проблемою управління підприємницьким потенціалом підприємства. Словом «потенціал» позначають засоби, джерела, запаси, які можуть бути використані, а також можливості окремої особи, суспільства в окремих обставинах [1]. В такому випадку, ефективне управління підприємницьким потенціалом здійснюється при найякіснішому виконанні функцій управління, де одне із важливих місць повинно бути відведене функції мотивації. Адже саме через мотивацію апарат управління узгоджує дії всіх працівників підприємства з метою досягнення тактичних та стратегічних завдань та загальної мети підприємства.

Існує багато точок зору трактування поняття «мотивація» [2]. Ряд науковців вважають «мотивацію» з точки зору управління як: 1) функцію керівництва, що створює у підлеглих стимули до праці з максимальним прибутком для підприємства; 2) прямий та непрямий вплив на персонал задля зміни його орієнтації та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій основі потенціалу підприємства [2, с. 45].

Інші – що «функція мотивування є необхідним структурним елементом загальної системи діяльності. Вона включає два аспекти: активізує в діяльності всі потреби особистості та допомагає оцінити реальний внесок кожного працівника в загальному підсумку діяльності».

Усі погоджуються, що мотивація є елементом управління, що направляє на прийняття рішень та підкріплення їх наказами, інструкціями, вказівками з приводу використання живої праці та матеріальних ресурсів та передбачає підпорядкування та субординацію між членами колективу.

На сьогодні до основних проблем управління підприємницьким потенціалом підприємств слід віднести: недостатню кількість управлінських кадрів відповідної кваліфікації; неналежну мотивацію праці управлінського персоналу та низький рівень якості управління в цілому.

Ефективне використання підприємницького потенціалу підприємства потрібно здійснювати за допомогою системи прогресивних мотиваторів та стимулювання до високопродуктивної праці у вигляді системи, що поєднує матеріальні, моральні та соціальні стимули. Найдоречніше виділити три групи мотивів, які б змушували людину займатися працею:

1) спонукання суспільного характеру (усвідомлення необхідності приносити користь суспільству та бажання допомагати іншим людям);

2) одержання певних матеріальних благ (заробіток грошей для задоволення матеріальних та духовних потреб);

3) задоволення потреби в самовираженні, самореалізації та самоактуалізації тощо.

Серед економічних компонентів мотиваційної системи найбільшу функцію на підприємстві виконує заробітна плата. Адже це найважливіша частина системи оплати і стимулювання праці та є одним із інструментів впливу на ефективність праці працівника. Це вершина айсберга системи стимулювання персоналу компанії, але при всій значимості заробітна плата в більшості процвітаючих фірм не перевищує 70% доходу працівника. В сучасних умовах саме величина заробітної плати вирішальним чинником ставлення працівника до праці, проте якісні системи оплати праці характеризуються тим, що величина винагороди за працю повинна реагувати на зміни продуктивності праці, відповідати динаміці та ритму господарської діяльності підприємства. Крім цього, варто розглядати і темп зростання заробітної в розрізі зростання індексу інфляції.

В сучасних умовах, все ще залишається значною диференціація рівня оплати праці серед найманих працівників різних видів економічної діяльності та регіонів. Подолання диспропорцій є передумовою розвитку підприємницького потенціалу.

Література

1. Краснокутська Н.В. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н.В. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – С. 238-251.
2. Мушкін І. Нематеріальна мотивація продуктивності праці/ І. Мушкін // Персонал . – 2009. – № 4. – С. 44-49.

Чередніченко М.Г., аспірант
Халемінець О.В., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Сьогодні неможливо забезпечити раціональне використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів суб'єкта господарювання без належного контролю. Його правильна організація є обов'язковою умовою ефективної та безперервної діяльності суб'єкта господарювання. Загальновідомим є той факт, що операції з розрахунків з оплати праці є одними з найбільш трудомістких і

відповідальних ділянок бухгалтерського обліку. Від правильності відображення в обліку таких операцій залежить не лише фінансовий результат діяльності підприємства, але й достовірність інформації, яка надається для зовнішніх користувачів. Також не останню роль для роботодавця, який прагне отримувати якісні послуги від працівників, відіграє їх добробут та забезпеченість. Тому виконання функцій контролю, безумовно, є обов'язковим для керівництва та працівників підприємства.

Ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від якості управління персоналом та раціональності використання робочого часу, що в свою чергу впливає на величину понесених затрат на оплату праці. Для вирішення цих питань важливим є створення ефективної системи внутрішнього контролю на підприємстві та її організація [1].

Внутрішньогосподарським контролем вважається вид економічного контролю власника, який являє собою систематичне спостереження та перевірку ефективності використання активів та зобов'язань підприємства, виробництва при найменших витратах, повне збереження майна, профілактика безгосподарності та розкрадання, законність та доцільність господарських операцій та процесів, що здійснюються керівництвом підприємства або уповноваженою ним посадовою особою (органом) з метою формування інформаційних засад прийняття управлінських рішень або їх коригування для досягнення поставлених цілей найбільш ефективним способом. Він сприяє вихованню осіб у дусі відповідального та дбайливого виконання посадових обов'язків.

Внутрішній контроль затрат на оплату праці – це безперервний процес спостереження та перевірки здійснення господарських операцій, що зумовлюють виникнення затрат на оплату праці, направлений на виявлення недоліків та порушень, а також прийняття або коригування управлінських рішень задля усунення та попередження в майбутньому виникнення таких порушень з метою здійснення ефективної діяльності суб'єкта господарювання.

Сьогодні не існує єдиного підходу авторів щодо організації внутрішнього контролю. У найбільш загальному трактуванні організація – це упорядкування, налагодження певної системи. Визначення сутності організації як процесу формування певної системи обумовлено тим, що створення будь-якої організації займає відповідний проміжок часу та є послідовністю певних дій [2, с. 69].

О.Ю. Шоляк [3] пропонує контроль за розрахунками із заробітної плати поділити на три етапи, які, в свою чергу, включають відповідні завдання:

- а) попередній контроль:
 - перевірка наявності трудових книжок працівників;
 - врахування пільг згідно переліку поданих документів;
 - доцільність джерел фінансування соціально гарантованих виплат працівникам;
 - відповідність нормам чинного законодавства та внутрішнім документам операцій з виплат працівникам;
- б) поточний контроль:
 - контроль за повнотою та цільовим використанням коштів, спрямованих на соціальні заходи;
 - перевірка джерел здійснення виплат працівникам;

– своєчасність погашення кредиторської заборгованості за виплатами працівникам;

– правильність та повнота облікового відображення операцій з виплат працівникам в первинних документах, регістрах обліку, Головній книзі, бухгалтерській звітності;

в) наступний контроль:

– достовірність відображення операцій з виплат працівникам в системі бухгалтерського обліку та звітності (фінансовій, статистичній, податковій, управлінській);

– оформлення первинних документів, облікових регістрів та Головної книги з дотриманням законодавчо встановлених вимог;

– відповідність нарахованого і фактично виплаченого рівня заробітної плати та інших виплат чинному законодавству та нормативним документам;

– правильність розрахунків з фондами соціального страхування та бюджетами різних рівнів;

– додержання термінів виплат працівникам, задекларованим в розпорядчих документах підприємства.

Слід звернути особливу увагу на порядок дотримання виплат соціальних гарантій працівникам, виходячи із їх мотиваційного стимулу на досягнення того рівня фінансових показників, який був передбачений власником підприємства. Наступним кроком слід здійснювати перевірку правильності виплати суми відпускних, компенсації в разі невикористання відпустки в поточному періоді та за умови дотримання норм чинного законодавства в даному аспекті, а також встановлення правильності інших виплат, зокрема, допомоги з тимчасової втрати працездатності.

Отже, можна зробити висновок, що організація внутрішнього контролю затрат на оплату праці – це процес, який передбачає здійснення власником (керівником) підприємства певних заходів, які мають цілеспрямований характер щодо створення, постійного впорядкування і вдосконалення функціонування системи внутрішнього контролю витрат на оплату праці та здійснення його процесу на підприємстві.

Література

1. Внутрішній контроль затрат на оплату праці: організаційний підхід [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua>.

2. Організація бухгалтерського обліку: [підручник для студентів спеціальності 7.050106 “Облік і аудит” вищих навчальних закладів] / Ф. Ф. Бутинець, О. П. Войналович, І. Л. Томашевська; за редакцією д. е.н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф. Ф. Бутинця. – [4-е вид. доп. і перероб.]. – Житомир: ПП “Рута”, 2006. – 528 с.

3. О. Ю. Шоляк. Внутрішньогосподарський контроль розрахунків з оплати праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/326/1/32.pdf>.

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Питання конкуренції завжди цікавили виробників товарів та послуг. Відомо, що оцінювання рівня потенціалу підприємства за показниками конкурентоспроможності охоплюють показники якості товарів та послуг, цінової політики, інноваційності, розвитку корпоративної культури, іміджу а бренду підприємства. Активізація євроінтеграційних процесів вимагає відповідності міжнародним стандартам якості та очікуванням споживачів на європейському рівні.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей формування конкурентної стратегії розвитку підприємства в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Результати дослідження.

Аналіз відомих концепцій формування конкурентної стратегії, зокрема М. Портера, А.А.Томпсона, А. Дж. Стрікланда [1;2], розвинуті в роботах вітчизняних науковців, вчених пострадянського простору [3;4], дозволяє визначити основні етапи формування конкурентної стратегії розвитку підприємства в євроінтеграційному ринковому просторі.

1. Аналіз галузевого ринку за напрямками діяльності підприємства.
2. Аналіз потенціалу підприємства та його відповідності потребам європейського та національного галузевого ринку.

3. Формування та оцінювання сценаріїв виходу на зовнішні галузеві ринки.

Серед розроблених сценаріїв необхідно проаналізувати такі як:

- стратегія концентрованого або інтегрованого зростання,
- стратегія товарної диверсифікації,
- стратегія стабілізації або скорочення витрат,
- стратегія формування нових напрямів діяльності підприємства та

запровадження виробництва інноваційних товарів та послуг.

SWOT-аналіз наслідків реалізації євроінтеграційного курсу для підприємства повинен врахувати розширення та рівень активізації галузевого ринку; рівень відповідності до якості товарів та послуг; витрати щодо необхідності здійснення європейської сертифікації товарів та послуг, оптимізації податкової політики, можливості виходу на зовнішні ринки з інноваційними товарами та послугами.

Стратегія інтегрованого та концентрованого зростання передбачає визначення основної та додаткової товарної продукції та комплексу послуг. Формування збалансованого комплексу товарів та послуг для інтегрованого та концентрованого зростання.

Стратегія диверсифікації полягає у визначенні різноманітного набору товарів та послуг, визначення відповідності європейським стандартам якості, порівняння показників якості, цінових параметрів з основними конкурентами на ринку.

Стратегія стабілізації спрямована на досягнення балансу між продажами та прибутками, формування власного бренду та стабільної позиції на ринку.

За 3D моделлю, запропонованою О. Гончар [4] в кожній з запропонованих стратегій необхідно виконати такі роботи:

1. Перспективи розвитку кожного виду діяльності, комплексів товарів та послуг;
2. Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на діяльність підприємства;
3. Формування прогнозних моделей розвитку підприємства на основі екстраполяції;
4. Формування прогнозних моделей виходу на ринок з інноваційною продукцією а послугами на основі аналізу кращих практик.
5. Аналіз позицій на галузевому ринку.
6. Аналіз можливостей участі в галузевих кластерах національного та європейського ринку.
7. Формування сценаріїв стратегічного планування бюджетів кожного напрямку розвитку діяльності підприємства.
8. Формування сценаріїв навчання персоналу відповідно до європейських стандартів якості товарів та послуг.
9. Формування сценаріїв розвитку корпоративної культури.

Таким чином, відомі підходи формування конкурентної стратегії доповнюються новими підходами до формування інноваційних продуктів та послуг, участі в галузевих кластерах, врахування відповідності європейського рівня якості товарів та послуг

Література

1. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес. Букс, 2005. – 400 с.
2. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – С. 164
3. Сысоева Е. Типология конкурентных стратегий предприятия / Е. Сысоева // Предпринимательство, 2011. - № 2. - С. 85-91.
4. Гончар О.І. Розробка стратегії розвитку потенціалу підприємства за умов глобалізації та євроінтеграції / О.І. Гончар // Економіст. – 2015. – № 1 (339). – С. 49–52.

Чувардинський В.О., аспірант
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

В умовах глобалізації світогосподарського простору інноваційні чинники розвитку національних економік набувають пріоритетного значення. При цьому ефективне використання ресурсного потенціалу може бути забезпечено лише на основі реалізації інтелектуальних чинників конкурентоспроможності,

стимулювання розвитку сфери зайнятості на інноваційних засадах. Забезпечення розвитку праці на інноваційних засадах, з використанням інноваційних форм зайнятості, стимулює трансформаційні зрушення у структурі попиту та пропозиції праці, характері соціально-трудова відносин, інфраструктурі ринку праці тощо. Це підтверджує актуальність дослідження чинників впливу на розвиток ринку праці та визначення специфіки їх прояву в умовах інноваційних змін.

Метою дослідження є дослідження інноваційних чинників впливу на розвиток ринку праці та визначення специфіки їх прояву в сучасних умовах.

Технологізація суспільства в умовах глобалізації світової економіки стимулює використання інформаційно-комунікаційних систем для створення робочих місць. Це уможливує участь роботодавців та найманих працівників у процесі виробництва товарів (послуг), використання різних форм дистанційної зайнятості (за допомогою інформаційних мереж та високих технологій). На сучасному етапі розвитку достатньо закономірним для високотехнологічних секторів економіки стає посилення тенденції до збільшення попиту на кваліфікованих спеціалістів-універсалів. Причому ці спеціалісти не тільки мають спеціальну освіту (професійну підготовку), але й успішно оволодівають навичками підприємницької та управлінської діяльності.

Вплив інноваційних чинників на економічний розвиток країн в сучасних умовах пов'язаний передусім з поширенням інноваційних технологій. Отримання та реалізація країнами конкурентних переваг інноваційного типу може бути забезпечена за умов включення країни до глобального інформаційного простору, розширення доступу до інтернет-технологій. Це передбачає пріоритетний розвиток високотехнологічних секторів економіки, що базується на використанні праці кваліфікованих та освічених працівників. Відповідно, простір застосування праці, що характеризується використанням регламентованих операцій, суттєво обмежується, поширюються масштаби зайнятості у сфері послуг.

За умов посилення ролі «знаннєвоорієнтованої» складової розвитку національних економік, що забезпечується на основі реалізації інноваційних засад їх функціонування, першочергового значення набуває отримання конкурентних переваг нересурсного типу. У першу чергу, це пов'язано із забезпеченням інноваційного характеру розвитку ринку праці, що проявлятиметься через поширення інноваційних форм зайнятості. Навіть утримання високого рівня освіченості населення, збереження значної частки осіб з вищою освітою не гарантує країні високого рейтингу конкурентоспроможності. Зокрема, незважаючи на те, що Україна має значний ресурсний потенціал, можливості його реалізації обмежені недостатньою ефективністю структурних реформ, невисоким рівнем продуктивності праці. Значно ускладнює вирішення завдання реалізації потенціалу незбалансованість розвитку ринків праці та освітніх послуг, що обумовлено невідповідністю отриманих навиків випускників з вимогами роботодавців.

Розвиток ринку праці на інноваційних засадах обумовлює необхідність трансформації його структурних компонентів, формування нових інститутів, що забезпечуватиме збалансованість розвитку. Разом з тим, трансформація ринку праці в умовах інноваційних змін є результатом дії різних чинників, сукупний вплив яких обумовлює прогресивний або регресивний характер розвитку.

Саме в сучасних умовах посилюється необхідність переходу до інформаційної моделі зайнятості, оскільки поступово звужується демографічний базис функціонування ринку праці. Також відбуваються технологічні зміни, пов'язані з глобалізацією світової економіки, що призводить до поширення нестандартних форм зайнятості, збільшення зайнятості у сфері послуг. За даними European Restructuring Monitor, у четвертому кварталі 2014 року у країнах Євросоюзу (EU27) та Норвегії найбільшу частку робочих місць було створено у сфері послуг (39,2% від загальної кількості новостворених робочих місць), секторі управління та соціального забезпечення (24,2%). Водночас найбільше скорочення робочих місць за цей же проміжок часу спостерігалось у промисловості (41,3% від загальної кількості скорочених робочих місць); у сфері фінансів (23,1%) [1]. Це свідчить про формування в економічно розвинених країнах стабільного попиту на високоосвічених спеціалістів, які володіють технікою обробки інформації, мають здатність до сприйняття нових знань та перенавчання.

Трансформаційні процеси, які відбуваються у ринково орієнтованій економіці України, також обумовили кардинальні зміни у рівні вимог роботодавців до кваліфікації працівників, необхідність забезпечення відповідності рівнів кваліфікації працівників вимогам сучасної технології. Необхідність здійснення структурних реформ в економіці призводитиме до реструктуризації зайнятості, виникнення нових інтегрованих професій; розширення діапазону вимог до працівників з боку роботодавців (з урахуванням навиків та компетенцій) [2].

Таким чином, активізація інноваційних процесів обумовлює посилення взаємозв'язку між організаційно-технологічною структурою виробництва та професійно-кваліфікаційним складом зайнятості. Вплив інноваційних чинників на розвиток ринку праці передбачає необхідність підвищення конкурентоспроможності робочої сили, забезпечення її відповідності умовам інноваційної економіки.

Література

1. European Restructuring Monitor. October – December 2014. Електронний ресурс. - Режим доступу: <http://www.eurofound.europa.eu/publications/erm-quarterly/2016/labour-market-business/erm-quarterly-quarter-4-january-2016>
2. The World Bank. Skills for a Modern Ukraine / Report. World Bank Group. – Washington, DC, 2015. – 143 p.

Шаумян О.Г., канд. психол. наук, доцент
Кропивницький інститут Приватного вищого
навчального закладу «Університету сучасних знань»
м. Кропивницький

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА В ПРОЦЕСІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Успіх супроводжує діяльність тих організацій, вище керівництво яких вчасно та вміло реагує не лише на ті зміни, що відбуваються у зовнішньому та

внутрішньому середовищі, а й задалегідь передбачають їх. Крім інтуїції, набутого практичного досвіду при формуванні та реалізації управлінських рішень головні менеджери мають опиратися на всебічно обґрунтовану методологічну базу управління, а саме на соціальні норми, власні зусилля, вміння аналізувати ситуацію та передбачати довгострокові наслідки рішень, які приймаються сьогодні.

Метою дослідження є висвітлення впливу культури особистості менеджера в процесі діяльності організації.

Результати теоретичного аналізу проблеми дослідження.

Розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять сучасного менеджера до потреби у розвитку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої ринкової економіки. У професійній діяльності передусім, це пов'язано з усвідомленням власного внеску в діяльність як потрібної і корисної для суспільства в цілому. Орієнтація на потреби соціуму, адекватне ставлення до кількості виборів, наданих індивіду з боку соціокультурної цілісності, узгодження з нею дат для розширення меж самореалізації, дотримання правил і приписів, які стають у певну мить гальмом і тягарем, пріоритети репрезентації себе через домовленість, а не руйнацію відносин і усамітнення, і, як результат цих дій, підсилення соціально значущих тенденцій у суспільстві – стислий опис індивідуального шляху менеджера в складному загальному процесі діяльності. Разом з тим зростає і соціальна відповідальність менеджера в процесі прийняття управлінських рішень. Хоча етика діяльності організації стосується не лише проблеми соціально відповідальної поведінки. Вона зосереджена на широкому спектрі варіантів поведінки управлінців і підлеглих. Крім того, в фокусі її уваги – і цілі, і засоби, що використовуються для їх досягнення тими й іншими.

Потенціально криза в управлінні зумовлена низьким рівнем культури управління, неефективністю внутрішньої структури, корисливим характером управлінських рішень, втратою частин ринку. Крім того, від якості робочої сили залежить вирішення проблеми якості праці та її результатів. У свою чергу, потреб в такому характері і складі персоналу вимагає від менеджера створення певних умов праці, надання соціального забезпечення гарантій зайнятості та захисту інтересів і прав персоналу як створення сильних і незалежних профспілок.

Науково-технічний прогрес і конкурентна боротьба прискорили зміни у методах менеджменту. Серед численних факторів, які обумовлюють той чи інший вид менеджменту, визначальними є три взаємопов'язаних фактори: характер виробництва, характер знань і особистість менеджера. Управління не стоїть осторонь від еволюції видів менеджменту (Б. Мільнер, Г.А. Дмитренко, А.П. Єгоршин, П. Вейлл, Д.М. Гвішиані та ін.). Мотивація діяльності менеджера представлена у працях Х. Хекхаузена, Г. Олпорта, А. Маслоу, Д. Мак-Клелланда, К. Альдерфера, Ю. Козелецького, Г.С. Сковороди та ін. Самоусвідомлення та самовираження особистості Е. Фромм, А. Маршалл, А. Сміт, О.М. Леонт'єв, Б.Ф. Ломов, Т. Пітерс, Р. Уотерман).

Для використання внутрішнього потенціалу менеджерів необхідно:

– створити відповідні умови у внутрішньому і зовнішньому середовищах, активізуючи об'єктивні закони організації праці менеджера як біосоціальної та духовної системи, що дає можливість використовувати механізми дії законів управління для розвитку;

- здійснювати цілеспрямовану самоуправлінську діяльність з використанням відповідних методів самоуправління, технологій, впливаючи на інформаційні та енергетичні потоки, що циркулюють в організмі й забезпечують гармонізацію життєдіяльності та «пробудження» психофізіологічних резервів;
- плануючи реалізацію стратегічних життєвих цілей, враховувати наявність генетичної, настановної і свідомої програми життя;
- здійснювати стратегічну, повсякденну організацію діяльності менеджера;
- виявити професійну, особисту і духовну складові, визначити їх відповідності обраному шляхові і розвитку [1;3].

Людина є істотою суспільною, більш того приналежність до організації дозволяє їй задовільнити багато потреб. Робота в організації дає відчуття безпеки й належності, а в цілому прагнення успіхів, що теж може бути джерелом самореалізації (Hamel, Prachalad, 1996). Вовки відрізняються між собою вправністю й здібностями, вони індивідуалісти, але діють як стадо, коли є ціль – полювання звіра. Подібні до них і керівники, які врешті усвідомлюють себе, розуміють, що їх доля і приватні інтереси обумовлені інтересами організації в цілому, тому формують спочатку психологічний контакт як «неписані правила очікувань, що діють постійно між керівниками та підлеглими в організації» (Шейн, Купер, 2000). А вже потім управлінець співвідносить «поведінку підлеглих з бажаними ролями, нормами, що визначають і санкціонують ту поведінку й цінності, котрі включають дані норми» (Katz, Kahn, 1979).

Менеджеру доцільно використовувати для досягнення нових цілей та відносин мотиваційні соціотехніки, незважаючи на те, чи мотивація позитивна (надія на успіх), чи негативна (боязнь невдачі), а саме:

- автономність – (створення вторинних потреб і цілей) – прийнятних норм «як повинно бути» або «доброї роботи», обмежені можливості, реалістичні очікування;
- наслідування – реалізація визначеного погляду на кар'єру або на гідні приклади поведінки лідерів, управлінців, батьків, вихователів, котрі справляють достатній вплив в суспільному просторі;
- оцінку суспільну – що дає відчуття стабільності, впевненості та за умови професійної компетентності зменшення загроз щодо усунення з посади;
- авторитет – вміння переконувати підлеглих, пристосування до діяльності шляхом співпраці з психологами задля вирішення особливих питань [2].

Таким чином, в кожній організації складаються свої традиції, певні правила поведінки. Сучасний етап розвитку організації потребує підняття соціального управління на новий рівень. Для реалізації цієї задачі необхідною є не лише відповідна матеріальна база, але й високий потенціал учасників управлінських комунікацій, рівень організації управління, дієвість соціальних норм.

Література

1. Колпаков В.М. Організація праці менеджера: [навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів] / В.М. Колпаков. – К.: ДП Вид. дім «Персонал», 2008. – 432 с.
2. Kieżun W. Sprawnezarządzanieorganizacją. Zarysteorii i praktyki. – Warszawa: SzkołaGłówna HANDLOWA, 1997. – 421 s.
3. Скібіцька Л.І. Тайм – менеджмент: [навч. посібник для студ. екон. вузів] / Л.І. Скібіцька. – К.: Кондор, 2009. – 528 с.

Щоголева І.В., канд. пед. наук, доцент
Кіровоградської льотної академії
Національного авіаційного університету
м. Кропивницький

КОМПЛЕКСНА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ ГОСТИННОСТІ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств набувають особливої актуальності в зв'язку з тим, що умови ведення бізнесу, які пропонує сьогодення, характеризується економічною нестабільністю, невизначеністю середовища, в якому функціонують підприємства, а також мінливістю потреб і вподобань споживачів. Ці проблеми актуальні й для готельних підприємств в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення, таким чином, кола потенційних конкурентів.

В сучасних умовах кожному готельному підприємству важливо правильно оцінити свою ринкову позицію для визначення оптимальних заходів та інструментів ведення конкурентної боротьби.

Обмеженість узагальнень теоретичних основ та практичного досвіду управління конкурентоспроможністю готельних підприємств, спрямованого на її підвищення, зумовило актуальність висвітленої проблеми.

Аналіз підходів зарубіжних та вітчизняних науковців до визначення поняття «конкурентоспроможність», зокрема таких, як Д. Рікардо, М. Портер, І. Ансоф, Г. Азоев, А. Юданов, Р. Фахутдінов та ін., дозволили сформулювати узагальнене визначення, у відповідності з яким, по-перше, конкурентоспроможність розглядається як суттєва перевага над аналогами, що існують в конкретних сегментах ринку в певний період часу, а по-друге, як здатність виготовляти й продавати якісні товари та послуги, максимально орієнтовані на задоволення потреб і можливості споживачів.

Підприємство, яке працює тривалий період часу на ринку, має суттєві переваги перед тим підприємством, яке тільки виходить на цей ринок або працює на ньому нетривалий час. Іншими словами, конкурентоспроможність підприємства визначають її конкурентні переваги, тобто ті унікальні активи, які є в наявності у конкретного підприємства і використовуються ним як основні інструменти в конкурентній боротьбі.

Розвиток готельного господарства в умовах ринкової економіки потребує підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств на внутрішньому й світовому туристському ринку. Отже, основними завданнями в сфері готельного бізнесу стають створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку готельних послуг, що розвивається.

Готельна послуга є системоутворюючим фактором в діяльності готельного підприємства, конкурентоздатність якої можливо забезпечити лише за умови комплексного підходу до формування конкурентних переваг, які можуть бути

забезпечені шляхом сукупної взаємодії умов гостинності в єдиному технологічному процесі, який скоординовано моделлю гостинності.

У готельному бізнесі модель гостинності асоціюється з можливістю підприємства швидко реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища, визначати концепцію існування й суттєві відмінності від інших готельних підприємств та охоплює чотири основні концепції – гуманітарну, технологічну, функціональну та комерційну, що визначають взаємовідносини в системі гостинності між клієнтом, послугою та умовами, в яких ця послуга надається [1].

Умови надання послуг та процес обслуговування клієнтів є визначальними параметрами гуманітарної концепції гостинності, яка орієнтована на формування позитивного іміджу готелю у споживачів.

Технологічна концепція визначає організацію комфортних умов і гостинності через створення технологічного стандарту, який забезпечується дотриманням технологічних та технократичних вимог. Результатом реалізації технологічної концепції буде уніфікація технологій обслуговування, підвищення якості матеріально-технічної бази готелю, використання сучасних інформаційних технологій, а також оптимізація організаційної структури його управління.

Функціональна концепція характеризує ефективність готельного підприємства в контексті управління процесом обслуговування, головною метою якого є забезпечення відповідного рівня якості обслуговування, який цілком залежить від раціональної організаційної структури й реалізації загальної концепції управління.

В основі комерційної концепції гостинності лежить облік динаміки цін і послуг та їх аналіз, на якому ґрунтується стратегія діяльності готельного підприємства, спрямована на забезпечення його гнучкості до потреб і запитів споживачів, а також на відповідність ціни та якості послуг, що надаються [2].

Комплексний підхід до реалізації гуманітарної, технологічної, функціональної та комерційної концепцій гостинності дасть змогу готельному підприємству сформувати такі конкурентні переваги, які й забезпечать високий рівень його конкурентоспроможності.

Література

1. Організація готельного обслуговування: Підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько. – К. : Знання, 2011. — 366 с.
2. Мініч І. М. Навчально-методичний посібник вивчення дисципліни «Технологія туристської галузі» для студентів ВНЗ економічних спеціальностей / І. М. Мініч. – К. : Видавництво КУТЕП-Друк, 2006. – 163 с.

Яковенко Р.В., канд. екон. наук, доцент
Гіцеларь Д.В., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ФІЗИЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК ФАКТОР ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Людський потенціал кількісно дорівнює наявній чисельності населення країни, але його економічний зміст розкривається через спроможність до виконання ним у майбутньому своїх економічних функцій...[1, с. 126]. Відтак, реалізація економічних функцій багато в чому залежить від фізіологічних параметрів розвитку особистості.

Розвиток організму людини відбувається протягом всього її життя. Науковці цей процес називають онтогенезом. Він не завжди односпрямований і не однаковою мірою інтенсивний для всіх періодів індивідуальної еволюції людини. Але цей процес завжди забезпечує, більшою або меншою мірою, необхідний баланс співвідношення вимог середовища, внутрішнього стану організму і фізичних можливостей людини.

Фізичний розвиток є одним з найважливіших критеріїв у оцінці стану здоров'я. Фізичний розвиток може бути всебічним і гармонійним, середнім, слабо вираженим, недостатнім і поганим. Оскільки фізичний розвиток – це процес, яким можна керувати, то його можна спрямовувати в певному напрямку (покращання рухових якостей, вдосконалення форми тіла, підвищення функціонального рівня окремих систем і органів тощо).

Визначено, що фізичний розвиток – це комплекс функціонально-морфологічних властивостей організму, який визначає здатність організму переносити фізичні навантаження, суттєві зміни умов зовнішнього середовища, зберігаючи функціональність систем організму в межах фізіологічних констант.

Поняття «фізичний розвиток» використовують у різних тлумаченнях: 1) як процес зміни форм і функцій (морфофункціональних властивостей) організму людини протягом її індивідуального життя; 2) як сукупність ознак, що характеризують зовнішні показники «фізичного стану» організму на тому чи іншому етапі його фізичного розвитку (ріст, вага, окружності тіла, спірометрія, динамометрія тощо). Це суто спеціальне (антропометричне) тлумачення «фізичного розвитку» потрібно відрізнити від сформульованого вище загального визначення [2, с. 29-30].

Фізичний розвиток може бути всебічним і гармонійним, або обмеженим і дисгармонійним. Знаючи і вмівши використовувати об'єктивні закономірності фізичного розвитку людини, його можна спрямувати в оптимальному для особи і суспільства напрямку, забезпечити гармонійне вдосконалення форм і функцій організму, підвищити працездатність, «відсунути» («віддалити») час природного старіння.

Фізичний розвиток – це природний процес, головною передумовою якого є природні життєві сили (задатки, здібності), що передаються за спадковістю. Цей природний процес підпорядкований об'єктивним законам природи і успішно

управляти ним можна, лише знаючи ці закони і керуючись ними. До них належать:

– закон взаємодії спадкових тенденцій розвитку і тенденцій, обумовлених умовами життя;

– закон взаємообумовленості функціональних і структурних змін;

– закон єдності кількісних і якісних змін;

– закон поступовості і зворотних змін періодів розвитку та ін.

У процесі фізичного виховання розв'язуються не тільки специфічні, але й загальні завдання соціальної системи виховання, які забезпечують єдність фізичного і духовного вдосконалення особистості.

Під єдністю фізичного і духовного розвитку людини ми розуміємо те, що нормальний розвиток особистості неможливий без рухової діяльності, а також те, що рухова діяльність набуває значення одного з факторів справжнього людського розвитку лише за умови одухотвореності (натхненності), котра об'єктивно зумовлює взаємозв'язок всіх видів виховання, зокрема, фізичного, розумового, морального, естетичного. Розглядати їх як окремі види виховання недопустимо, бо в житті вони тісно взаємопов'язані як єдині сторони цілого [3, с. 20].

У кожній людині, починаючи з дитинства, закладено могутній фізичний потенціал, який нерозривно пов'язаний з її духовною силою. Цей потенціал спрацьовує лише за умови, коли сама дитина повірить у нього [4, с. 43-44].

Фізичний розвиток найбільш оптимально проходить у процесі фізичного виховання за допомогою фізичних вправ, педагогічний вплив яких спрямований, головним чином, на оптимізацію біологічних процесів в організмі. Якісно фізичний розвиток характеризується перш за все, суттєвими змінами функціональних можливостей організму в певні періоди вікового розвитку, які виражаються у зміні окремих фізичних якостей і загальному рівні фізичної працездатності. Зовнішніми кількісними показниками фізичного розвитку є зміни просторових параметрів і маси тіла [2, с. 234].

Велике виховне значення мають традиційні форми організації уроку, які вчитель повинен постійно тримати в полі зору, висуваючи до учнів такі вимоги:

– ретельна підготовка до уроку, шанування праці на уроці, відповідальне ставлення до навчального часу;

– дотримання трудової дисципліни на уроці – умова успішних спільних дій;

– дотримання норм етики у взаєминах – вираз взаємоповаги, необхідної для ефективного навчання;

– дотримання вимог єдиної форми, емблеми – прояв почуття відповідальності за успіхи і невдачі свого колективу;

– сувора заборона висміювати невдачі товаришів, натомість співпереживання як елемент гуманізму, та ін.

Велике значення у виховній роботі на уроках мають традиції. Найсприятливішими для закладення традицій є перші уроки. На них формуються основи свідомої дисципліни, правильні взаємовідносини в учнівському колективі, виробляється діловий ритм навчальної роботи, формуються взаємовідносини вчителя й учнів, певне ставлення юнаків і дівчат до слів учителя. Із перших уроків учитель повинен тримати себе впевнено, твердо, доброзичливо, не метушитись, не опускається до моралізування, докорів [3, с. 21].

Залучення підлітків до систематичних занять різноманітними видами фізичних вправ, як одного з найдоступніших і ефективних засобів збереження й

розвитку їх здоров'я, вважається цілком виправданим. Тим паче, що систематичні заняття фізичною культурою позитивно впливають не тільки на загальний стан організму, але й виконують важливу соціально-виховну функцію, формуючи дитину як цілісну особу з позитивною мотивацією на здоровий спосіб життя [5, с. 68].

Література

1. Яковенко Р.В. Людський потенціал : економічний зміст, структура та характеристика / Роман Яковенко // Зовнішня торгівля : право та економіка. – К. : Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі. – 2008. – № 5 (40). – С. 126-130.
2. Шиян Б. Теорія і методика фізичного виховання школярів. Частина 1. / Б. Шиян. – Тернопіль : Навчальна книга, 2006. – 272 с.
3. Шиян Б. Теорія і методика фізичного виховання школярів. Частина 2. / Б. Шиян. – Тернопіль : Навчальна книга, 2012. – 301 с.
4. Пальчевський С. Сугестопедичні підходи до фізичного виховання на уроках фізичної культури. Фізичне виховання в школі. – Рівне : Навчальна книга, 2000. – 128 с.
5. Горашук В.П. Теоретичні та методологічні засади формування культури здоров'я школярів. – Харків : дис. доктора пед. наук. 13.00.01 : Горашук Валерій Павлович, 2004. – 414 с.

ЧАСТИНА II

Тези студентів

Агданцев Я.В., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЄДИНОГО ПОДАТКУ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Необхідність розвитку малого бізнесу та його стимулювання в Україні супроводжувалося низкою державних нормативних актів про державну підтримку малого підприємництва, в тому числі Податковим кодексом України. Але питання щодо реформування єдиного податку, а також суперечки щодо доцільності його існування у збереженому існуючому вигляді чи із внесенням значних змін є дедалі актуальнішими. Науковці та законотворчі органи пропонують різні варіанти вирішення проблем застосування і вдосконалення єдиного податку в Україні. Для місцевих бюджетів це один із вагомих джерел податкових надходжень, що в умовах реформування системи місцевого самоврядування відіграє неабияку роль. Тому пошук найефективнішого податкового контролю за сплатою даного податку має на меті полегшення самої процедури здійснення контролю та наповнення доходів місцевих бюджетів, що в умовах нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні є надзвичайно актуальним [3].

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених Податковим кодексом України, на сплату єдиного податку з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності.

Юридична особа чи фізична особа – підприємець може самостійно обрати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам, встановленим главою I «Спрощена система оподаткування, обліку та звітності» розділу XIV «Спеціальні податкові режими» Податкового кодексу України, та реєструється платником єдиного податку у визначеному законодавством порядку.

Суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на такі групи:

– перша група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

– друга група – фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв: не використовують працю найманих

осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб; обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень;

– третя група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5000000 гривень;

– четверта група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків [4].

З огляду на доволі привабливі податкові умови, суб'єкти господарювання нерідко обирають саме такий податковий режим. Як показує практика, платники єдиного податку не так часто, як суб'єкти господарювання, що перебувають на загальній системі оподаткування, підлягають перевіркам з боку Державної фіскальної служби. Проте, питання адміністрування цього податку не втрачає своєї актуальності, адже вагому частину у доходах місцевих бюджетів складає саме єдиний податок.

Державна фіскальна служба має право перевіряти діяльність фізичних осіб-підприємців і юридичних осіб, що перебувають на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності. Є перевірки, про які повідомляють заздалегідь, а є й такі, які починають без попередження. Податковим кодексом України встановлено вимоги до тривалості перевірок і документів, які представники Державної фіскальної служби повинні надати перед перевіркою, а також розроблено підставі, на яких вони формуватимуть висновки.

До кінця 2017 року діє мораторій на проведення перевірок платників єдиного податку, у яких обсяг доходу за попередній календарний рік не перевищує 20 млн. грн. Перевіряти їх можна тільки з дозволу Кабінету міністрів України, за рішенням суду та відповідно до Карного процесуального кодексу або якщо платник сам попросив про перевірку. Але, навіть попри ці обмеження, Державна фіскальна служба може здійснити перевірку наявності ліцензій, сплати єдиного внеску на державне соціальне страхування та податку на доходи фізичних осіб. Платників єдиного податку, які включені до 2 або 3 груп можуть перевірити на предмет дотримання порядку застосування реєстраторів розрахункових операцій (крім тих, що торгують на ринках, у дрібнороздрібній торговельній мережі та при цьому почали застосовувати РРО з 1 січня по 30 червня 2015 року).

Станом на 01 жовтня 2017 року кількість суб'єктів господарювання, що обрали спрощену систему оподаткування, обліку та звітності в Україні становить 1245,1 тис. платників податку, з них ті, що обрали:

– першу групу першу групу спрощеної системи оподаткування становить 218,8 тис. осіб (або 17,6%);

– другу групу – 606,7 тис. осіб (або 48,7%);

– третю групу – 419,6 тис. осіб (33,7%).

Завдяки покращенню рівня адміністрування податків, зокрема, спрощенню умов ведення бізнесу та оптимізації груп платників спрощеної системи спостерігається позитивна динаміка росту бюджетних надходжень та кількості платників єдиного податку. Так, за 9 місяців 2017 року у цілому по Україні забезпечено до бюджету надходження з єдиного податку від фізичних осіб –

підприємців у сумі 11,1 млрд. грн. Це на 3,8 млрд. грн. більше, ніж за аналогічний період минулого року (у січні – вересні 2016 року надходження становили 7,4 млрд. грн.), темп росту надходжень з єдиного податку становить 151,1%.

Щорічно ДФС фіксує динаміку збільшення надходжень від платників єдиного податку на 2-3 млрд. грн. 70% відрахувань в основному припадають на підприємців третьої групи. Якщо у 2014 році обсяг сплаченого єдиного податку складав майже 3,5 млрд. грн., у 2015 році – 4,8 млрд. грн., то вже у 2016 році підприємці третьої групи сплатили майже 8,4 млрд. грн. Тільки за 9 місяців 2017 року обсяг сплаченого ними єдиного податку склав понад 8 млрд. грн. [2].

Питома вага єдиного податку у доходах місцевого бюджету міста Кропивницький за 9 місяців 2017 року становила 12%, або 88,1 млн. грн., з них: сплачений фізичними особами – 71,7 млн. грн., юридичними особами – 16,4 млн. грн. [1].

Станом на 1 жовтня 2017 року в Україні зареєстровано 1245,2 тис. фізичних осіб – підприємців, що застосовують спрощену систему оподаткування. Порівняно з аналогічним періодом минулого року кількість зареєстрованих платників єдиного податку збільшилась майже на 137 тис. осіб [2].

Збільшення доходів від єдиного податку та прийняття рішення про залишення його у місцевому бюджету сприяє поліпшенню фінансового вирішення проблем регіонального рівня.

Література

1. Видатки загального фонду міського бюджету Кропивницького у 2017 році зросли в середньому у 1,5 рази // Офіційний портал Кіровоградської міської ради. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kr-rada.gov.ua/news/vidatki-zagalnogo-fondu-miskogo-byudzhetu-kropivnitskogo-u-2017-rotsi-zrosli-v-serednomu-u-15-razi.html>

2. ДФС: З початку року фізичні особи – підприємці сплатили до бюджету 11,1 млрд. грн. єдиного податку // Офіційний портал Державної фіскальної служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/313393.html>

3. Мединська Т.В. Єдиний податок у формуванні доходів місцевих бюджетів та податковий контроль за його сплатою / Т.В. Мединська // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 2 (24). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

4. Податковий кодекс України / Верховна Рада України // затв. Законом від 02.12.2010 р. № 2755-VI; (Редакція станом на 10.09.2017). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

Алексєєнко Т.О., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансово-господарська діяльність будь-якого підприємства є неможливою без вкладення коштів, які можуть мати власний, залучений та позиковий характер. Інвестиції є визначальним фактором економічного розвитку будь-якої країни та

забезпечення конкурентоспроможності та успішної діяльності окремого підприємства. Для отримання інвестиційних ресурсів підприємство повинно відповідати ряду характеристик, тобто бути інвестиційно привабливим [1]. Тому першочерговим завданням, виконання якого зумовлює успіх у конкурентній боротьбі, є максимальне підвищення інвестиційної привабливості об'єкту.

Метою цієї роботи є дослідження основних методів та організаційно-економічного забезпечення підвищення інвестиційної привабливості підприємства на основі аналізу оцінювання особливостей, управління нею та сучасного стану на підприємствах України.

У сучасній економічній літературі немає чіткості у визначенні сутності інвестиційної привабливості та системи методів її оцінювання. Тому є актуальним є дослідження цієї категорії, її видів та умов формування [2]. Інвестиційна привабливість – це не тільки фінансово-економічний показник, а й модель кількісних і якісних показників – оцінок зовнішнього середовища (політичного, економічного, соціального правового) і внутрішнього позиціонування об'єкта у ньому, оцінка фінансово-технічного потенціалу об'єкта, що дає змогу впливати на кінцевий результат діяльності. Інвестиційна привабливість визначається комплексом різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись в залежності від: цілей інвесторів; виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти; специфіки економічного розвитку підприємства у теперішній час та у минулому, а також очікуваних темпів його зростання; комплексу зовнішніх факторів, зокрема діючого законодавства, екологічної ситуації, рівня конкуренції. Ступінь інвестиційної привабливості підприємства є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об'єкт [3].

На сучасному етапі актуальними є питання не лише обґрунтування системної оцінки та формування комплексу факторів підвищення інвестиційної привабливості підприємств, а й забезпечення процесу її досягнення, шляхом ефективного управління через комплекс методів, способів та засобів цілеспрямованого організуючого впливу на інвестиційну діяльність підприємств, зокрема економічних, організаційних, мотиваційних тощо.

На сьогоднішній день сформовано велику кількість методик визначення як інвестиційної привабливості окремого підприємства, так і ранжування їх сукупності згідно з вимогами інвестора [4]. Вчені виділяють п'ять груп критеріїв, які використовуються для визначення інвестиційної привабливості: майновий стан, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність та рентабельність, кожна з яких має відповідну групу показників [5]. Але крім показників, інвестором також враховуються такі фактори, як інвестиційна привабливість на мезоекономічному рівні, аналіз руху грошових коштів; вплив зовнішніх та внутрішніх ризиків. В Україні на макрорівні основними характеристиками інвестиційної привабливості є стан політичного, економічного та соціального середовища, а на мікрорівні – рівень капіталізації або ринкова вартість підприємства [6].

Необхідно також дослідити, як оцінюється інвестиційна привабливість компаній в світі, де поширена велика кількість рейтингових процедур. Найбільш популярними є: Fortune 500, Global 1000, BusinessWeek 1000. Вони оцінюють інвестиційну привабливість, виходячи з фінансово-господарських показників

підприємств: об'єми доходів, прибутків, активів; ефективність інвестицій; збільшення прибутків, доходів, працівників; рівень ринкової вартості компанії.

Мета і зміст управління інвестиційною привабливістю реалізуються при вирішенні таких завдань, як управління виробничим і фінансовим ризиками, маркетингом, факторами вартості, формування інвестиційного іміджу підприємства. Завдання управління інвестиційною привабливістю можна сформулювати таким чином:

- по-перше – управління інвестиційними ризиками – виробничими і фінансовим, за допомогою чого буде забезпечуватися управління фінансовими характеристиками підприємства – його прибутковістю і платоспроможністю;
- по-друге – підтримка та нарощування інвестиційної вартості;
- по-третє – створення привабливого іміджу підприємства для інвестора шляхом інформування про свою діяльність [7].

Основні методи підвищення інвестиційної привабливості лежать у основі теоретичного обґрунтування проблеми формування достатньої конкурентоспроможності підприємства на інвестиційному ринку й безперечно пов'язані з загальними факторами інвестиційної привабливості, які укрупнено можна розподілити на: фінансово-економічні; соціальні; інформаційні.

Найсуттєвіший вплив на формування рівня інвестиційної привабливості підприємства має перша група, до якої відносяться: підвищення ефективності використання основних фондів на підприємстві; зростання якості управління кредиторською й дебіторською заборгованістю; ріст ефективності використання оборотних коштів; удосконалення управління прибутком підприємства; запровадження маркетингових заходів та управління якістю; підвищення ефективності управління ціноутворенням на продукцію підприємства; зростання ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження екологічно безпечного обладнання; налагодження та якості діяльності внутрішнього аудиту [8].

Найбільш важливими організаційно-економічними факторами підвищення інвестиційної привабливості підприємств є фінансове оздоровлення; визначення ефективності капіталовкладень; своєчасна і правильна оцінка фінансового стану підприємства; раціональне використання робочого часу та трудового потенціалу підприємства; залучення іноземного досвіду при оцінці та підвищенні інвестиційної привабливості; використання механізмів корпоративного менеджменту.

Україна поки що відстає від розвинених країн у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості [9]. Серед чинників макrorівня найбільш негативний вплив на інвестиційні процеси для підприємств є: існуюча податкова система і корупція в держапараті, несприятливий інвестиційний клімат, причинами і одночасно проявами якого є недосконалість законодавчої бази, відсутність реальних форм підтримки малого бізнесу і ефективних заходів економічного стимулювання, незабезпеченість страхового ринку, відсутність пільгового кредитування особливо виробничої сфери, неефективність кадрової підготовки підприємців, низька ефективність капіталовкладень.

На сучасному етапі розвитку економіки значна кількість підприємств України знаходиться в кризовому становищі. Це зумовлено майже критичним ступенем зносу основних виробничих фондів, який призводить до зменшення

виробничих потужностей підприємств, зниження ступеня їх прибутковості. За даними Державного комітету статистики України 95% інвестицій в основні фонди відбувається за рахунок власних коштів підприємств, а оскільки зростає рівень їх збитковості, використання даного джерела не забезпечує необхідного рівня відтворення основних фондів. У ситуації, що склалася, підприємства не мають можливості здійснювати інвестування в необхідних обсягах, тому актуальності набуває підвищення інвестиційної привабливості за рахунок залучення коштів іноземних інвесторів. Слід зазначити, що дане джерело використовується в Україні в дуже обмеженому обсязі та потребує розвитку, оскільки, як свідчить досвід розвинених країн, залучення інвестицій за рахунок даного джерела сприяє розвитку підприємств та покращенню стану економіки в цілому [3].

На сьогоднішній день підвищення інвестиційної привабливості підприємства є важливою і актуальною задачею, для чого існує широкий спектр методів та шляхів її підвищення. У першу чергу необхідно проаналізувати всі чинники, які впливають на привабливість підприємства, розробити ефективне оцінювання та систему управління нею. Визначені фактори формування інвестиційної привабливості підприємства є надзвичайно важливими для проведення аналізу його функціонування підприємства, виявлення відхилення, закономірностей та тенденцій розвитку. Це дає можливість використовувати переваги підприємства, а також вчасно запобігати дії негативних чинників. Важливим є вирішення проблеми вибору методу оцінки інвестиційної привабливості підприємства, оскільки кожен з суб'єктів інвестиційного процесу переслідує свої інтереси, і тому метод визначення привабливості повинен враховувати їх специфіку.

Література

1. Хобта В.М. Активізація і підвищення ефективності інвестиційних процесів на підприємствах: Монографія/ Хобта В.М., Мешков А.В., Попова О.Ю; НАН України, Ін-т економіки промисловості, ДНТУ. – Донецьк 2005.
2. Лиса О.І. Напрями підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектора економіки Західного регіону України [Електронний ресурс]. / О.І. Лиса // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України, 2011. – Вип. 21.03. – С. 203-211.
3. Хобта В.М., Мешков А.В. Формування та підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна – Донецьк: ДВНЗ "ДонНТУ". – Випуск 36-1– 2009 – с. 118-125.
4. Гончарук А. Г. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об'єкт управління / А.Г. Гончарук., А.А. Яцик // Науковий журнал "Економіка харчової промисловості". – 2011. – № 4(12). – С. 29–33.
5. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1. – С. 68-75. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навч. пос. – Київ: ЦНЛ, 2004.- 376 с.
6. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
7. Коюда О.П. Інноваційна діяльність: від оцінки привабливості до інвестиційного забезпечення: [монографія] / О.П. Коюда, В.Ф. Колесніченко. – Х.: [ХНЕУ], 2009. – 275 с.
8. Катан Л.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства/ Л.І. Катан / Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2010. – № 17. – С. 23-25.
9. Гаврилюк О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України / О.В. Гаврилюк. – Фінанси України. – 2008. – №2. – С. 68-81.

Андрейченко В.О., студент
Сисоліна Н.П., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ УПРАВЛІННЯ НИМ

На сьогоднішній день важко уявити, щоб створення нового підприємства не несло в собі ризиків чи загроз для його розвитку і подальшої діяльності. Менеджер завжди повинен брати до уваги, що підприємство на всіх етапах свого зародження може так і не вийти на ринок, і привести до негативних наслідків, а саме значні втрати часу і фінансів.

Існує велика кількість загроз які можуть стати значним бар'єром і привести до негативних наслідків для будь-якого бізнесу: нестабільна політична ситуація в країні, недобросовісна конкуренція, промислове шпигунство, саботаж, ріст злочинності, корупція, тіньова економіка, виробництво неякісної продукції.

При дослідженні поняття економічної безпеки, його слід розглядати як на національному(держава), галузевому, так і корпоративному(підприємство) рівні.

Економічна безпека галузі (держави) – це стан захищеності галузі (держави) від зовнішніх та внутрішніх загроз, її спроможність розвиватися, і поступово зростати.

Економічна безпека підприємства: з одного боку – це стан корпоративної економіки при зовнішніх та внутрішніх небезпеках, в умовах політико-економічної нестабільності, з іншого – це заходи, які сприяють ефективному використанню економічних ресурсів підприємства для забезпечення його стабільності, та запобігання різних загроз.

Головна мета економічної безпеки підприємства є забезпечення його стабільним і ефективним функціонуванням і високим потенціалом розвитку.

Для кращої структуризації виділяють зовнішні і внутрішні складові економічної безпеки підприємства. До внутрішніх складових відносять: фінансову, кадрову, інформаційну, ресурсну, техніко-технологічну, силову. До зовнішніх: політико-правову, ринкову, екологічну.

До основних завдань економічної безпеки підприємства відносяться: дотримання норм чинного законодавства, забезпечення умов для розвитку підприємства на основі узгодженості його можливостей із зовнішнім ринковим середовищем, забезпечення умов для розвитку, ефективного використання інформації та її захист.

Одним з найбільш впливових видів ризику є фінансовий ризик. Щоб мінімізувати можливі втрати чи взагалі уникнути їх, управління фінансовим ризиком поділяють на декілька етапів:

1. – ідентифікація фінансових видів ризику;
2. – оцінка ймовірності настання ризикової події;
3. – дослідження факторів, які впливають рівень ризиків;
4. – оцінка можливих втрат;
5. – прийняття управлінського рішення, для нейтралізації негативних наслідків;
6. –моніторинг результатів управління.

Кожен менеджер повинен розуміти що від його рішень організація може понести як значні втрати, так і стати прибутковим і розвинутим підприємством.

Крім того, підприємство повинно мати можливість захистити себе від різного роду надзвичайних подій. Що можливо за рахунок укладання договорів страхування майна та відповідальності фірми перед третіми особами. Страхування майна є ефективним інструментом боротьби з ризиками, що дає змогу підприємствам розвиватись без страху понести збитки від різного роду надзвичайних випадків.

На економічну безпеку впливає специфіка діяльності підприємства взагалі. Як приклад, об'єктом дослідження є підприємство, яке спеціалізується на роздрібній торгівлі, тому слід ретельно дослідити ринок роздрібних товарів в Україні.

За даними Державної служби статистики України, обсяг роздрібного товарообороту постійно збільшується. Так, з періоду з 2010 по 2017 роки обсяг товарообороту збільшився понад в 2 рази (в 2010 році – 274 млрд. грн. на рік, в 2017 році – 578 млрд. грн. на рік). Проте, є і негативні тенденції, такі як збільшення ціни на товари, за рахунок інфляції, так і зменшення купівельної спроможності споживачів, що змушує покупців знаходити більш дешеві варіанти представлені на ринку. Отже, національний ринок в Україні переживає досить нестабільний етап, і не можна впевнено сказати, які перспективи будуть спостерігатись у майбутньому, теж можна сказати і про підприємства цієї галузі.

На сьогоднішній час з'являються нові технології, які підприємства, задля власної економічної безпеки, повинні вчасно впроваджувати в життя. Так, інформаційні технології є невід'ємним елементом життя людей. Розвиток інтернету привело до появи крауд-технології, тобто спільна, добровільна наукова або дослідницька діяльність широкого кола людей, які бажають вкласти свій слід в спільну справу. Краудсорсинг – це клієнтоорієнтований підхід до менеджменту, коли організація орієнтується в виробництві послуг на споживачів, і дає їм більшу можливість в прийнятті рішень. Таким чином, крауд-технології дозволять вести відкритий діалог як в самій організації, так і з її споживачами, які зможуть впливати на процес прийняття рішень, що в кінцевому випадку виразиться на якості роботи організації.

Отже, управління будь-яким бізнесом без ризику не буває. На шляху до успіху існує велика кількість бар'єрів і ризиків чи непередбачених ситуацій, які слід завчасно знаходити (оцінювати) і знешкоджувати, інакше можна понести великі втрати часу і майна.

Біловодська І.М., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Рентабельність – відносний показник, що характеризує міру прибутковості підприємств. Показники рентабельності повніше, ніж прибуток, характеризують

результати господарювання, тому що їхня величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. їх використовують для оцінювання діяльності підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні [2].

Аналізуючи дані Державної Служби Статистики про рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності у 2015 році можна побачити, що найприбутковішим є сільське, лісове та рибне господарство, адже його показник становить 41,7 %. Інші види економічної діяльності є не досить прибутковими, наприклад: надання інших видів послуг отримало лише 7,3% прибутку; освіта – 5,7%; транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність – 1,1%; промисловість – 0,9%; інформація та телекомунікації – 0,5% [1].

Не рентабельними у 2015 році виявилися такі види економічної діяльності, як:

- операції з нерухомим майном – (-33,4%);
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – (-25,3%);
- тимчасове розміщування й організація харчування – (-17,3%);
- діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – (-11,9%);
- фінансова та страхова діяльність – (-8,9%);
- будівництво – (-7,6%);
- професійна, наукова та технічна діяльність – (-1,1%);
- оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – (-0,9%);
- охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – (-0,6%) [1].

У 2016 році ситуація значно змінилася, а саме: знизилася рентабельність сільського, лісового та рибного господарства з 41,7% до 32,4%; промислова діяльність збільшила свою прибутковість з 0,9% до 4,2%; будівництво так і залишилося не рентабельним; оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів значно підвищив свою прибутковість до 15,8% (у 2015 році ця діяльність була збитковою); транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність збільшила свою прибутковість від 1,1% до 5,1%; тимчасове розміщування й організація харчування так і залишилося не рентабельним; інформація та телекомунікації стали більш прибутковими, їх показник прибутковості зріс від 0,5% до 8,5%; фінансова та страхова діяльність залишилися не рентабельною; операції з нерухомим майном залишилися не прибутковими; професійна, наукова та технічна діяльність стала не прибутковою; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування так і залишилися не рентабельною; освіта залишилася майже без змін; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги стала прибутковою і становила 4,5%; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок залишилися не рентабельними; надання інших видів послуг зменшило свою прибутковість від 7,3% до 5,1%.

Отже збитковими виявилися такі напрями діяльності як:

- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – (-16,5%);
- операції з нерухомим майном – (-8,1%);
- фінансова та страхова діяльність – (-4,8%);
- діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – (-3,9%);
- тимчасове розміщування й організація харчування – (-0,8%);
- будівництво – (-0,4%) [1].

З попередніх даних можна зробити висновок, що стан підприємств, які здійснюють економічну діяльність є не дуже задовільним, це може бути пов'язано з тим, що на сьогоднішній день в економіці спостерігаються складні кризові процеси, а саме висока вартість позикових коштів, знецінення вартості національної валюти, малий внутрішній ринок, різкі зміни вартості іноземної валюти, нестабільність економіки та багато інших внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на стан підприємств. В цих умовах дуже важливо шукати доступні резерви підвищення рентабельності, які дозволи б суб'єктам господарювання здійснювати безперебійну діяльність, проводити просте та розширене відтворення. Усі ці фактори сприяють підвищенню актуальності дослідження аспектів управління рентабельністю підприємства з метою забезпечення його ефективної роботи.

Оскільки, основна мета майже кожного підприємства – це отримання прибутку та досягнення соціального ефекту, то керівник суб'єкту господарювання повинен краще планувати та організовувати свою діяльність, враховувати та постійно досліджувати вплив різних факторів на свою діяльність.

На сьогодні, ми спостерігаємо дуже швидкі зміни в технічній сфері та в науці, більшість підприємств прагне до підвищення автоматизації своєї діяльності, а для цього потрібно рухатися разом із світом, вивчати зміни, які постійно відбуваються та вміти до них пристосовуватися, щоб бути завжди на першому місці.

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Коваленко О.М. Методи оцінки рентабельності та факторів, що впливають на її рівень // Економіка. Фінанси. Управління – № 2, 2004 – с. 9-15.

Бобейко Б.Р., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЧИННИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

В умовах становлення і розвитку української економіки важливе значення має залучення інвестицій до України, перехід до більш якісного управління інвестиційною діяльністю, побудова ефективної регіональної політики, спрямованої на забезпечення високого рівня інвестиційної привабливості територій.

Успішний розвиток підприємства, вдосконалення виробництва та підвищення показників його діяльності безпосередньо пов'язані з інвестиційною діяльністю. Залучення ж інвестицій залежить від інвестиційної привабливості об'єкта інвестування. Оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, як потенційного об'єкта інвестування, здійснюється інвестором у процесі

визначення доцільності капітальних вкладень, вибору в придбанні альтернативних об'єктів чи купівлі акцій окремих підприємств.

Більшість дослідників визначають інвестиційну привабливість підприємства як сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів [5].

Під час вибору об'єкта інвестування інвестори найбільш значущими вважають показники рентабельності, динаміки прибутку до сплати відсотків і податків, показники платоспроможності, коефіцієнт фінансової незалежності, показник покриття прибутком суми сплачуваних відсотків, коефіцієнт відношення чистого грошового потоку до довгострокових зобов'язань, перспективи ринкових позицій підприємства, інформаційну прозорість, інвестиційну вартість підприємства [4].

Від того наскільки підприємство цікаве потенційним інвесторам залежить стабільність його функціонування, можливості розширення господарської діяльності, зміцнення наявних ринкових позицій чи завоювання нових ринків збуту продукції. Інвестиційна привабливість будь-якого підприємства з погляду інвестора визначається насамперед сукупністю таких економічних чинників, як обсяг коштів, що вкладаються в підприємство, ставки відсотка освоєння інвестицій та ймовірності отримання інвестором прибутку. З позиції ж підприємства, ефективність як залучених ним інвестицій, так і ефективність використання власних фінансових ресурсів, оцінюється часткою прибутку, одержаного в результаті здійснення інвестиційної діяльності.

Також інвестиційна привабливість підприємства залежить від ефективності його виробничої діяльності, яка визначається нормою рентабельності. Підвищення рентабельності основної діяльності підприємства позитивно впливає на темпи зростання капітальних вкладень та свідчить про можливість розширення господарської діяльності підприємства, а значить і його інвестиційної привабливості. Звичайно, важливим чинником інвестиційної привабливості підприємства є інноваційний, який визначається використанням досягнень науково-технічного прогресу у виробничому процесі та характеризує тривалість терміну з часу розробки до впровадження у виробництво науково-технічних розробок [2].

Інвесторів також завжди цікавить ефективність використання інвестиційних ресурсів підприємством за минулі періоди його діяльності. Її визначають шляхом розрахунку індексів, співвідношень та коефіцієнтів, зокрема таких, як коефіцієнт самозабезпеченості інвестиційними ресурсами, який характеризує можливість підвищити конкурентоспроможність і ділову активність підприємства за рахунок власних коштів, та коефіцієнт прибутковості (рентабельності) залучених коштів.

Досвід роботи з вітчизняними та іноземними інвесторами свідчить, що стратегічного інвестора завжди буде цікавити привабливе підприємство в інвестиційно-привабливій галузі та привабливому регіоні. За інших рівних умов інвестор не буде вкладати кошти в підприємство, яке належить до галузі кризового стану, або розташоване в непривабливому регіоні [2].

Щоб оцінити рівень інвестиційної привабливості підприємства необхідно проаналізувати особливості галузі, умов його функціонування та здійснення виробничої діяльності, що містить у собі: – загальну характеристику підприємства (характер технології, наявність сучасного обладнання, складського господарства,

власного транспорту, географічне розміщення, наближеність до транспортних комунікацій); – характеристику технічної бази підприємства – стан технології, вартість основних засобів, коефіцієнт морального та фізичного зношення основних засобів; – номенклатуру продукції, що випускається; – виробничу потужність; – місце підприємства в галузі, на ринку, рівень його монополності; – характер системи управління; – статутний фонд, власників підприємства, ціну акцій; – структуру витрат на виробництво; – обсяг прибутку за напрямками його використання; – оцінку фінансового стану підприємства [3].

На інвестиційну привабливість підприємства, окрім загальноекономічних чинників, вагомий вплив чинять чинники, які зумовлені специфікою господарської діяльності підприємств: – наявності в підприємства перспектив подальшого розвитку; – ефективності здійснюваної підприємством маркетингової діяльності; – результативності здійснюваної підприємством фінансово-господарської діяльності.

Загалом масив показників за допомогою яких визначають ефективність використання інвестиційних ресурсів є досить репрезентативним і суттєво впливає на інвестиційну привабливість підприємства [1]. Інвестори завжди прагнуть отримати інформацію не лише про ті чинники, які покращують інвестиційну привабливість об'єкта інвестування, але й про ті, які негативно впливають на інвестиційну привабливість підприємства. Кожне підприємство може потерпати від низки негативних чинників, що призводять до втрати прибутку інвестором. До таких чинників належать: – некваліфікований менеджмент підприємства; – неефективна структура активів; – неправильна оцінка фінансово-економічного стану партнерів; – нестабільне фінансове становище підприємства; – низька кваліфікація керівництва підприємства тощо. Прийняття інвестиційних рішень завжди пов'язане з ризиком, який переслідує інвестора та підприємця на кожному кроці. Крім ризиків, які виникають під час інвестування, велике значення відіграють ризики, які притаманні окремому виду діяльності та кожній галузі.

Отже, інвестиційну привабливість можна розглядати на різних рівнях: країни, галузі, регіону, підприємства. Виходячи з цього, підприємство – це об'єкт, у який вкладаються кошти інвестором і чия привабливість повинна визначатися обов'язково і на всіх рівнях. Залучення інвестицій є необхідним процесом для відродження та досягнення підприємством вищого рівня конкурентоспроможності. Інвестиційно привабливе підприємство спонукає інвесторів приймати рішення щодо довгострокових вкладень у капітал для подальшого розвитку підприємства та отримання відповідного очікуваного прибутку. Інвестори, які вкладають свої гроші та інше майно в українські підприємства, повинні бути впевнені у правильному виборі ділового партнера та збереженні й ефективному використанні вкладених інвестиційних ресурсів.

Література

1. Алексєєнко Л. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства / Л. Алексєєнко // Економічний форум. – 2009. – № 3. – С. 94-102.
2. Гончарук А. Інвестиційна привабливість промислового підприємства як об'єкт управління / А. Гончарук, А. Яцик // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 4. – С. 29-33.

3. Короткова О. Інвестиційна привабливість підприємства та методика її оцінювання / О. Короткова // Ефективна економіка. – 2013. – № 6. – С. 32–36.

4. Коюда О. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / О. Коюда; Харк. держ. екон. ун-т. – Х., 2003. – 16 с.

5. Зятковський І. Фінанси підприємств: [посібник] / І. Зятковський; 2-ге вид. – К.: Кондор, 2003. – 358 с.

Богатир Х.О., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ ЯК ОДИН З ПРІОРИТЕТІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Офіційні дані свідчать, що у I півріччі 2017 року доходи зведеного бюджету мали найвищі темпи зростання та один з найкращих показників виконання річного плану (53%) порівняно з аналогічними періодами 2014-2016 рр. Простежується тенденція до зростання номінальних надходжень від бюджетоформуючих податків, зокрема ПДВ, проте суттєві зміни в структурі податкових надходжень відсутні.

У структурі надходжень ПДВ до зведеного бюджету переважають суми ПДВ, сплачені при ввезенні на територію України товарів (77%), суттєво зріс рівень відшкодування ПДВ грошовими коштами (майже на 60% порівняно з 2016 роком), рівень переplat ПДВ становить 1,3% його надходжень [4, с. 4].

У структурі надходжень податку на додану вартість переважають суми ПДВ, сплачені при ввезенні на територію України товарів. При цьому, якщо у I півріччі 2014-2016 рр. частка такого ПДВ коливалася у межах 68-73% сукупних надходжень ПДВ до зведеного бюджету України, то в 2017 році вона зросла до 77% (на +34 млрд. грн.). Це свідчить про збереження тенденції імпортоорієнтованості та імпортозалежності вітчизняної економіки.

У 2017 році майже на 60% зріс рівень відшкодування ПДВ грошовими коштами порівняно з аналогічним періодом 2016 року (з 36 млрд. грн. до 57 млрд. грн.). Найбільші суми відшкодування ПДВ отримали такі 10 підприємств: ТОВ «Кернел-Трейд», ПРАТ «МК «Азовсталь», ПАТ «Арселорміттал Кривий ріг», ПРАТ «ММК ім. Ілліча», ПАТ «Дніпровський меткомбінат», ПАТ «ДМКД», ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «ДПЗКУ», ДП «Сантрейд», ТОВ СП «Нібулон», ТОВ «АДМ Трейдинг Україна». Разом з цим, підприємствам було відшкодовано 16,2 млрд. грн., або 24% загальної суми ПДВ, відшкодованої протягом перших 5-ти місяців 2017 року.

Суми відшкодування зростали швидшими темпами, ніж суми сплаченого ПДВ із вироблених в Україні товарів, робіт, послуг. Тому номінальні суми «нетто» надходжень ПДВ від вироблених в Україні товарів, робіт, послуг, практично не змінилися порівняно з аналогічним періодом 2016 року і становили 33,3 млрд. грн.

У надходженнях ПДВ до зведеного бюджету за I півріччя 2017 року 40% становили суми податку, сплачені великими платниками податків (для порівняння

в аналогічних періодах 2015-2016 рр. цей показник був на рівні 42% та 43% відповідно). Таким чином, фіскальна роль великих платників податків у надходженнях ПДВ залишається ваговою.

Рівень переоплат ПДВ у I півріччі 2017 року згідно з даними ДФС України становить 1,87 млрд. грн. (або 1,3% надходжень ПДВ).

Висока питома вага ПДВ від імпортованих на територію України товарів і поява тенденції до її зростання не є позитивним фактом. Це може свідчити про скорочення обсягів виробництва суб'єктами господарювання всередині країни, зростання залежності від імпортованих товарів, які через низький обмінний курс гривні до іноземної валюти є досить дорогими для переважної більшості населення з невисокими доходами (згідно з даними Держкомстату витрати домогосподарств на продукти харчування, безалкогольні напої, оплату житла, комунальних послуг у 2016 році становили понад 70% сукупних витрат) [4, с. 15-16].

Згідно статті 200-1 Податкового кодексу України для удосконалення процедури справляння ПДВ запроваджено систему його електронного адміністрування. Для цього забезпечується автоматичний облік у розрізі платників податку:

- суми податку, що містяться у складених та отриманих податкових накладних та розрахунках коригування, зареєстрованих в Єдиному реєстрі податкових накладних;

- суми податку, сплачені платниками при ввезенні товару на митну територію України;

- суми поповнення та залишку коштів на рахунках в системі електронного адміністрування податку на додану вартість;

- суми податку, на яку платники мають право зареєструвати податкові накладні та розрахунки коригування до податкових накладних в Єдиному реєстрі податкових накладних тощо [3].

Порядок електронного адміністрування податку на додану вартість встановлюється Кабінетом Міністрів України. Платникам податку автоматично відкриваються рахунки в системі електронного адміністрування ПДВ.

З метою забезпечення прозорості адміністрування ПДВ Державною фіскальною службою України впроваджено та постійно доопрацьовується «Електронний кабінет платника» у частині надання доступу платникам податку на додану вартість до даних Єдиного реєстру податкових накладних (ЄРПН) у режимі реального часу щодо складених ним чи його контрагентами податкових накладних та/або розрахунків коригування.

Платникам податку на додану вартість після ідентифікації з використанням електронного цифрового підпису будь-якого Акредитованого центру сертифікації ключів в особистому кабінеті надано можливість перегляду відомостей щодо податкових накладних та/або розрахунків коригування, зареєстрованих, реєстрацію яких зупинено відповідно до вимог пункту 201.16 статті 201 ПКУ, а також щодо яких комісією ДФС прийнято рішення про реєстрацію або відмову в реєстрації податкових накладних та/або розрахунків коригування в ЄРПН.

Пошук інформації в ЄРПН здійснюється за основними реквізитами податкових накладних та/або розрахунків коригування, а також за індивідуальним податковим номером продавця та покупця товарів/послуг. Також платники мають можливість завантажити податкові накладні та/або розрахунки коригування в електронному вигляді (у форматі xml з електронним цифровим підписом).

Удосконаленню процедури адміністрування ПДВ сприяє наявність в Електронному кабінеті для платників ПДВ наступних сервісів:

- перегляд даних Реєстру платників ПДВ у режимі он-лайн;
- формування та надсилання Реєстраційної заяви платника податку на додану вартість, сервісних запитів та отримання витягів на них;
- подання Податкової декларації з податку на додану вартість;
- доступ до проведених операцій та руху коштів на електронному рахунку у Системі електронного адміністрування ПДВ;
- реєстрація податкових накладних та/або розрахунків коригування в ЄРПН [1].

Використовуючи зазначені переваги електронного адміністрування ПДВ з метою удосконалення процедури його справляння, на Кіровоградщині у січні-вересні 2017 року 70 платників області заявили до відшкодування з бюджету на рахунки у банку 763,8 млн. грн. податку на додану вартість.

У порівнянні з відповідним періодом 2016 року у Кіровоградській області заявлена сума ПДВ на рахунки платників збільшилась на 281,6 млн. грн. або 58,4%.

Станом на 1 жовтня 2017 року суб'єктам підприємницької діяльності Кіровоградського регіону відшкодовано на поточні рахунки 788,5 млн. грн., що на понад 60% більше, ніж за 9 місяців минулого року. Тоді платники отримали 489,3 млн. грн. податку на додану вартість [2].

За рахунок впровадження з 1 квітня 2017 року Електронного реєстру автоматичного відшкодування ПДВ, процес повернення бюджетних коштів платникам став максимально прозорим. Даний сервіс забезпечує ефективний моніторинг адміністрування ПДВ та унеможливорює корупційні ризики при відшкодуванні податку на додану вартість.

Література

1. ДФС: Запроваджено новий сервіс для платників податку на додану вартість // Офіційний портал ТО ДФС у Кіровоградській області. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kr.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/310239.html>

2. На Кіровоградщині платникам відшкодовано 788,5 мільйонів гривень податку на додану вартість // Офіційний портал ТО ДФС у Кіровоградській області. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kr.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/313195.html>

3. Податковий кодекс України / Верховна Рада України // затв. Законом від 02.12.2010 р. № 2755-VI; (Редакція станом на 10.09.2017). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

4. Сибірянська Ю. Виконання доходів зведеного бюджету України у I півріччі 2014-2017 рр. / Ю. Сибірянська ; [за заг. ред. В.М. Мазярчука] // Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України. – 2017. – серпень. – 24 с.

Ванельчук Д.В., студент
Центральноукраїнський національно
технічний університет
м. Кропивницький

ГРЕЙДУВАННЯ ЯК СУЧАСНА ФОРМА ОПЛАТИ РАЦІ

Оплата праці – це будь-який грошовий заробіток, обчислений, як правило, в грошовому виразі, який виплачує за трудовим договором власник працівникові за

виконану роботу. Оплата праці відіграє значну роль в житті суспільства. По-перше, вона є основним доходом працівників і через це її величина відображає рівень добробуту кожного. А по-друге, якщо правильно упорядкувати оплату праці, то можливо досягнути збільшення ефективності виробництва за рахунок зацікавленості працівників у праці, а це має прямий вплив на темп та масштаб соціально-економічного розвитку держави.

Одним із методів мотивування працівників на досягнення найкращих результатів, є прямі економічні, до яких і належать системи оплати праці. Однією з таких систем є система грейдування – це одна з найсучасніших систем оплати праці. Вона якнайкраще структурує розміри винагород працівників, обґрунтовує справедливність виплат та дає можливість планувати кар'єрний ріст [1].

Грейдування – це створення ієрархії рангів, універсальної для персоналу підприємства. Система грейдів (від англ. grade – ступінь, клас), була заснована у 50-х роках минулого століття Едвардом Хеєм, засновником та президентом консалтингового агентства Hay Group Inc., США, на замовлення державних структур. Ця система мала на меті врахувати рівень відповідальності, унікальність досвіду, знань і навичок, результативність діяльності кожного працівника підприємства. Система грейдів, або позиційних посад, означає, по суті, корпоративний табель по рангах. Вона дозволяє побудувати посадову ієрархію, яка опирається на гнучкий рівень заробітних плат [2].

Підприємства нерідко мають великі збитки через неефективне управління фондом заробітної плати, а продуктивність праці працівників може зменшуватися через несправедливу чи непрозору систему компенсацій. Існує декілька способів вирішення цієї проблеми (науковці наводять приблизно десять конкуруючих методик), проте грейдинг у сучасних європейських умовах є найбільш популярним.

Головна перевага системи з погляду працівника – прозорість перспектив. Працівник завжди розуміє, що він повинен робити, як і в період якого часу, щоб його заробітна плата підвищилася, тобто система грейдів дозволяє працівникам отримати уявлення про можливу зміну рівня доходів при різних кар'єрних переміщеннях.

Дана система пояснює ієрархію посад за змістом роботи. Кожна позиція даної структури визначає вимоги до кожної посади, а також дозволяє працівникам визначити: свою підлеглисть, міру відповідальності, потребу в розвитку (підготовці кадрів). Проте найголовнішим тут являється те, що відразу після одержання даних кінцевої загальної таблиці і перенесенні їх на графік можна буде визначити на яких місцях і в яких підрозділах є невідповідність в оплаті праці.

Система грейдів має ряд переваг порівняно з системою посадових окладів, адже вона дозволяє працівникам отримати уявлення про можливу змін рівня доходів при різних кар'єрних переміщеннях. Керівництву підприємства дана система допомагає в прийнятті рішення при індексації заробітної плати і визначенні допустимого розміру винагороди на нових посадах; HR-службі (підбір персоналу) – спростити адміністрування корпоративної системи матеріального стимулювання [3].

Слід зазначити, що технологія грейдингу може бути успішно застосована для вдосконалення оплати праці управлінського персоналу через побудову адекватної тарифної системи, що базується на врахуванні особливостей діяльності керівників

різних функціональних груп, різних рівнів управління та досягненні прямої залежності між величиною трудового внеску працівника у підвищення продуктивності виробництва та розміром його винагороди.

Отже, створення та впровадження справедливої системи оплати праці є ефективним важелем в питаннях підвищення мотивації персоналу, зростанні продуктивності праці і конкурентоспроможності організації в цілому. В свою чергу, грейдування в організації дозволить скоротити суб'єктивізм в управлінських рішеннях щодо оплати праці.

Література

1. Грейдування форма оплати праці на сучасних підприємствах України. http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/1_kolisnik.htm
2. Мотивація на основі грейдів. http://pidruchniki.com/85105/menedzhment/suchasni_metodi_motivatsiyi
3. Система Грейдів як інноваційна форма оплати праці. http://www.rusnauka.com/8_DNI_2009/Economics/43228.doc.htm

Гейдарова О.В., студент
Хмельницький Національний Університет
м. Хмельницький

ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Із розвитком людської цивілізації надання гостинних послуг людям, які з різних причин опинилися поза домом (за межами «замкнутого підпростору»), перетворювалося у професію для дедалі більшої кількості людей, поки не стало справжньою індустрією. Згідно з тлумачним словником Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей».

Середовище гостинності визначається зовнішніми чинниками (економічними, політичними, культурними і соціальними) та взаємодією спеціалізованих чинників, таких як ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії гостинності тощо.

Характеризуючи готельний ринок України, можна виявити основні проблеми функціонування:

1. Незначна частка присутності транснаціональних готельних корпорацій. Сьогодні на готельному ринку України працюють такі міжнародні готельні оператори як «Radisson SAS», «Rixos», «Hyatt International», «Inter Continental».

2. Відсутність якісної пропозиції – застаріла матеріально-технічна база готелів, необхідність реконструкції, недостатній рівень обслуговування, нестача кваліфікованого персоналу.

3. Високий рівень цін – вартість проживання в готелях України набагато вища, ніж в готелях Європи аналогічного класу.

4. Відсутність сприятливого інвестиційного клімату, що пов'язано високими ставками оподаткування.

5. Великі терміни окупності готельних проектів.

6. Політична нестабільність в країні.
7. Складність в банківській сфері (високі відсотки за кредити)
8. Дефіцит вільних земельних ділянок, особливо в столиці та великих містах.
9. Сектор трьохзіркових готелів та нижче лишається незаповненим і представлений підприємствами з низьким рівнем обслуговування.

До перспектив розвитку готельного бізнесу в Україні можна віднести:

1. Активний розвиток невеликих готелів.
2. Найбільш перспективними мають стати самі дешеві засоби розміщення – хостели.
3. Пріоритетним напрямком може стати ринок апарт-готелів.
4. Поява готелів вищого класу типу конгрес-готелю, що пов'язано з збільшенням кількості проведення бізнес-переговорів.
5. Зміна пріоритетів розвитку стосовно проектів середнього рівня – трьохзіркових готелів та менш категорійних готелів.
6. Розвиток вітчизняних готельних мереж, наприклад, «Premier Hotels», «Чёрное море», та їх виход за межі України.

Отже, індустрія гостинності стабільно розвивається та позитивно впливає на економіку країни. В сучасних умовах потрібно створити сприятливі умови для залучення іноземних інвесторів з метою розвитку стан готельного бізнесу в Україні.

Гноєва Ю.В., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПРОЦЕДУРИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Законом України «Про аудиторську діяльність» передбачено, що аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [3, стаття 3]. При цьому, аудит може бути як зовнішнім, так і внутрішнім.

Внутрішній аудит – це діяльність кваліфікованих працівників підприємства, націлена на допомогу органам управління при прийнятті управлінських рішень [6, с. 91].

Аудиторські процедури – це сукупність дій аудитора.

Термін «аудиторські процедури» з'явився в Україні з впровадженням аудиту. У літературних джерелах неоднозначно розкривається його зміст. Автори наводять суперечливі за змістом визначення і розглядають аудиторські процедури як способи, прийоми, методи, перелік дій, процес, заходи, послідовність дій, технологію тощо. Перелічені поняття у вітчизняній теорії господарського контролю мають самостійне тлумачення і становлять різні за змістом явища і складові контролю. У зарубіжній теорії контролю ці поняття об'єднують у процедури аудиту, який там має більш широке застосування ніж в Україні [5].

Також під процедурами аудиту розуміють сукупність дій аудиторських фірм та аудиторів, операцій, етапів зі збору та обробки даних з метою отримання необхідної інформації для підтвердження достовірності фінансової звітності [2, с. 58].

Надзвичайно важливим етапом внутрішнього аудиту є планування процедур, які б надали внутрішньому аудитору достатню впевненість у можливості прийняття і виконання завдання. Кожна процедура внутрішнього аудиту реалізується за окремими операціями, а тому процедуру контролю поділяють на кілька категорій: процедури контролю повноти даних; процедури контролю точності; процедури контролю за додержанням законності господарських операцій (процедури на дозволеність); процедури контролю за збереженням активів; модифіковані (додаткові) процедури [1, с. 133-137]. Наведені процедури використовуються при виявленні помилок і шахрайства, проте їх також доцільно застосовувати при внутрішньому аудиті діяльності підприємства у цілому, та розрахунків з оплати праці зокрема.

Міжнародні стандарти аудиту та зарубіжні джерела включають усі види робіт, які виконує аудитор. У вітчизняній літературі їх показують окремо, а саме: методи, способи, прийоми, окремі контрольні дії. МСА виділяють п'ять аудиторських процедур, а саме: перевірка, спостереження, запит і підтвердження, підрахунок, аналітичні процедури [4, с. 405].

Для одержання аудиторських доказів у статті [5] пропонується використовувати аналогічні МСА п'ять процедур. У роботі [6, додаток Р.6] до процедур внутрішнього аудиту віднесено: перевірку, спостереження і опитування, підтвердження, підрахунки.

Внутрішній аудит розрахунків з оплати праці передбачає застосування аудиторських процедур, які наведено нижче.

ПЕРЕВІРКА: відповідності законодавчим вимогам форм і систем оплати праці, які використовуються на підприємстві; відповідності законодавству Колективного договору; порядку документального оформлення приймання та звільнення працівників (книга наказів, книга обліку трудових книжок, особові листи і картки тощо); порядку збереження документів, пов'язаних з обліком особового складу; наявності штатного розкладу; відповідності штатному розкладу певних сум заробітної плати; дотримання норм витрачання трудових ресурсів на одиницю продукції та відповідність законодавчим вимогам обраного для нормування методу (аналітичний, сумарний).

Перевірка правильності формування фонду основної заробітної плати при відрядній формі оплати праці здійснюється для підтвердження: правильності застосування тарифної сітки та тарифних ставок, а також відповідності її встановленим у колективному договорі; правильності обчислення сум заробітної плати за відрядними розцінками; порядку нормування оплати праці; правильності обчислення заробітної плати за непрямою відрядною системою оплати праці; правильності обчислення заробітної плати за бригадною системою (обчислення коефіцієнту трудової участі); правильності складання первинних документів, які визначають підстави для нарахування заробітної плати за відрядною формою; доцільності, обґрунтованості та ефективності відрядної форми оплати праці для підприємства. Перевірка правильності формування величини основної заробітної плати при почасовій формі оплати праці передбачає переконання внутрішнього аудитора у: правильності застосування посадових окладів; правильності обчислення відпрацьованого часу; правильності обчислення нарахованого

заробітку; правильності складання первинних документів, які визначають підстави для нарахування заробітної плати за почасовою формою; доцільності, обґрунтованості та ефективності почасової форми оплати праці для підприємства.

Перевірка правильності формування фонду додаткової заробітної плати передбачає засвідчення: наявності та відповідності законодавчим вимогам Положення про преміювання; відповідності законодавчим вимогам підстав для нарахування премій та інших виплат, які згідно законодавства становлять фонд додаткової заробітної плати та інші заохочувальні і компенсаційні виплати; належності первинних документів, які визначають підстави для нарахування додаткових виплат працівникам.

Надзвичайно важливим етапом внутрішнього аудиту розрахунків з оплати праці є перевірка наявності та стану кадрового обліку. Тут необхідно перевірити всю інформацію щодо прийняття, переміщення та вибуття окремих осіб кадрового складу, а також порядок документального оформлення операцій, пов'язаних з цим.

Спостереження і опитування здійснюються шляхом споглядання за процесом відображення операцій з формування величини заробітної плати як у первинних документах, так і перенесення їх даних до реєстрів другого рівня (аналітичні та синтетичні документи); задавання питань та отримання відповідей на них від працівників підприємства як в усній, так і письмовій формі (як, наприклад: «Який первинний документ слугує підставою для нарахування заробітної плати?», «Хто є відповідальним за складання таблицю обліку робочого часу?» тощо).

Підтвердження допомагає встановити: форми та системи оплати праці; факти пропущення та дописування окремих сум та операцій, пов'язаних з нарахуванням заробітної плати; точну дату виплати заробітної плати; точність, повноту, достовірність, відповідність законодавству інформації в первинних документах та реєстрах аналітичного і синтетичного обліку (інформація з кожного первинного документа знайшла своє відображення у загальній сумі у певних реєстрах). Також на даному етапі підтверджується дотримання формальних ознак звітності (переважно статистичної) та узгодженість наведеної у ній інформації з отриманими на попередніх етапах внутрішнього аудиту результатами.

Підрахунки полягають у застосуванні арифметичних дій, наприклад, перерахунок здійснених утримань.

Література

1. Аудит : [підручник] / Г.М. Давидов, І.Г. Давидов, Ю.Г. Давидов та ін. ; за ред. Г.М. Давидова, М.В. Кужельного. – [2-ге вид., переробл. і доповн.]. – К.: Знання, 2009. – 495 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні: [Монографія] / Бутинець Ф.Ф., Малюга Н.М., Петренко Н.І. – Житомир: ЖДТУ, 2004. – 564 с.
3. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р. № 3125-ХІІ (зі змінами і доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>
4. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики. – К.: Аудиторська палата України, 2004. – 1025 с.
5. Сук Л.К. Аудиторські процедури для одержання доказів / Л.К. Сук // Облік і фінанси АПК: бухгалтерський портал. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua/auditorski-proceduri-dlya-oderzhannya-dokaziv.html>
6. Фоміна Т.В. Організація і методика внутрішньогосподарського контролю на підприємствах олійножирової галузі України : дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.09 / Т.В. Фоміна. – О., 2007. – 168 с.

Головатій В.І., студентка
Яковенко Р.В., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Сучасні підприємства у своїй діяльності орієнтуються в першу чергу на висококваліфіковану робочу силу. Ефективність підприємства досягається в першу чергу завдяки персоналу, а вже потім – завдяки грамотним методам управління персоналом. Їх можна визначити як діяльність, саме це допомагає підвищити конкурентоздатність. Досягнення цієї мети неможливе без запровадження інноваційних технологій у процесі управління персоналом. Сьогодні безліч підприємств користуються методами управління персоналом, незважаючи їх на значну кількість, але кожний метод несе свої позитивні та негативні наслідки.

Інноваційні технології характеризується невизначеністю та значним ризиком нововведень [1, с. 118]. В управлінні персоналом можна розглядати технології з двох боків: як нові, що підвищують ефективність діяльності організації, і як традиційні технології впровадження в кадрову роботу організації нововведень. Цей тип по-новому розглядає проблему професійної успішності, що передбачає формування особливої системи відбору персоналу, перенавчання та соціальної адаптації працівника. Інноваційні структури вимагають від працівника особливої гнучкості мислення, ефективною системи сприйняття, внутрішньої потреби у творчості, своєрідної форми самореалізації та інтеграції до соціальної системи.

Відбір персоналу грає не менш важливу роль у розвитку підприємства. Це дуже важливий, відповідальний та складний процес, який виконує кадровий менеджмент задля подальших позитивних наслідків для підприємства. Адже саме формування персоналу є початком розквіту вашого підприємства. Можна сказати, що спочатку треба вибрати грамотний, активний та креативний персонал, згодом який зможе привести ваше підприємство своєю працею та ідеєю до належного рівня конкурентоздатності. На рисунку 1 ми бачимо алгоритм відбору кандидатів на підприємство [2, с. 62]. Все починається з першої стадії «пошук кандидатів». Ця стадія базується на визначенні способу пошуку, потім формуванні певних вимог до кандидата. Коли знаходяться люди, котрих зацікавила ця інформація, наступає друга стадія «відбір кандидатів». На стадії «відбір кандидатів» кадровий менеджмент аналізує резюме, перевіряє інформацію про кандидата, якщо все добре і резюме задовольняє – відправляють на співбесіду. Вже потім кандидати проходять тестування, де вони отримують оцінку. Якщо кандидатів з високими балами виявляється багато, то переходимо на третю стадію «прийняття рішення про найм», де вирішують: хто ж краще серед кандидатів та пропонують роботу.

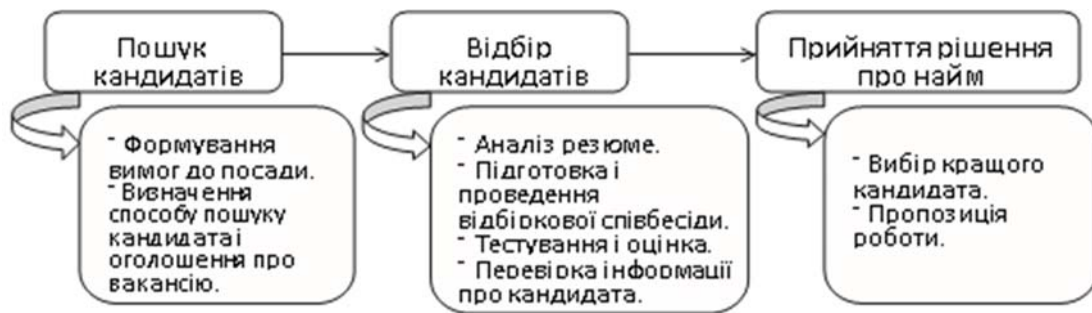


Рис. 1. Алгоритм відбору кандидатів

На сьогодні популярними є такі технології як: скринінг, рекрутинг і хедхантинг.

Скринінг, іноді ще називають поверхневий відбір, як технологія допомагає набрати персонал на вакансії низького рівня. Відбір здійснюється за віком, освітою, іноді ще й за досвідом роботи, якщо він є. Рекрутинг допомагає зробити поглиблений підбір, який враховує особисті характеристики і ділові якості. Частіше це здійснює рекрутингове агентство, яке спеціально для цього навчене. Хедхантинг або якісний пошук вважається як напрям, котрий допомагає знайти рідкісних та професіональних фахівців з унікальними вміннями. Застосування такої технології дає точне виконання вимог до посади та є найбільш результативною.

Сучасна система організації управління персоналом базується на меті, завданнях, принципах, методах та безпосередньому процесі управління персоналом. Вона включає такі підсистеми: 1) забезпечення трудового потенціалу; 2) створення креативних ідей; 3) адекватність персоналу; 4) дружній колектив; 5) зростання рівня продуктивності праці; 6) ефективне навчання і розвиток персоналу; 7) забезпечення інтересів компанії та співробітника; 8) створення творчого середовища; 9) адаптивність персоналу до нововведень.

Досить поширеними є аут-технології в управлінні персоналом, які у вітчизняній практиці визначаються як форма позикової праці [3, с. 391]. Аут-технології поділяють на дві групи: аутсорсинг та аутстафінг. Аутсорсинг – компанія, яка надає змогу виконувати завдання та функції, в яких вона спеціалізується краще, у межах підприємства. Аутстафінг – компанія, яка приймає людину з підприємства-замовника, для якої роботи поки немає, на роботу до себе, тим самим звільнивши місце на попередньому підприємстві. Саме ці технології дають змогу реалізувати такі принципи управління персоналом як оптимальність та гнучкість.

Система управління персоналом необхідна на кожному підприємстві, особливо для тих, котрі бажають мати ефективність підприємства для конкурентоздатності на ринку. Класичні методи управління застарівають і не приносять значного ефекту, тому виникають нові сучасні системи управління персоналом. Світ змінюється, змінюються і люди, тому має відбуватися і зміна методів управління.

Література

1. Червінська Л.П. Інноваційні технології в управлінні персоналом підприємства / Л.П. Червінська. – К. : КНЕУ, 2014. – 194 с.

2. Холодницький А.В. Сучасні технології підбору персоналу та можності їхнього практичного використання / А.В. Холодницький // Персонал. – 2015. – № 1. – С. 61-64.

3. Третяк О.П. Сучасні персонал-технології у систем управл Аіння персоналом на підприємстві / О.П. Третяк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – № 24 (4). – С. 389-396.

Гупаленко А.С., студент
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проблема конкурентоспроможності продукції за останнє десятиліття в Україні стала однією з найбільш обговорюваних, вона є досить актуальною, саме тому існує необхідність її усестороннього дослідження. Конкурентоспроможність продукції є одним з головних чинників, який визначає успіх ринкової діяльності товаровиробників. Забезпечення конкурентоспроможності та її підвищення належить до найбільш пріоритетних цілей виробників. Конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу.

В цілому, до чинників, що забезпечують конкурентоспроможність продукції належать: продукт, ціна, канали збуту, реалізація, рівень кадрового потенціалу та управлінських структур [2].

В загальному випадку конкурентоспроможність товару визначається трьома необхідними елементами:

- 1) властивостями даного товару;
- 2) властивостями конкуруючих товарів;
- 3) особливостями споживачів.

У результаті оцінювання конкурентоспроможності продукції можуть бути прийняті такі рішення:

- зміна складу, структури застосовуваних матеріалів (сировини, напівфабрикатів), що комплектують вироби або конструкції продукції;
- зміна порядку проектування продукції;
- зміна цін на продукцію, цін на послуги з обслуговування і ремонту, цін на запасні частини;
- зміна порядку реалізації продукції на ринку;
- зміна системи стимулювання постачальників;
- зміна структури імпорту і видів імпортованої продукції [3].

Говорячи про конкурентоспроможність продукції, варто зазначити причини загалом низької конкурентоспроможності економіки України. До них відносять закритість пострадянської економічної структури, низькі темпи науково-технічного прогресу, необхідність переорієнтації вітчизняних виробників на світові ринки тощо.

Науковці виокремлюють кілька напрямів підвищення конкурентоспроможності української продукції за умов сьогодення

нестабільності та кризового стану економіки. Ключовим поточним завданням є вивірена у часі та в галузевих пріоритетах точкова підтримка технологічних і експортоорієнтованих виробництв. Зарубіжний досвід свідчить, що і в складних економічних умовах сильна держава може здійснювати в певних мінімальних обсягах орієнтовану промислово політику. Йдеться про формування такої ідеології промислової політики, яка була б адекватна умовам ринку, вимогам незалежності держави та її ефективного інтегрування у світову економічну систему. Практичною основою її розробки й реалізації, на нашу думку, має стати розв'язання таких головних завдань:

- оцінка ступеня конкурентоспроможності національної економіки з визначенням умов і факторів, які можуть сприяти ефективній конкуренції, збільшенню експортного потенціалу держави;

- визначення шляхів і заходів державного сприяння підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, зокрема за рахунок цільової підтримки пріоритетних галузей і виробництв;

- поєднання зусиль держави у здійсненні структурної перебудови, інноваційної політики та соціально-економічного розвитку регіонів щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва;

- науково-практичне та інституційне забезпечення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, виходячи з національних умов та особливостей світового ринку.

Також існують такі напрями підвищення конкурентоспроможності української продукції.

По-перше, так як регулювання імпортних тарифів з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції певних галузей є малоефективним, основним механізмом має стати регулювання цін на продукцію та послуги природних монополій – газ, електроенергію, залізничні, трубопровідні, морські перевезення. Звичайно, регулювання цін природних монополій при нинішній інфляції в Україні не повинно полягати в їх заморожуванні або мінімальному зростанні. Але органам державної влади доцільно слідкувати за тим, щоб темпи зростання цін монополій не перевищували темпи зростання цін виробників продукції.

По-друге, дієвим способом впливу на конкурентоспроможність продукції є зміцнення курсу гривні з боку Національного банку України. Взаємозв'язок режиму валютного курсу та економічного стану країни, а відтак і вплив на конкурентоспроможність продукції, очевидний. Так, найвищого значення індексу конкурентоспроможності продукції та економічної свободи досягає країна, що обрала фіксований валютний курс (зона євро). У той же час країни, які прагнуть запровадити такий режим валютного курсу, повинні досягти певного рівня економічного розвитку, розширити інвестиційний простір, впровадити політику зменшення корупції.

По-третє, виконання основних вимог збутової логістики. Високоякісна пропозиція певних послуг збутової логістики розглядається споживачем як особлива послуга, яку вони готові оплатити. Тобто, за допомогою таких високоякісних послуг підприємство може досягти переваг у конкурентній боротьбі з приводу власної продукції. Для будь-якого виробника необхідним є чітке планування й просування продукції до споживача – це забезпечує підвищення конкурентоспроможності продукції, а також завоювання стійких позицій на світовому ринку.

Отже, лише дія у комплексі всіх заходів може вивести українську продукцію на високий рівень конкурентоспроможності.

Література

1. Зборовська Ю.Л. Підвищення конкурентоспроможності продукції – важлива умова нарощування експортного потенціалу // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 4 (34). – С. 137-142.
2. Марцин В.С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №1 (79). – с.35-44.
3. Саліхова Олена, Левада Артем. Конкурентоспроможність українських виробників азотних добрив: проблеми та шляхи їх вирішення у процесі приєднання до СОТ // Економіст – 2005. – №5. – с.55-57.
4. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2 (80). – с.60-65.
5. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства / О.О. Фальченко, Н.Б. Токарь // Вісник НТУ «ХП». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х. : НТУ «ХП». – 2013. – № 67(1040). – С. 156-158.

Данілова І.В., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах серед різноманітності проблем, пов'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. В найближчому майбутньому найкращого розвитку досягнуть ті підприємства, які роблять головну ставку на управління людськими ресурсами та мотивацію ними.

Персонал є основною цінністю підприємства, оскільки ні новітні технології, ні інноваційні ідеї не будуть максимально приносити користь на підприємстві без високоефективної роботи, належної підготовки і кваліфікації людських ресурсів.

Управління персоналом є достатньо складним, оскільки люди наділені різним рівнем інтелекту, мисленням. Вони постійно розвивають між собою взаємовідносини, які часто впливають на продуктивність праці, виробництво, внутрішній клімат підприємства.

Проблема стратегічного управління персоналом, яка розглядається у працях таких вітчизняних науковців як: Л.Б. Пошелюжної, О.В. Крушельницької, Д.П. Мельничук, Ф.Н. Філіної, І.А. Савіцької, Ю. Катаєва та багатьох інших. Серед зарубіжних вчених виділимо: Т. Пітере, Р. Уотермен та А. Моріта. Але на сьогоднішній момент немає ряду відповідей на всі запитання пов'язані з цією проблемою.

У сучасних умовах треба зацентувати увагу на необхідності підвищення ефективності управління персоналом та його мотивації. Оскільки суть ефективного управління полягає в тому, що люди розглядаються як здобуток організацій у конкурентній боротьбі, який потрібно мотивувати, розвивати разом

з іншими ресурсами з урахуванням характеру роботи, конкретних результатів праці, ініціативності, дисципліни, бажання підвищити кваліфікацію, то необхідно розглянути основні проблеми мотивації праці та можливі шляхи їх подолання.

Кожне підприємство приходять до висновку, що персонал – це її головний ресурс. У сучасному конкурентному середовищі складно чимось кардинально відрізнятись від конкурента: усі ресурси майже однаково доступні на ринку. Тому кілька років тому почала дуже активно розвиватися тенденція вкладання коштів у розвиток персоналу. Адже хочемо ми цього чи ні, саме від людей, які працюють в компанії, залежить її успіх на ринку, якість товарів чи послуг і, певна річ, її популярність серед клієнтів [1].

Для досягнення в цьому напрямку успіху необхідно проводити ефективне управління персоналом. Управління персоналом – одна із головних функцій будь-якої організації. Підкреслюючи значення цієї функції, зарубіжні експерти стверджують, що управління персоналом може виявитися критичним фактором, що визначає успіх або невдачу організації, а професіонал у сфері управління персоналом може стати дійсно лідером майбутнього.

В останні роки управлінці освоюють все нові способи стимулювання. У хід йде не тільки класичне економічне мотивування у вигляді грошових бонусів і високих зарплат, а й неекономічні способи стимулювання. До таких способів відносять організаційні та морально-психологічні заходи.

В цілому можна сформулювати ряд правил здійснення ефективної мотивації працівників:

1. Мотивування тоді приносить результати, коли підлеглі відчують визнання свого внеску в результати роботи, володіють заслуженим статусом. Обстановка і розмір кабінету, участь у престижних конгресах, функція представника фірми на важливих переговорах, поїздка за кордон – все це підкреслює положення співробітника в очах колег і сторонніх осіб. Вдаватися до цього методу варто делікатно: часткове або повне позбавлення працівника раніше наданого статусу призводить, як правило, до надзвичайно бурхливих реакцій аж до звільнення.

2. Несподівані, непередбачувані і нерегулярні заохочення мотивують краще, ніж прогнозовані, коли вони практично стають незмінною частиною заробітної плати.

3. Позитивне підкріплення результативніше негативного.

4. Підкріплення має бути невідкладним, що виражається в негайній і справедливій реакції на дії співробітників. Вони починають усвідомлювати, що їх неординарні досягнення не тільки помічають, але й відчутно винагороджуються. Виконану роботу і несподіване винагороду не повинен розділяти занадто великий проміжок часу; чим більше часовий інтервал, тим менше ефект. Однак заохочення керівника повинні врешті-решт втілюватися в життя, а не залишатися у вигляді обіцянок [2].

Форми стимулювання персоналу поділяються на три групи: загальна матеріальна винагорода розглядається як база для кожної країни та умов праці та надбавки, доплати, додаткові виплати, премії, комісійні винагороди, компенсації специфічний набір інструментів стимулювання працівників. Це головне, що відрізняє системи винагороди в «домашньому» середовищі від міжнародного; нематеріальне стимулювання являє собою класичні форми мотивації

співпрацівників за винятком матеріального стимулювання, а також ігри, конкурси та програми загального та спеціального навчання, змішане стимулювання – комбінування матеріальних та нематеріальних форм, що є необхідним додатком до загального стимулювання та компенсацій [3].

Найкраще використовувати різноманітні методи матеріальної мотивації, тобто крім зарплати мають бути грошові виплати (премії) за результатами роботи чи спеціальні індивідуальні винагороди як визнання цінності того чи іншого працівника. Тому важливо використовувати інші способи мотивації, окрім грошових: моральні, соціальні. Визнання заслуг працівника, його професіоналізму, прояв поваги до нього – надзвичайно ефективний метод моральної мотивації. Це досягається шляхом звичайної похвали в колі колег, нагородженням фірмової грамотою, недорогим сувеніром.

Подарунки займають особливе місце в системі мотивації персоналу. Вартість подарунка має бути пропорційна значимості досягнень, хоча деякі компанії встановлюють норми вартості подарунків в пропорційній залежності від зарплати. Але не завжди є сенс орієнтуватися на вартість: найкращий подарунок – це той, що приймає до уваги особистість людини: фотоколаж, щось пов'язане з його хобі і т.д. Люди повинні відчувати, що про них піклуються, тоді вони працюватимуть ефективніше.

Тому в компанії має працювати соціальна програма: путівки в санаторії для працівників та їх дітей, матеріальна допомога на лікування.

Але, основний елемент системи мотивації – це конкурентоспроможна заробітна плата. Без неї жодна мотиваційна схема не спрацюватиме. Якщо компанія пропонує хорошу грошову винагороду і лояльно ставиться до співробітника, то вона вже значною мірою застрахована від масової відставки персоналу. Для людей, орієнтованих на кар'єру, важлива також можливість розвитку, застосування наявних знань. Дуже хороший ефект має щоквартальне (нехай навіть і не дуже велике) підвищення зарплати чи видача премій для компенсації інфляції. Ясна річ, їх можна видавати на певних умовах, мотивуючи людей працювати краще [4].

Проаналізувавши основні правила здійснення ефективної мотиваційної політики, форми та методи стимулювання, можемо запропонувати такі шляхи вирішення проблеми мотивації персоналу як: виробити чіткі та прозорі критерії оцінки персоналу, з'ясувати реальні потреби працівників, створити диференційовану систему винагороди, у відділі продажу добре запроваджувати бонуси і виплату відсотків від угод, для певної категорії працівників мотивацією є навчання (підвищення кваліфікації), для інших – оплата проїзду до місця роботи, для керівного складу мотивуючим чинником є акції і опціони на їх купівлю, визнати заслуги підлеглого: персональна похвала, публічне визнання заслуг (на нараді, зборах), почесна грамота, видати наказ про заохочення працівника з внесенням запису до трудової книжки, надати відгул, видати премію, цінний подарунок, надати (розширити) соціальний пакет.

Отже, мотивація виступає одним із основних чинників, які безпосередньо впливають на рівень та обсяг виробництва, результативність роботи, конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Література

1. Пошелюжна Л.Б. Особливості сучасного управління персоналом на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2010_1/163.pdf
2. Филина Ф.Н. Наиболее эффективные методы мотивации персонала [Електронний ресурс] / Ф.Н. Филина – Режим доступу: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=107&pub=3198>
3. Савіцька І.А. Роль нематеріального стимулювання в мотивації праці персоналу / І.А. Савіцька // Розвиток національної економіки в умовах євроатлантичної інтеграції та світової фінансової кризи: Матеріали Міжнар. наук. – практ. конфр. молодих учених та студентів, 5-6 березня 2009 / МОНУ, МФУ, БДФА, Молдовська економічна академія, Лазька політехніка. – Чернівці, 2009. – С. 184-186.
4. Катаєв Ю. Мотивація працівників [Електронний ресурс] / Ю. Катаєв – Режим доступу: <http://www.jobs.ua/ukr/articles/11/108>

Демчик В., студентка
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ ЗА КОРДОНОМ

Українська діаспора – таке збірне визначення української національної спільноти поза межами української національної території, – відіграє величезну роль у міжнародній спільноті, бо є важливим демографічним, інтелектуальним, соціально-культурним та інформаційним ресурсом України, саме тому важливою є співпраця з діаспорою.

Де тільки немає сьогодні наших земляків та їхніх численних нащадків. Історичні крутозлами розсіяли їх по всьому світу. Українці є громадянами кількох десятків країн на різних континентах: у Південній і Північній Америці (понад 75% від загальної кількості українців далекого зарубіжжя), в Австралії, Європі, Азії, Африці. В умовах багатостічного оточення вони зберігають у своєму середовищі українську мову, народні звичаї, культурні, мистецькі, побутові традиції та свою національну самобутність, тому обраний напрямок дослідження є досить актуальним на сьогоднішній день.

Найчисельніша українська діаспора проживає у США та Канаді. Вона налічує приблизно 3 млн. чоловік. У США проживає 2 млн. українців, $\frac{3}{4}$ з них народилися вже в Америці. США належить до тих західних держав, де асиміляційні процеси відбуваються найбільш інтенсивно. За даними демографічних досліджень 66 % громадян українського походження не володіють мовою предків. Тільки 123,5 тис. осіб спілкуються українською мовою в сім'ях. Найбільша кількість українців, які володіють українською мовою живе у штаті Нью-Йорк – понад 52 тис. чоловік. Українська діаспора США має добре організоване громадсько-політичне, церковне, культурне та освітнє життя. Значним авторитетом серед американських українців завжди користувалася церква, особливо греко-католицька і православна. Усвідомлюючи роль мови у збереженні національної ідентичності, українці США завжди надавали особливої

ваги організації шкільництва. Серед університетів, в яких є українознавчі студії найбільшою популярністю користується Український інститут при Гарвардському університеті, на чолі з відомим ученим в галузі української літератури Г. Грабовичем. Він видавав збірники наукових праць, журнали, у тому числі «Український історик». У післявоєнний період українці США створили чимало наукових центрів. Серед них – в 1947 р. відновлено Товариство ім. Т.Шевченка, 1950 р. відкрито філіал Української Вільної Академії Наук, Українська академія мистецтв, Український соціологічний інститут, Українська наукова фундація, Український публіцистично-науковий центр, Український документальний центр, Українське історичне товариство та ряд інших [1].

В Канаді також надається особлива увага шкільництву. З 1946 р. координаційним центром православних українських шкіл був Могилянський інститут у Саскатуні, згодом, з 1967 р. контроль за освітянською справою перебрав на себе новостворений Крайовий центр українських шкільних рад. Українську мову в Канаді вивчали у вечірніх школах, а також як окремий предмет у школах деяких провінцій. Програмні курси українознавства у вищих школах запроваджено у 60-х-70-х рр. ХХ ст. у Манітобському, Саскатунському, Торонтському та Оттавському університетах. У Канаді існують потужні наукові центри українознавчих студій – Канадський інститут українознавчих студій при Альбертському університеті та кафедра українознавства Торонтського університету. Українську мову, літературу і культуру вивчають у широкій мережі громадських шкіл, відомих під назвою «рідні школи». Це суботні або вечірні школи, утримувані різними українськими церквами та організаціями. Для учнів середньої школи ті ж самі установи у великих містах пропонують програми, які називаються «курси українознавства». Ці курси здебільшого визнаються провінційними міністерствами освіти, а тому їх випускники отримують диплом з української мови, який можна використати для закінчення середньої школи і для вступу до вищих навчальних закладів. Усього в Канаді приблизно 6 тис. дітей вивчають українську мову в початкових та середніх школах. В більшості міст із значним українським населенням працюють факультативні вечірні класи для дорослих, які бажають вивчити українську мову. Існує цілий ряд асоціацій українських вчителів [3].

Значні здобутки досягла українська діаспора США в галузі музики й театрального оперного й драматичного мистецтва. Це було пов'язано з тим, що у повоєнні роки до США переселилося з Європи чимало відомих українських діячів музичної культури. У 1950 р. було створено консерваторію, Український музичний інститут в Нью-Йорку.

Канадські українці завжди дуже ретельно ставилися до збереження та плекання національної культури. Цьому сприяв і федеральний уряд Канади. У Канаді, як і у США, українці мають періодичні видання. Українська діаспора США та Канади завжди жваво цікавиться подіями в Україні [2].

Як вже зазначалося вище, друге місце після США за кількістю українських емігрантів, розвитком їхньої культури, науки, суспільно-політичного життя посідає Канада. Мігрантами переважно були вихідці із західних областей України.

Таким же багатобарвним є громадсько-політичне життя українців Канади. У цілому громадсько-політичне життя українців Канади мало церковне (католицьке і православне), ліберально-націоналістичне і прокомуністичне спрямування. З

1980 р. почали приїжджати в Канаду представники четвертої хвилі українських іммігрантів. Спочатку прибули майже 10 тисяч українців із Польщі. А під час горбачовської відлиги чимало українців скористалися можливістю відвідати родичів у Канаді. Багато хто з них задекларував себе біженцем і залишився за океаном. Після того як Україна стала незалежною, Канада не надає українським іммігрантам статусу біженців оскільки тепер українці можуть легально виїжджати за океан, якщо задовольняють вимоги канадської імміграційної служби.

За даними канадського посольства у Києві із 1985-го по 2016 р. за океан прибуло з України майже 35 тис. іммігрантів. Як зазначалося вище, українська діаспора за кордоном досить чисельна (Рис. 1, 2).

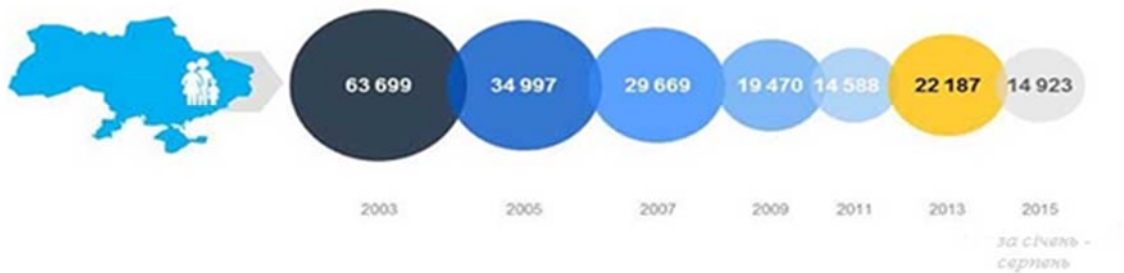


Рис.1 Українська діаспора за кордоном в 2012-2016 роках

Джерело: складено за матеріалами [4]

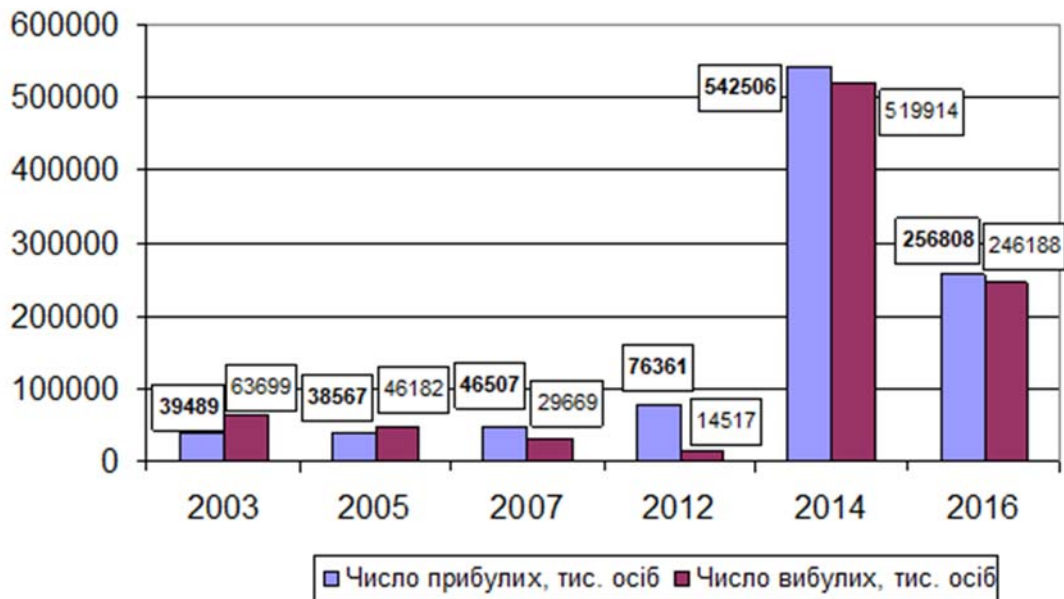


Рис. 2. Кількість емігрантів з України в 2013-2016 роках

Джерело: складено за матеріалами [4]

З рисунка 2 видно, що міграційні процеси за останні 15 років значно збільшилися, особливо в кризово-військовий період 2014-2015 років.

Отже, можемо зробити висновок, що емігранти виїжджали з території України після розвалу Радянського Союзу через скрутні економічні умови, що настали. Основна їх маса має вищу освіту, або технічну спеціальність, володіє англійською мовою, що дає змогу знайти роботу в країні міграції. Незважаючи на розвиток українського шкільництва, кількість людей, які назвали українську мову

своєю материнською мовою зменшилась. З проголошенням незалежності України контакти між українською діаспорою і своєю Батьківщиною активізувалися, що об'єктивно сприятиме у майбутньому збереженню її національної ідентичності. Хотілося б зазначити, що складний період сьогодення, зокрема агресія сусідньої держави, також є негативним і одним з головних чинників поруч з складним економічним становищем більшості українців, які спонукають до прийняття рішення пошуку кращої долі за межами Батьківщини.

Література

1. Підручник Географія 8 клас – П. О. Масляк – Аксіома 2016
2. Бачинський Ю. Українська імміграція в Сполучених Штатах Америки : монографія. – К. : ІНТЕЛ, 1995. – 340 с.
3. Четверта хвиля еміграції: регіональні особливості: довідкове видання. – К. : "Геопринт", 2002. – 38 с.
4. Державна служба статистики України – Електронний ресурс. – Режим доступу – www.ukrstat.gov.ua

Деркач О., студентка
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ПРОБЛЕМ ВЗАЄМВІДНОСИН У СІМ'Ї

Шлюбність та розлучуваність формують шлюбну та сімейну структури населення, створюють основу сімейного складу і відтворення населення у цілому. Сім'я – один з найважливіших інститутів суспільства, де відображаються досягнення, труднощі і протиріччя громадського життя. В сучасний період перехідної економіки України сім'я лишається найбільш стійкою і життєздатною в системі осередків демопроцесу та в соціальній структурі суспільства. Це – один з ефективних важелів, здатний протидіяти кризовим змінам у відтворенні населення та пом'якшувати їх наслідки.

Шлюб – це санкціонована і регульована суспільством форма відносин між чоловіком і жінкою, яка визначає їх права і обов'язки по відношенню один до одного і до їхніх дітей.

Сім'я – це суспільний інститут і водночас мала група, що має історично означену організацію, члени якої пов'язані шлюбними або родинними відносинами, спільність побуту та взаємною моральною відповідальністю, соціальна необхідність якої зумовлена потреба суспільства у фізичному та духовному відтворенні населення [1].

Сучасні тенденції в розвитку сім'ї характеризуються такими соціальними особливостями:

– шлюб, який є основою сім'ї, стає рівноправним, добровільним, вільним від примусу, матеріальних розрахунків, втручання або тиску третіх осіб, союзом жінки і чоловіка;

– додержання принципу егалітарності на противагу патріархальності, чоловічої авторитарності, які не обмежують права і гідність чоловіка та жінки, забезпечують кожному з них рівні можливості професійного та духовного зростання;

– нині створюються реальні передумови для подолання суперечностей між коханням та обов'язком, індивідуальним та суспільним інтересом в інтимному житті людини;

– суспільна цінність сім'ї все більше визначається її роллю в примноженні, передаванні в спадковість приватної власності.

«Не зійшлися характерами», – так найчастіше відповідають розлученні українці на запитання про причини розриву шлюбу.

Чому шлюби розпадаються? Як це впливає на суспільство? Які причини і наслідки?

Розлучення – це розірвання подружніх стосунків між чоловіком та жінкою.

Як відомо, за статистикою пік розлучень припадає на перший – четвертий роки подружнього життя. Вірогідність розлучень залежить від таких основних факторів як: вік (пари, яким до укладання шлюбу 20 років або менше, мають шанс для розлучення); доходи (пари, з низькими доходами більше розлучаються ніж добре забезпечені); релігія (у католиків і євреїв низький рівень розлучень порівняно з християнами) [2].

Основними мотивами розлучень вважають:

Мотиви обумовлені дією соціально – економічних факторів

- Відмінність в потребах, інтересах, цілях
- Несхожість характерів
- Втручання третіх осіб
- Скупість, грубість, сварливість
- Необґрунтовані ревності
- Нова любов і зрада

Мотиви соціально – біологічного характеру

- Пияцтво і алкоголізм когось із членів подружжя
- Подружнє нерівність
- Хвороби
- Психічне захворювання
- Нездатність або небажання когось із подружжя мати дітей
- Велика різниця у віці

Соціологами виявлено, що найчастіше розлучаються:

- Діти розлучених батьків
- Ті, хто вступають в шлюб в ранньому віці
- Подружжя так званих «змушених» шлюбів (наприклад з дошлюбною вагітністю)

Соціальні наслідки розлучень:

- Низька народжуваність
- Збільшується кількість неповних сімей, у яких дитина виховується одним із батьків

– Із зростанням кількості розлучень зросло число людей, які не бажають після розлучення вступати у повторний шлюб

- Розлучення важко позначається на моральному стані дітей

- Зниження трудової активності
- Висока ймовірність нервових стресів [3]

На сьогоднішній день розлучення являється одною з найскладніших соціальних проблем в майже усіх сучасних суспільствах, в тому числі і Україна. За статистикою в Україні за рік розлучається близько 200 тис. пар, в той час, як реєструється близько 500 тис. в тому числі і повторних шлюбів. Якщо порівняти статистику розлучень в Україні за 2012-2016 роки, то на сьогодні кількість розлучень дещо зменшилась (Рис. 1).



Рис. 1. Динаміка шлюбності та розлучення в Україні в 2012 – 2016 роках.
Джерело: складено за даними [4]

Сьогодні в Україні розпадається 40% шлюбів, їх тривалість залежить від тривалості дошлюбного знайомства, так, 1-2 роки були знайомі – 33,2% респондентів, інші від 3 до 11 місяців. Нетривалі (до трьох місяців) близькі стосунки привели до шлюбу 16,7% пар. Люди, що мали такі стосунки протягом 1-2 років стали подружжям у 7,2% випадків. Лише 0,5% пар створили сім'ю після 5 років близького знайомства [4].

З метою зменшення розлучень в Україні можна використати закордонний досвід, а саме у кризових сімейних періодах було б добре звертатися до сімейного психолога чи до спеціального консультанта. На жаль, в Україні така практика ще не є поширеною.

Підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що перед тим, як вступати у шлюб, молоді люди повинні зрозуміти всю важливість цього кроку, важливість нормальних сімейних стосунків та взагалі сім'ї як такої. Адже сім'я є найважливішим соціальним інститутом держави і відіграє одну з ключових ролей у житті кожного.

Література

1. Л.М. Баранова, В.І. Борисова, І.В. Жилінкова та ін.. Сімейне право України: Підручник. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 264 с. 2006
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://avtosmile.com.ua/64-rozluchennya-ta-yogo-suspln-naslcki-shlyub-statistika-motivi-rozluchen.html>
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expres.ua/main/2015/08/23/148726-ukrayina-pershomu-misci-uevropi-kilkisty-uzluchen>
4. Державна служба статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – www.ukrstat.gov.ua

Добровольська Ю.В., магістрант
(науковий керівник - канд. екон. наук,
доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день оцінка фінансово-економічного стану підприємства є досить актуальною для будь-якого суб'єкта господарської діяльності в Україні. Адже, в умовах ринкових відносин зростає економічна і правова відповідальність підприємств.

Кожне підприємство самостійно відповідає за свою роботу та ухвалює рішення щодо подальшого розвитку. Як наслідок, виживає той, хто найкраще використовує наявні ресурси з метою отримання максимальної суми прибутку за результатами здійснення господарської діяльності. При цьому різко зростає значення аналізу фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання.

В зв'язку з цим, на сьогодні виникає питання діагностики економічного та фінансового стану підприємств, оскільки вони здатні досягти стабільності тільки при суворому додержанні принципів комерційного розрахунку, основними серед яких є співставлення витрат і результатів для одержання максимального прибутку за мінімальних витрат.

Для того, щоб гарантувати стійкий стан підприємства, управлінському персоналу необхідно вміти реально оцінювати фінансово-економічний стан свого підприємства та існуючих конкурентів.

Фінансово-економічний стан підприємства, перш за все, оцінюється шляхом аналізу балансу. У балансі підприємства відображається склад ресурсів і джерела формування ресурсів. Впливають на можливість підприємства вести правильну, ефективну господарську діяльність співвідношення певних складових елементів активу і пасиву, а також взаємозв'язок між ними. Оцінка економічного та фінансового стану підприємства передбачає певну послідовність виконання аналітичної роботи [1].

Традиційно виділяють два принципово різних підходи до оцінювання діяльності підприємства. За першого підходу оцінюють діяльність підприємства на основі одного синтетичного показника, максимізація або мінімізація якого забезпечить прийняття оптимального рішення. В якості таких показників використовують: обсяги продажу, прибуток, собівартість продукції та інші. Однак використання цих показників має низку вад, зумовлених впливом на них чинників ринково-кон'юнктурного характеру.

Другий підхід до оцінювання результатів роботи підприємств ґрунтується на системі показників, які всебічно відображають стан і розвиток діяльності суб'єкта господарювання. До таких показників належать: показники майнового стану, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості, рентабельності тощо [3, с. 111].

На рис. 1 наведено основні традиційні та інноваційні методи оцінки фінансово-економічного стану підприємств.

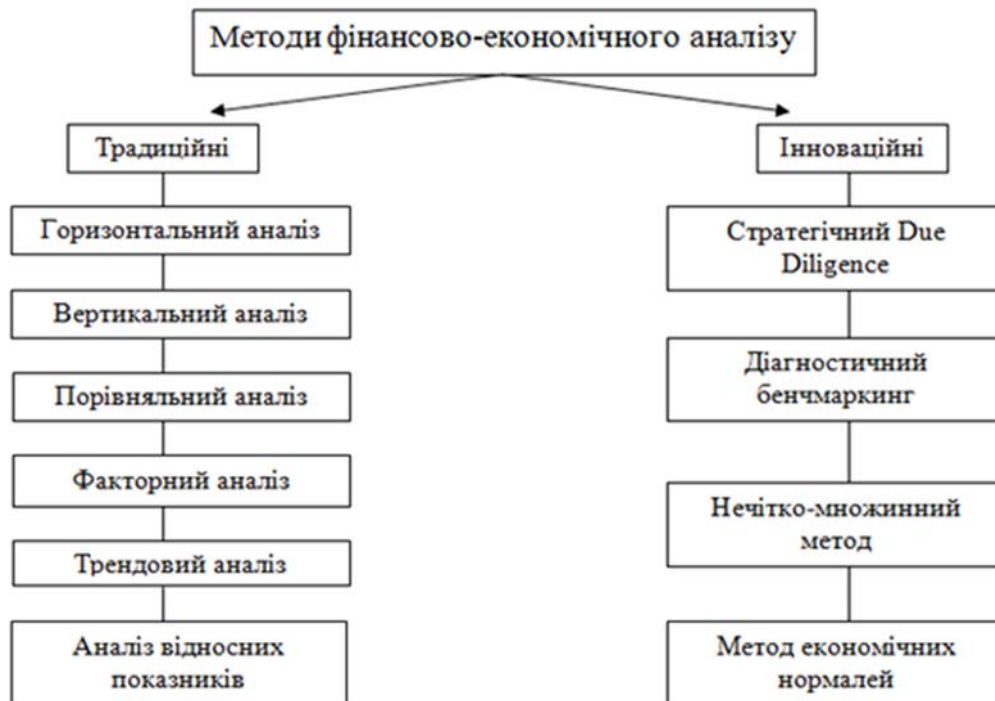


Рис.1. Методи фінансово-економічного аналізу підприємств
Примітка розроблено з врахуванням джерела [2]

Поряд із традиційними методиками, які переважно ґрунтуються на фінансових показниках самого підприємства, з'являються нові ринкові концепції, які оперують сучасними поняттями, прийомами, методами й моделями фінансово-економічного аналізу стану суб'єктів господарювання. До таких методів відносяться: стратегічний дью-ділідженс, діагностичний бенчмаркінг, нечітко-множинний метод та метод економічних нормалей.

Стратегічний Due Diligence (дью ділідженс) – це процедура всебічного аналізу й перевірки правових, податкових, фінансових аспектів діяльності компанії, яка використовується для прийняття рішень щодо здійснення консультування, докорінних перетворень підприємств. Він враховує такі етапи: фінансовий (оцінка вартості підприємства); операційний (організаційна структура, якість менеджменту); комерційний (аналіз ринкових і технологічних факторів діяльності, галузевий аналіз); податковий; правовий (юридичні аспекти); навколишнього середовища (екологічні проблеми); політичний [4].

Діагностичний бенчмаркінг, головним чином, передбачає вивчення схожих і однакових бізнес-процесів на прикладі інших успішних підприємств для проведення їх порівняння зі своєю діяльністю, а також виявлення слабких місць, визначення факторів успіху за параметрами: репутація підприємства, технології виробництва, якість товарів, ціна продукції, нові продукти, канали збуту товарів, віддаленість від джерел сировини.

Нечітко-множинний метод діагностики стану підприємства дає можливість оцінити рівень ризику його банкрутства. Для налаштування моделей нечітких множин та нечіткої логіки експертами використовуються числові та нечислові дані. Висновок щодо діагностики підприємства здійснюється на основі нечітких

понять, які допомагають моделювати виробничі, фінансові, інвестиційні, комерційні аспекти діяльності [5].

Метод економічних нормалей зазвичай практично реалізується завдяки використанню «золотого правила економіки» і «золотого правила бізнесу», а також інших економічних нормалей, які враховують зміни собівартості продукції, темпи зростання продуктивності праці та інше. Логічним є застосування у моделях також не фінансових показників, що відображають соціальні, екологічні результати діяльності та ведуть до певних економічних наслідків [6].

Таким чином фінансово-економічний стан є головним критерієм ділової активності підприємства, що визначає його конкурентоздатність та потенціал в результативній реалізації економічних інтересів учасників господарської діяльності. Кожне підприємство має забезпечувати фінансовий та економічний стан так, щоб воно мало здатність виконувати свої фінансові зобов'язання. Головною умовою для формування фінансово-економічного стану підприємства є його раціональна діяльність, а її оцінка – зіставлення доходів і витрат та одержання максимального прибутку за мінімальних витрат. Проведений нами аналіз показав, що існуючі методи оцінки фінансово-економічного стану удосконалюються та розробляються нові підходи. Отже, кожне підприємство може обирати той прийом аналізу, що найкраще обумовлює його результат та впливає на ефективність дослідження фінансово-економічного стану підприємства.

Література

1. Гринчутський В.І. Економіка підприємства: навч. посібн. для студентів вузів / В.І. Гринчутський, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 303 с.
2. Скібіцька Л.І., Матвеев В.В., Щелкунов В.І., Подреза С.М. Антикризовий менеджмент: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 584 с.
3. Хотомлянський О.Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства / О.Л. Хотомлянський, П.А. Знахуренко // Фінанси України. – 2007. – № 1 – С. 111-118
4. Сілічева Н.Є. Сутність Due Diligence (Дью Ділідженс) і можливі перспективи розвитку в Україні / Н.Є. Сілічева // Економічний простір. – 2011. – №45. – С. 288-291.
5. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницький: ПП Ковальський В.В., 2007. – С. 190-202.
6. Булгакова Л.Н. Операційний леверидж. Золоте правило економіки. Теорія і практика / Л.Н. Булгакова // Фінансовий менеджмент. – 2001. – № 4.

Драч О., студент
(науковий керівник - канд. екон. наук,
доцент Глевацька Н.М)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

На початку 90-х років відбуваються докорінні зміни у системі управління персоналом. Людський ресурс починає розглядатися як основний ресурс

підприємства, що визначає успіх діяльності всієї організації. Перехід до ринкової економіки поставив ряд принципово нових завдань, найважливіша з яких – максимально ефективно використання кадрового потенціалу кожного підприємства, фірми, організації.

Сучасні технології управління персоналом дозволяють вирішити ряд завдань, що стоять перед кожним підприємством. За допомогою новітніх методик забезпечується висока ефективність роботи, спрямована на виконання поточних і стратегічних завдань компанії.

Управління персоналом – діяльність, яка покликана бути важливою гарантією того, що підприємство буде працювати ефективно.

Підприємство зможе зайняти лідируючі позиції в своїй галузі, якщо команда професійних фахівців буде працювати з повною віддачею. Але для цього необхідно приділяти підвищену увагу розробці технологій управління персоналом.

Навчання і розвиток персоналу на підприємстві є найважливішим завданням керівників, але в цьому процесі обов'язково повинні брати участь менеджери по персоналу. Цей процес, як і процес управління персоналом, повинен будуватися за принципом декомпозиції, коли головна, стратегічна мета верхнього рівня розбивається на локальні – для окремих підрозділів, виробничих груп, посад і співробітників.

Розглядаючи основні технологічні прийоми менеджменту, можна виділити найважливіші:

- при підборі кадрів підвищена увага приділяється діловим та особистісним якостям претендентів;
- фахівці з кадрів проводять роботу, використовуючи різні технології відбору персоналу;
- новим співробітникам допомагають пройти ефективну адаптацію.

Технології управління персоналом - це спрямований вплив, що допомагає досягти визначених цілей. При підборі персоналу мета менеджера полягає у визначенні основних якостей, необхідних для виконання певної діяльності. Комплектування кадрів є важливим елементом системи управління. Від того, наскільки правильно і професійно буде сформований штат, залежить в подальшому ефективність роботи організації. Грамотний підбір персоналу дозволить не витратити додаткові економічні ресурси: високопрофесійних фахівців з досвідом роботи не доведеться навчати, оплачувати курси підвищення кваліфікації.

Технологія кадрового управління персоналом передбачає:

- здійснення планування, наймання, відбору та прийому персоналу;
- проведення ділової оцінки претендентів;
- профорієнтації; адаптації кадрів;
- розвиток ділової кар'єри;
- зниження ризиків втрати цінних кадрів;
- просування та управління кар'єрою;
- створення кадрового резерву керівного складу;
- мотивації діяльності;
- забезпечення інформаційного, правового та нормативно-методичного аспекту управління.

Технологія управління персоналом заснована на опрацювання прийомів і способів ефективного впливу, що дозволяє отримати найкращий результат трудової діяльності. У кожній організації розробляють нормативно-методичні документи, на підставі яких здійснюється подальша робота зі співробітниками.

Управління відноситься до складної інтелектуальної діяльності. Одного бажання ефективно координувати роботу колективу недостатньо. Необхідно знати теорію, уміти застосовувати її на практиці. В умовах розвитку ринкової економіки основна діяльність спрямована на підвищення ефективності продуктивності праці. Цілі та програми організації підлягають постійному коректуванню з урахуванням потреб ринку.

Основні види технологій управління персоналом застосовуються для створення цілісності системи. В арсеналі менеджера присутні кейс-технології, ділові ігри, коучінг, допомога професійних центрів ділової оцінки.

В практиці кадрового менеджменту застосовуються такі технології:

- управління, коли здійснюється підбір, розстановка, кадрів, ділова оцінка, опрацювання основ організації праці;
- управління і розвиток, здійснюється навчання, проводиться атестація, впроваджуються нововведення в роботі;
- управління поведінкою, опрацьовується система мотивації, швидкого вирішення конфліктів, формується організаційна, корпоративна культура, етика ділових відносин.

Забезпечити сталий розвиток і виживання підприємства в умовах мінливої ринкової економіки допоможуть критерії ефективності, в яких на першому місці стоїть:

- простота управління, що полягає в наявності проміжних етапів при просуванні до основної мети, відсутність надмірно ускладнених дій;
- надійність, – це опрацьована міцність такої технології, присутні дублюючі методики в разі провалу технологій, які застосовуються на початку;
- економічність;
- зручність застосування;
- практичність.

Технології управління персоналом на підприємствах ретельно опрацьовуються та впроваджуються. Ефективність залежить від того, наскільки вміло користується такими прийомами менеджер по роботі з персоналом, вищої та середньої керівної ланки компанії.

Світовий досвід свідчить, що важливим елементом успішного управління персоналом є використання соціальних технологій, за допомогою яких можна своєчасно вирішувати конфлікти на виробництві, знімати соціальну напругу, знаходити оптимальні способи адаптації персоналу, формувати і навчати резерв керівників, здійснювати наставницьку діяльність, працювати з факторами, які загострюють проблему плинності кваліфікованих кадрів, приймати оптимальні управлінські рішення і т. ін. Можливості застосування соціальних технологій в управлінській діяльності безмежні. У процесі застосування сучасних соціальних технологій управління персоналом в організації забезпечується:

- відбір, наймання та контроль;
- побудова системи атестації;
- підтримка професійної освіти;

- оновлення кадрового резерву;
- забезпечення соціального захисту;
- медичне страхування;
- розподіл пільг;
- пенсійне забезпечення.

Основні види технологій управління персоналом залишаються незмінними. Система ефективної мотивації допомагає організувати професійну діяльність всього колективу, отримувати високу продуктивність праці. Зміна таких систем можлива тільки в бік поліпшення. Про основні зміни повідомляють всьому колективу.

Періодично раціонально переглядати методики пошуку, відбору та найму персоналу, впроваджувати нові варіанти визначення професійної придатності. Велике значення при вдосконаленні засад надають формуванню кадрового резерву управлінського складу. При розширенні організації це дозволить не витратити додаткові матеріальні економічні ресурси, швидко скомплектувати повний штат співробітників, що володіють технологічними методиками і прийомами управління.

Література

1. [1. https://www.hrdirector.ru/tehnologiiupravleniyapersonalom?utm_source=www.hrdirector.ru&utm_medium=refer&utm_campaign=contentblock_articles](https://www.hrdirector.ru/tehnologiiupravleniyapersonalom?utm_source=www.hrdirector.ru&utm_medium=refer&utm_campaign=contentblock_articles)
2. [2. http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13516/](http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13516/)
3. [3. http://hr-portal.ru/article/socialnye-tehnologii-kak-vazhneyshiy-element-mehanizma-upravleniya-personalom](http://hr-portal.ru/article/socialnye-tehnologii-kak-vazhneyshiy-element-mehanizma-upravleniya-personalom)

Живанова А.Р., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Виробниче життя колективу неможлива без зіткнення ідей, життєвих позицій, цілей, як окремих його членів між собою, так і групи членів колективу з керівником. З одного боку, конфлікт – це сигнал того, що сталося щось недобре у відносинах між людьми, якісь розбіжності, з іншого – конфлікт, розбіжності дозволяють виявити хвора, слабка ланка в ланцюзі виробничих або особистісних відносин колективу організації.

Невміння розрядити конфліктну ситуацію, зрозуміти помилки і прорахунки в керівництві може стати причиною постійної конфліктної напруженості в колективі організації.

Якщо організація розраховує вижити під час кардинальних змін і бурхливих подій, то їй необхідно пристосувати свою діяльність до змін і конфліктів у навколишнім середовищі. А для цього необхідно прогнозувати конфлікти, формуючи корпоративну культуру в організації.

Слово «конфлікт» в буквальному перекладі означає «зіткнення».

Багато вчених розглядали проблеми виникнення конфліктів. Так, Т. Парсонс,

Е. Дюркгейм, Е. Мейо наголошують на стійкості й стабільності суспільства, вважаючи конфлікт тільки певним відхиленням, «хворобою» людських стосунків. Натомість К. Маркс, М. Вебер, В. Парето, Р. Дарендорф розглядають конфлікт як необхідний чинник у поясненні соціальних процесів і змін. Проте й досі це питання залишається відкритим. Автори, що належать до школи «людських відносин», також були здатні вважати, що конфлікт можна і потрібно уникати. Вони визнавали можливість появи протиріч між цілями окремої особистості і цілями організації в цілому, між повноваженнями і можливостями однієї особи і між різноманітними групами керівників. Однак вони зазвичай розглядали конфлікт як ознаку неефективної діяльності організації і поганого управління. На їхню думку, добрі взаємини в організації можуть попередити виникнення конфлікту.

Конфлікти повинні бути в полі зору будь-якого керівника, тому що 50% конфліктів мають мало відношення до проблем і протиріч, але саме вони збільшують, «навантажують» і протидіють позитивному вирішенню протиріч і вирішенню проблем.

Саме конфлікти дозволяють перевірити на міцність управлінську команду і принципи корпоративної культури в організації, цінності колективу і керівника, показують «щире обличчя» кожної людини чи соціальної групи. Стратегічно виграє та організація, де до конфліктів відносяться спокійно і професійно. Більш того, якщо організація, реалізує інноваційні програми, то управлінський персонал, у першу чергу, повинний бути навчений технологіям управління і вирішення конфліктів.

Загальною формою прояву конфліктів можна вважати дезорганізацію даної цільової групи. При дезорганізації групові норми, шаблони колективних дій тією чи іншою мірою приходять у невідповідність з новими потребами. Актуалізується проблема взаємин поколінь у колективі й оцінки досвіду старших співробітників. Відбувається зміна неформальних лідерів, а в критичній ситуації – і формальних носіїв вищої для організації адміністративної влади. Типовим конфліктом, пов'язаним з необхідними змінами є конфлікт між консерваторами і новаторами. Він закономірний, тому що нове ініціюється завжди окремими членами організації, будь то лідер чи рядовий.

Якщо конфліктом не управляли або управляли неефективно, то можуть утворитися наступні дисфункціональні наслідки. Умови, що заважають досягненню мети:

- незадоволеність, поганий стан духу, зростання плинності кадрів і зниження продуктивності;
- менший ступінь співробітництва в майбутньому;
- сильна відданість своїй групі і більш непродуктивної конкуренції з іншими групами в організації;
- подання про іншу сторону як про «ворога»;
- подання про свою мету як про позитивну, а про мету іншої сторони як про негативну;
- звертання взаємодії і спілкування між конфліктуючими сторонами;
- збільшення ворожості між конфліктуючими сторонами по мірі зменшення взаємодії і спілкування;
- зміщення акценту: надання «перемозі» в конфлікті більшого значення, ніж рішення реальної проблеми.

Існує декілька ефективних засобів управління конфліктною ситуацією. Їх можна поділити на дві категорії: структурні і міжособисті. Не слід вважати причиною конфліктів просту відмінність характерів, хоча, звичайно, і воно може стати єдиною причиною конфліктної ситуації, але в загальному випадку це всього лише один з чинників.

Конфлікт означає незгоду сторін, при якому одна сторона намагається домогтися прийняття своїх поглядів і перешкодити іншій стороні зробити те ж саме. Потрібно управляти розвитком і розв'язанням конфліктів, належним чином діагностуючи динаміку розвитку конфлікту і виробляючи стратегію дій у конфліктній взаємодії.

Таким чином, конфлікт може бути функціональним і вести до підвищення ефективності організації. Або він може бути дисфункціональним і приводить до зниження особистої задоволеності, групової співпраці, ефективності організації. Роль конфлікту, в основному, залежить від того, наскільки ефективно їм управляють. Щоб управляти конфліктом, необхідно розуміти причини виникнення конфліктної ситуації.

Література

1. Гришина Н.В. Психологія конфлікту. – К. : Либідь, 2000. – 258с.
2. Кравченко О.П. Погляд конфліктолога на онтосинтез конфлікту. / О.П. Кравченко // Соціологічні дослідження. – 2004. – №9. – С.103-112.
3. Казаков В. Соціальний конфлікт: проблема визначення / В. Казаков // Соціол. : теорія, методи, маркетинг. – 2004. – № 3. – С. 156-166.

Жосан Т.І., магістрант
(науковий керівник -
викладач Полтавець М.М.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Енергетика, як галузь виробництва, охоплює сукупність процесів переробки природних паливно-енергетичних ресурсів з метою виробництва теплової та електричної енергії, передачі та споживання цих видів енергії в народногосподарському комплексі. Вона володіє технологічними особливостями, в порівнянні із іншими галузями. Найбільш характерна особливість – це одночасне виробництво та споживання енергії, відсутність можливості складування і нагромадження. Розвиток енергетики в умовах нестабільної економіки вимагає розробки характерних правил, норм, закономірностей проектування та освоєння нових енергетичних потужностей, впровадження енергозберігаючих технологій, ефективного використання потужностей паливно-енергетичного комплексу. Надійне енергопостачання за міжнародними

стандартами і конкурентоспроможними цінами має важливе значення для успішного розвитку сучасної економіки будь-якої країни. Для України це особливо важливо, оскільки її паливно-ресурсний потенціал забезпечує власні потреби в усіх видах енергії лише наполовину [1].

В процесі виробництва, передачі та розподілу енергії важливе місце відіграють основні засоби. Основні засоби (відповідно до офіційного визначення, сформульованого в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку ПБО-7) – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший одного року). Основні засоби займають важливе місце в активах енергопостачальних підприємств, а їх структура визначається видом використовуваного енергоресурсу, типом і призначенням об'єкту. Ефективне використання основних засобів значним чином впливає на результати господарської діяльності підприємства та зумовлює необхідність впровадження в енергопостачальних компаніях науково обґрунтованої системи обліку основних засобів [2].

Незважаючи на велику кількість наукових праць з даного питання, існує низка проблем обліку основних засобів на підприємствах енергетичної галузі, які потребують додаткового дослідження і вирішення. Серед них слід виділити: необхідність удосконалення класифікації основних засобів та їх аналітичного обліку, облік фінансування капітальних інвестицій в основні засоби енергопостачальних компаній, відображення витрат на проведення відновлювальних робіт в електричних мереж [3].

Класифікація основних засобів має важливе значення в обліку основних засобів, оскільки, забезпечує досягнення кінцевої мети в аналізі, інтерпретації і наданні корисної облікової інформації. Діюча класифікація основних засобів згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби» є усередненою для всіх підприємств і тому не може задовольнити вимоги до обліку основних засобів енергопостачальних компаній, є занадто укрупненою та потребує деталізації. Доцільно виділити в окрему підгрупу передавальні пристрої, що дозволить більш оптимально представити основні засоби енергопостачальних компаній та покращити прийняття управлінських рішень.

У системі регулювання бухгалтерського обліку на підприємстві важливе місце займає облікова політика. Вибір її принципів, методів та процедур забезпечує максимальний ефект від ведення бухгалтерського обліку. До основних елементів облікової політики відносяться: вибір методу нарахування амортизації, встановлення вартісної межі віднесення засобів праці до основних фондів, поріг суттєвості для переоцінки основних засобів, періодичність зарахування сум дооцінки основних засобів до нерозподіленого прибутку [3].

Головним результатом підвищення ефективності використання основних засобів енергопостачальних підприємств є зростання обсягу виробництва паливно-енергетичних ресурсів. Кількість виробленої енергії за наявної виробничої потужності залежить, з одного боку, від фонду часу продуктивної роботи обладнання та мереж, тобто від їхнього екстенсивного завантаження, а з іншого від ступеня використання засобів праці за потужністю в одиницю часу інтенсивного навантаження.

Резервом збільшення продуктивної роботи виробничого устаткування є максимально можливе скорочення його простоїв. Значному поліпшенню екстенсивного завантаження засобів праці також сприяє зниження частки недіючого устаткування, а також виведення з експлуатації енергетично неефективного обладнання.

Вирішальне значення для підвищення рівня інтенсивного використання основних засобів має своєчасна заміна та модернізація фізично спрацьованого і технічно застарілого устаткування, що є особливо актуальним для енергопостачальних підприємств України. До важливих факторів, що зумовлюють зростання продуктивності роботи обладнання в одиницю часу, належить також: запровадження нових технологій, інтенсифікація виробничих процесів, застосування прогресивних форм і методів організації виробництва.

Література

1. Федішин Б.П. Економіка енергетики. Навчальний посібник для студентів енергетичних спеціальностей вищих навчальних закладів. – Тернопіль, 2003 – 182 с.
2. Павлюк І.М. Бухгалтерський облік основних засобів та інших необоротних матеріальних активів : [навч. посіб.] / Павлюк І.М. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 159 с.
3. Цебень Р.Л. Облік та внутрішній аудит основних засобів в енергопостачальних компаніях України: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.09 / Р. Л. Цебень; ДАСОА. – К., 2009. – 21с.

Заболотна К.А., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ПРАВИЛЬНОСТІ ФОРМУВАННЯ ПЕРВІСНОЇ ВАРТОСТІ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Основні засоби – це ті об'єкти, які наявні практично на кожному підприємстві, саме тому проведення їх перевірки є надзвичайно важливим і необхідним. Останнім часом все більшої актуальності набуває контроль не лише з боку зовнішніх суб'єктів контролю, а й внутрішніх, адже здійснення саме внутрішнього аудиту допомагає уникнути помилок та порушень у цілому та у частині операцій з основними засобами, зокрема.

Аудитор повинен оцінити систему внутрішнього контролю на підприємстві (яке в своїй діяльності використовує основні засоби), з метою формування плану та програми проведення перевірки. Створений безпосередньо перед проведенням перевірки план визначає послідовність дій аудитора, тобто в яких напрямках і з якою інтенсивністю буде проводитися перевірка. Для кращого огляду і раціональної постановки завдань можуть використовуватися графіки, діаграми і комп'ютерні системи [1].

Необхідною умовою правильного обліку основних засобів є єдиний принцип їх грошової оцінки. Розрізняють такі види оцінки основних засобів, як: первісна, залишкова, переоцінена і ліквідаційна вартість. Придбані основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю, тому П(С)БО 7

«Основні засоби» містить способи визначення первісної вартості залежно від способу надходження основних засобів [2]. З урахуванням цього проводиться внутрішній аудит правильності формування первісної вартості основних засобів.

Перевірку правильності формування первісної вартості основних засобів внутрішні аудиторі розпочинають зі встановлення джерел їх надходження. Саме цей фактор впливає на склад витрат, які включаються до первісної вартості основних засобів. Для цього перевіряють договори, статутні документи тощо. У випадку придбання основних засобів за грошові кошти, в обмін на інші активи перевірка правильності формування первісної вартості здійснюється шляхом перевірки:

- наявності первинних документів та їх відповідності господарським операціям, здійснення яких вони підтверджують;
- документів на предмет їх відповідності якісним характеристикам (помарки, підчистки, виправлення, які оформлені неналежним чином, наявність усіх необхідних реквізитів, печаток, підписів тощо);
- повноти та точності відображення фактично понесених витрат (фактично понесені витрати відображені належним чином);
- відсутності у складі первісної вартості основних засобів витрат, які згідно законодавства не повинні включатись до неї;
- відповідності формування первісної вартості законодавчо визначеним вимогам у залежності від джерел надходження основних засобів (зокрема, первісна вартість об'єкта основних засобів, отриманого в обмін на подібний об'єкт, дорівнює залишковій вартості переданого об'єкта основних засобів, а не справедливій вартості отриманих основних засобів, як при обміні неподібними активами і т.д.);
- відсутності фактів включення до первісної вартості недостач основних засобів, виявленими у результаті інвентаризації, процентів за користування позиками, витрат на збут, загальногосподарських та інших подібних витрат, які безпосередньо не пов'язані із придбанням і доставкою основних засобів та приведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях;
- переліку витрат, які формують первісну вартість основних засобів, що придбані за плату (відповідність п. 8 П(С)БО 7 «Основні засоби») [3, с. 206-207].

Процедури спостереження, опитування і підтвердження здійснюються шляхом перегляду, спілкування та, в процесі цього, неявного контролю дій працівників підприємства, які формують первісну вартість основних засобів для цілей обліку.

Застосування процедур підрахунків полягають у застосуванні арифметичних дій. Враховуючи ступінь ризику системи внутрішнього контролю, працівники служби внутрішнього аудиту самостійно приймають рішення щодо обсягів вибірки (при задовільній системі вибірка звужується, при незадовільній системі контролю необхідно здійснювати суцільний перерахунок).

Аналітичні процедури передбачають використання: аналогій при формуванні первісної вартості ідентичних основних засобів (наприклад, первісна вартість одних і тих самих видів основних засобів, в одному й тому ж періоді, отриманих від одного й того ж контрагента суттєво відрізняється); раціональності та доцільності витрат, включених до складу первісної вартості основних засобів (понесені витрати можна було б уникнути або замінити на більш оптимальні);

ідентифікація вартості певних витрат, які включені до складу первісної (понесені витрати можна визначити, а їх вартість оцінити).

У випадках, якщо служба внутрішнього аудиту систематично проводить внутрішній аудит операцій з основними засобами, даний етап аудиту дозволяється зводити лише до перевірки деяких операцій з формування первісної вартості основних засобів (значні суми придбання, нетипові операції з надходження основних засобів, придбання нетипових для даного підприємства основних засобів, придбання у сумнівних контрагентів тощо).

За всіма іншими джерелами надходження основних засобів (безоплатне отримання, внесок до статутного капіталу, отримання в оренду, виготовлення власними силами) аудиторські процедури, визначені вище, будуть подібні, але деякі суттєві моменти повинні підлягати додатковому вивченню.

Так, при встановленні випадків безоплатного отримання основних засобів внутрішній аудитор, поряд з визначеними вище аудиторськими процедурами, повинен здійснити перевірку: відповідності операцій з безоплатного отримання основних засобів вимогам Цивільного кодексу України; договорів (договір дарування, договір безоплатного користування майном, договір безоплатного схову тощо), що регулюють безоплатне отримання на предмет дотримання вимог законодавства та здійснити оцінку їх доцільності; порядку визначення справедливої вартості необоротних активів та відповідність його вимогам П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств».

При встановленні випадків внесення основних засобів до статутного фонду підприємства внутрішній аудитор додатково вивчає інформацію установчих документів, протоколи зборів засновників, та, на підставі цього, перевіряє правильність формування первісної вартості за такими активами.

За наявності на підприємстві основних засобів, прийнятих в оренду, при внутрішньому аудиті правильності формування їх первісної вартості слід визначитися з видом оренди (фінансова, операційна) і на підставі цього здійснювати подальшу перевірку. З урахуванням того, у результаті якого виду оренди надійшли основні засоби на підприємство, підходи до перевірки формування первісної вартості різні [4, додаток Р.1].

Застосування додаткових аудиторських процедур передбачає перевірку порядку формування первісної вартості основних засобів, які виготовлені власними силами. У цьому випадку, застосовуючи аудиторські процедури перевірки, спостереження, підрахунки, підтвердження та аналітичні процедури, внутрішній аудитор звертає увагу на: наявність первинних документів, які підтверджують собівартість оборотних активів, товарів, готової продукції стосовно операцій з виготовлення основних засобів; порядок накопичення витрат, пов'язаних з формуванням первісної вартості об'єктів основних засобів тощо.

Література

1. Гуцаленко Л.В. Організація обліку та аудиту основних засобів / Л.В. Гуцаленко, А.С. Гловюк, І.В. Ковальчук // Економіка і суспільство. – 2017. – №8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/123.pdf
2. Іщенко Я.П. Оцінка основних засобів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vobu.com.ua/ukr/crib_categories/question/65

3. Фоміна Т.В. Внутрішній контроль операцій з основними засобами та нематеріальними активами / Т.В. Фоміна, О.Б. Пугаченко // Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аудиту та аналізу: теорія, методологія, організація: [Колективна монографія] / за заг. ред. д.е.н., проф. О.А. Сарапіної; ХНТУ. – Херсон: Книжкове видавництво ПП Вишемирський В.С., 2014. – С. 203-218

4. Фоміна Т.В. Організація і методика внутрішньогосподарського контролю на підприємствах олійножирової галузі України : дис. кандидата екон. наук: 08.00.09 / Т.В. Фоміна. – О., 2007. – 168 с.

Зоря К.В., студентка
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси

ХАРКІВЩИНА ЯК ОСЕРЕДОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Діловий туризм (Business Travel) – один із напрямків сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Це один із найперспективніших напрямків сучасного туризму. Він є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни чи регіону з економічної точки зору. Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів [1]. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії [3]. На діловий туризм уже припадає \$399 млрд. з \$6,5 трлн. загальносвітового обороту туристичної галузі. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться вп'ятеро - з \$399 млрд. до \$2 трлн., а кількість ділових поїздок потроїться - з 564 млн. заходів до 1,6 млрд. Харківська область - область у північно-східній частині України, центр українського машинобудування. Вона входить до п'ятірки найбільших українських областей (їй належить 4-е місце). Її площа становить 31,4 тис. км², а це 5,2% всієї території країни. У складі області 17 міст (найбільші з них Харків, Ізюм, Куп'янськ, Лозова), 61 селище міського типу, 1683 села. Адміністративним центром є місто Харків, колишня столиця України (з 1919 по 1934 рр.) [4].

Діловий туризм є найбільш пріоритетним напрямком розвитку туризму в Харкові, бо місто позиціонується саме як діловий центр України завдяки значним сприятливим ресурсам: вигідне територіальне положення, транспортна доступність, наявність великої кількості підприємств, заводів, вищих навчальних закладів тощо.

Розвиток ділового туризму сприятиме розвитку індустрії туризму в Україні та, зокрема, в Харкові, тому що більшість бізнес-туристів, крім ділових заходів, бажають також включити в програму поїздки і огляд місцевих визначних пам'яток, яких на Харківщині досить багато.

Харківщина – батьківщина автора сентиментальних повістей Григорія Квітки-Основ'яненка і всесвітньо відомого художника Іллі Рєпіна. У Чугуєві відкрито художньо-меморіальний музей, присвячений життю і творчості живописця, тут експонуються його роботи. Великою популярністю у туристів користуються Сквородинівський меморіальний комплекс Григорія Сквороди,

Шарівська садиба, Пархомівський палац, Благовіщенський собор, Покровський монастир та ін. [4].

Розвиток ділового туризму неможливий без розвиненої міської інфраструктури. Харківська область має розгалужену транспортну мережу, 60 % обсягу перевезень припадає на частку залізничного транспорту. Протяжність залізниць – 1442 км. Харківський залізничний вузол обслуговує 10 млн пасажирів на рік, автомобільний транспорт, зокрема, автобуси – майже 12 млн.

Найважливіші автомагістралі, що проходять через область: Харків-Москва, Харків-Сімферополь, Харків-Ростов-на-Дону, Харків-Полтава. В області налічується 16 міжобласних маршрутів, 68 внутрішньообласних, 342 внутрішньорайонних. Загальна протяжність автодоріг – 15 тис. км. Харківський аеропорт обслуговує внутрішні і міжнародні авіалінії, займаючись в основному пасажирськими перевезеннями [5].

На сьогодні розвиток індустрії готельного бізнесу як в Україні, так і в м. Харкові гальмується рядом зовнішніх та внутрішніх факторів. Наприклад, в місті-мільйонері Харкові немає жодного п'ятизіркового готелю. сучасна готельна індустрія міста, не дивлячись на те, що воно є другим за розмірами в Україні, зовсім не відповідає ні світовим стандартам, і досить поступається основним туристичним регіонам країни.

Можна виділити основні недоліки готельної інфраструктури регіону:

- відсутність готелю п'ятизіркового рівня комфорту, на який є попит;
- високі ціни на готельні номери в готелях, які були збудовані ще в роки соціалістичної доби, відсутність в них необхідних нових технологій устрою номерів;
- відсутність молодіжних готелів-гуртожитків з низьким сервісом і відповідними цінами, адже Харків місто студентів, і у ВНЗ Харкова навчаються багато студентів заочних відділень з різних регіонів країни;
- невідповідність готелів міжнародним стандартам (тризіркові готелі України неможна рівняти з відповідними готелями Європи) [2].

Готельне господарство Харкова складається близько 90 закладів розміщення, з них 25 мають конференц-зали. Найбільша кількість готелів мають діапазон цін від 600 до 1000 грн. за добу.

Напередодні міжнародного чемпіонату Євро-2012 інфраструктура Харкова активно розвивалась: готелі проводили реконструкцію, що спрямувалась на підвищення своєї категорії або збільшення номерного фонду, будувалися нові готелі, наприклад Kharkiv Palace. Така тенденція викликана вимогами УЄФА до готельної бази міста, що передбачала наявність 2 765 номерів. Поліпшувався стан доріг, на ремонт і реконструкцію яких, згідно з бюджетом міста, у 2011 році міська влада витратила майже 228 млн грн. Реконструкція старого та поява нового сучасного терміналу аеропорту європейського класу створюють додаткові умови для організації прямих рейсів.

На можливості міста щодо прийому ділових туристів впливає також розвиненість мереж виставкових та конгресних центрів, бізнес-готелів, бізнес-авіації, платіжних систем, сучасних технологій, що дозволяють діловій людині незалежно від місцезнаходження керувати своїми справами. У Харкові відкрито близько 50 конференц-залів місткістю від 50 до 600 осіб, однак великих виставкових залів у місті небагато: ПВЦ «Радмір Експохол», Міська Галерея, Палац Спорту. Проте в місті безліч виставкових залів меншої місткості. Також

функціонують кілька компаній, що займаються наданням меблів та обладнання для проведення конференцій і переговорів, найбільш відомі з них ТОВ «Бронт ЛТД» і Ivanuch.

Необхідно зазначити, що для розвитку ділового туризму велике значення має наявність гольф-клубів, що відповідають міжнародним стандартам. У процесі досліджень Національної асоціації гольфу в США з'ясувалося, що гравці в гольф часто продовжують ділові поїздки та залишаються в дестинації на більш довгий термін, щоб встигнути пограти в гольф, або ж здійснюють додаткові поїздки з тією ж метою. В Харкові розміщується Superior Golf & Spa Resort, який дає можливість бізнесменам під час подорожі насолодитися улюбленою грою. Заклад має професійне поле для гольфу з 18 лунками, зони для тренування та тренерів [3].

Таким чином, Харківщина має потужні ресурси та підтримки та розвитку ділового туризму. Для даного регіону це є найкращий вид туризму, оскільки Харків є одним з найбільших ділових центрів України.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 185 с.
2. Готельне господарство Харківського регіону [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://meteosecrets.com/gotelne-gospodarstvo-harkivskogo-regionu-problemi-ta-perspektivi.html>
3. Діловий туризм в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/titova.htm
4. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с
5. Харківська область [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ua.dorogovkaz.com/oblasti_kharkivska.php
6. Харківська область [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kharkov.ua/region/region.htm>

Кадомець А.О., студент
(науковий керівник – канд. екон. наук,
доцент Глевацька Н.М)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Важливою сферою державного регулювання в умовах соціально-економічного розвитку вважається зайнятість населення – одна із основних життєво необхідних потреб і ознак соціального добробуту й благополуччя суспільства. Статус зайнятості визначається для економічно активного населення, до якого входять як зайняті, так і безробітні.

На сьогоднішній день повноцінний український ринок праці тільки формується, тому важливою є розробка і реалізація політики зайнятості, де ключова мета розвитку українського суспільства – це зменшення безробіття серед молодих людей. Молоді спеціалісти – це гордість будь-якої розвиненої країни, показник економічного зростання і стабільності, проте через складну економічну

ситуацію вони не можуть влаштуватись на роботу і це призводить до зневіри в гідне майбутнє наступних поколінь.

Таке явище, як безробіття, характеризує макроекономічну нестабільність і має циклічний характер, тому політика будь-якої держави спрямована на усунення такої актуальної на сьогоднішній день проблеми. Проте якими б тактовними не були дії держав щодо зниження безробіття, жодна з них не може створити умови, за яких їх громадяни можуть легко знайти ту роботу, що принесе максимальний прибуток, підвищить статус людини і зробить її фінансово незалежною. На думку експертів Міжнародної організації праці, найближчими роками рівень безробіття становитиме 10% і повністю ліквідувати його не зможе жодна з країн.

Для забезпечення гарантій безробітним Верховна Рада України ухвалила два базових закони у цій сфері, зокрема, в 1991 р. Закон України «Про зайнятість населення» та в 2000 р. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття». Вони закладають законодавчу основу для вирішення проблем соціального захисту безробітних, надання їм певної матеріальної та іншої допомоги, а також створення умов для забезпечення їх роботою. [1, с. 294]

Згідно зі статтею 2 Закону України «Про загальнообов'язкове соціальне страхування на випадок безробіття» безробітними визнаються працездатні громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів і зареєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні приступити до підходящої роботи. Безробітними визнаються також інваліди, які не досягли пенсійного віку, не працюють та зареєстровані як такі, що шукають роботу. [5]

За визначенням Міжнародної організації праці (МОП), безробітними вважаються особи у віці 15-70 років, які одночасно задовольняють три умови:

- активно шукали роботу або намагались організувати власну справу впродовж останніх чотирьох тижнів, що передували опитуванню;
- не мали роботи (прибуткового заняття);
- готові приступити до роботи впродовж двох найближчих тижнів.

Рівень безробіття – це відношення кількості зареєстрованих громадян країни у центрі зайнятості до кількості працездатних.

У таблиці 1 наведено динаміку безробіття в Україні за останні 5 років. [3]

Таблиця 1

Безробітне населення України за методологією МОП

Чисельність безробітних	Безробітне населення у віці 15-70 років, усього осіб	Динаміка до попереднього року, %
2012	1589800	95,0
2013	1510400	122,3
2014	1847600	89,6
2015	1654700	101,4
2016	1678200	—

Щоб уникнути усіх негативних наслідків такого явища, як безробіття, державі слід створити певні умови і вжити термінові заходи, що допоможуть створити нові робочі місця, а також відновити обсяги національного виробництва.

На нашу думку, ефективними для подолання безробіття в Україні будуть наступні шляхи:

1. Створення нових робочих місць, а також збереження існуючих у тій же кількості за рахунок зниження податків для підприємств для того, щоб припинити скорочення та звільнення робочого персоналу.

2. Збільшення кількості спеціальних центрів зайнятості, де кожен матиме змогу пройти курси перенавчання або підвищення кваліфікації, дізнатись про перспективні професії та галузі діяльності, проконсультуватись зі спеціалістами щодо правильного використання свого робочого потенціалу і професійних навичок. [2, с. 4-5]

3. Громадяни мають знаходити ті робочі місця, де матимуть гідну заробітну плату, комфортні та безпечні умови праці, тому державі потрібно створити ефективну систему працевлаштування, яка буде ґрунтуватись на науковому осмисленні правових відносин, які виникають у цій сфері.

4. Державі потрібно сформувавати таку політику, яка б сприяла стимулюванню попиту на працю.

5. Економічне стимулювання молодіжної зайнятості, а також створення для забезпечення роботою тільки молоді певних фірм, надання субсидій для первинної зайнятості молодого покоління.

6. Щоб не існував відплив робочої сили, потрібно легалізувати тіньовий сектор економіки.

7. Надання державою підприємцям кредитів для розширення та переоснащення підприємства, для того, щоб воно відповідало сучасним потребам ринку. [4, с. 302]

Література

1. Баник О.Б. Проблема безробіття в Україні та шляхи її вирішення / О.Б. Баник // Вісник Національного університету «Львів. Політехніка». – 2010. – № 691. – С. 293-298.
2. Галицький В. Державний захист у разі безробіття / В. Галицький // Праця і зарплата. – 2010. – № 23. – С. 4-5.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua
4. Лех Г.А. Шляхи подолання безробіття / Г.А. Лех // Науковий вісник НЛТУ. – 2010. – № 203. – С. 300–305.
5. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua.

Карасенко В.О., студентка
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЕМІГРАЦІЇ КВАЛІФІКОВАНИХ ПРАЦІВНИКІВ: НАСЛІДКИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

На даному етапі соціально-економічного розвитку нашої держави спостерігається значне скорочення чисельності населення в Україні.

Якщо зменшення населення внаслідок демографічних процесів (зокрема зменшення народжуваності) і поширення процесів його старіння вважається цілком природним, і таким що притаманне розвиненим країнам світу, то зменшення населення в наслідок еміграції вказує на сукупність несприятливих умов всередині країни, які виштовхують населення в міжнародні міграційні процеси.

Проблеми трудової міграції знайшли своє відображення у дослідженнях багатьох вітчизняних науковців. Зокрема, теоретичні основи явища зовнішньої міграції закладено у працях таких науковців, як Бачинська М. [6], Ляшенко О. [2], Грішнова О. [7], Мойсей В. [8].

Тому на сьогодні дана тема є досить актуальною, оскільки за сучасних умов, коли Україна отримала безвіз існує велика загроза ще більшої активізації еміграційних процесів, що потребує оцінки можливих наслідків істотного вибуття робочої сили за межі країни.

Хто ж мріє поїхати за кордон? За даними соціопитувань, 32% українців при можливості виїхали б за кордон на постійне місце проживання, а 40% українців хотіли б працювати за кордоном. Здебільшого це молоді люди, вони такі прагнення пояснюють бажанням отримати кращу освіту за кордоном або ж зробити кар'єру. Перспективи «заокеанського життя» привабливі для молодих ІТ-спеціалістів, говорять експерти [1]. Основні причини виїзду за кордон наведено на рис. 1.

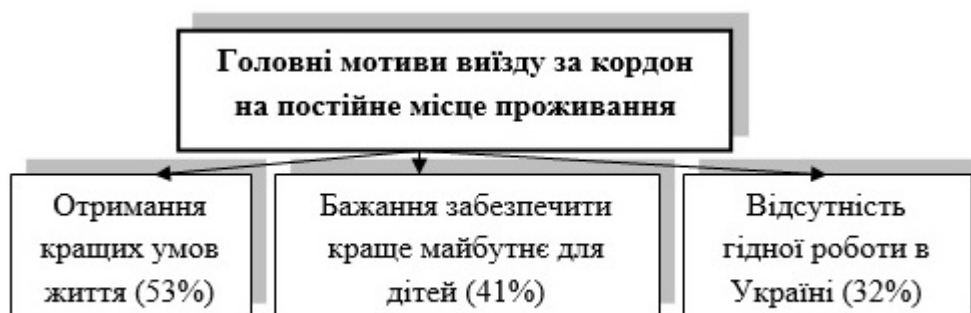


Рис. 1. Головні мотиви міграції громадян на постійне місце проживання
Джерело: складено за матеріалами [1]

Щодо популярних зарубіжних напрямків у пошуках кращого життя – фаворитами є країни «традиційної еміграції»: лідирує Німеччина (5,3%), на другому місці – Канада (5,2%), замикає трійку – Польща (4,5%) (туди за останні 3 роки виїхало понад мільйон українців), найбільше охочих переїхати туди серед мешканців Західного регіону. 4% українців емігрували б у США – ця країна посідає 4 сходинку серед опитаних. Цікаво, що наступні п'яте та шосте місце, куди б хотіли переїхати українці займають – Росія (2,9%) та Білорусь (1,9%). Такі настрої переважають у жителів східних регіонів України, а також Харківській, Одеській та Миколаївській областях (Рис. 2).

Варто зазначити, що серед охочих податися «за бугор» помітно домінує європейський вектор. Відтак, думки більшості українських емігрантів спрямовані на Захід. У Східному напрямку їдуть люди старої закалки, які ностальгують за Союзом. Ті, кому за 40-50 років.

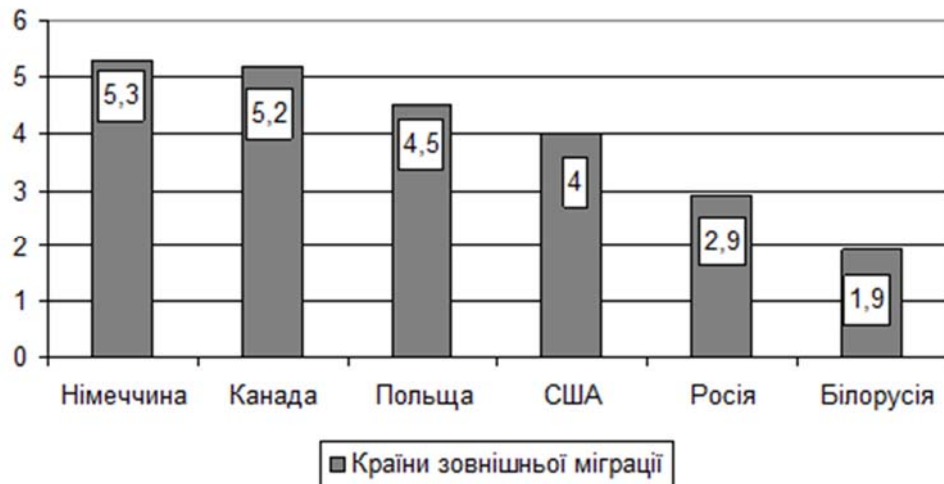


Рис. 2. Рейтинг найпопулярніших країн міграції українців
Джерело: складено за матеріалами [3]

Більшою мірою виявляють бажання поїхати за кордон на роботу мешканці Західного та Центрального регіонів, чоловіки, люди молодшого віку з високим рівнем освіти. Якщо говорити про трудову міграцію, то тут цифри значно вищі. За результатами опитування, проведеного компанією GfK Ukraine, три мільйони українців (а це 8%) планують знайти роботу за кордоном у найближчому майбутньому. Привабливими для українських трудових мігрантів найчастіше є Польща (21%), а також Чеська Республіка (15%) та Італія (11%) [4].

За даними МОМ, основною сферою зайнятості українських трудових мігрантів за кордоном є будівництво, на другому місці сільське господарство, далі йдуть виробництво та сфера послуг [5].

Найбільше українських трудових мігрантів за кордоном віком від 30 до 44 років (близько 40%), а також людей віком від 45 до 64 років (37%).

Крім того, у найближчому майбутньому, кажуть експерти, можна очікувати збільшення частки молоді віком від 18 до 29 років, оскільки серед потенційно зацікавлених можливістю довгостроково працювати за кордоном таких аж 45%.

Серед тих, хто вже працював за кордоном оплатою власної праці за кордоном задоволені понад 80% заробітчан, причому більше задоволених на Заході та Півдні, а от найменше таких – на Сході нашої країни. Причому, якщо вірити соціологам, однаково на це питання відповідають і чоловіки, і жінки.

Головною проблемою для українців, які працюють за кордоном, є мовний бар'єр та відчуття другосортності – про це заявив кожен четвертий респондент. Крім цього, 22% скаржаться на відсутність офіційного договору з роботодавцем, а ще по 18 % – на погані житлові умови і проблеми з медичним забезпеченням. Водночас 38% опитаних зазначили, що не стикались із проблемами взагалі [5].

Однозначно оцінити вплив еміграційних процесів важко: по-перше, його можна оцінювати як з позиції держави, так і з позиції індивідів. Якщо оцінювати з позиції держави, то вітчизняні і закордонні науковці одностайні щодо позитивних наслідків міграції в одному – трудові мігранти, покращуючи власний добробут, зменшують загальну соціальну напругу, рівень бідності і послаблюють проблему безробіття в країні.

Негативним наслідком зовнішньої трудової міграції є втрата трудового, науково-освітнього потенціалу, на формування якого витрачено чимало коштів і часу (не менше 20 років). Проте, якщо держава не може ефективно використовувати наявні трудові ресурси, про що свідчить високий рівень безробіття і низький рівень оплати праці, то вона і надалі буде їх втрачати (Рис. 3) [2].



Рис. 3. Можливі наслідки зовнішньої трудової міграції для економіки країни

Джерело: складено авторами за матеріалами [2]

З точки зору індивіда еміграція в економічному сенсі має багато переваг, і на фоні погіршення економічної ситуації та наростання соціальної напруги в Україні, кількість бажаючих виїхати в пошуках кращої долі буде збільшуватись.

З точки зору держави – відбувається втрата людського потенціалу, але поки що держава на це не зважає, можливо, через те, що не відчуває дефіциту цього ресурсу.

Підсумовуючи викладене слід зазначити, що експерти кажуть, українське суспільство поділилося умовно на дві групи. Перша – ті, кому не подобається жити в Україні, але в силу обставин, не можуть виїхати за кордон. Інша група – ті, хто сподівається на зміни у державі вже у найближчому майбутньому. І це дуже позитивна тенденція робити усе можливе, щоб справді "зажити по-новому".

Література

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

2. Ляшенко О. Особливості трудової міграції України / О. Ляшенко, Ю. Шампанюк // Молодийвчений. – 2016. – № 4. – С. 121-125.
3. Forbes. Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua>
4. Офіційний веб-сайт компанії GfK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/uk-ua/pro-nas/overview/>
5. Офіційний веб-сайт Міжнародної організації з міграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iom.org.ua/ua>
6. Бачинська М.В. Фактори міграційного притягування в контексті соціокультурологічного розвитку регіону / М.В. Бачинська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/3/03.pdf>.
7. Грішнова О. А. Трудовий потенціал України: оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку : монографія / О. А. Грішнова, С. Р. Пасека, А. С. Пасека. - Черкаси : Маклаут, 2011. – 358 с.
8. Мойсей В. І. Вдосконалення регулювання міжнародної міграції в Україні / В.І. Мойсей – Ч., 2015. – С. 390–393.

Карасенко В.О., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На даному етапі розвитку економіки нашої держави принципово необхідною є розробка нових підходів до управління персоналом з усвідомленням того, що головним резервом підприємства є працівники, які забезпечують його конкурентоспроможність. Технології, на яких базується система управління персоналом, потребують постійного оновлення та уточнення, оскільки кожне сучасне підприємство функціонує у ринковому середовищі, що постійно змінюється. Тому аби побудувати ефективну систему управління персоналом необхідно дослідити суть та значення принципів формування відповідної системи в нових умовах ринку.

Аналізу проблем теорії і практики управління персоналом присвячено праці багатьох вітчизняних та закордонних учених: Л.В. Балабанова, Дж. Грейсона, О. Грішнкової, В. Дятлова, А. Кібанова, А. Колота, Дж. Лафти, А. Пула та інших. Проте значна кількість питань активізації інноваційної діяльності у сфері управління персоналом й досі залишаються не висвітленими.

Метою дослідження стало розгляд сутності і ролі інноваційних підходів до управління персоналом на сучасних підприємствах та доведення доцільності їх використання для підвищення ефективності системи управління персоналом.

У сучасному виробництві технологія управління персоналом – це наука і мистецтво управління, механізм взаємозв'язку між суб'єктом та об'єктом управління персоналом, система взаємодії між керівником і працівником, стратегія вироблення рішень і тактика їх виконання у сфері ефективної зайнятості працівників в управлінні кадровим складом підприємства.

Усі персонал-технології можна об'єднати в такі групи: персонал-технології позикової праці; навчальні персонал-технології; персонал-технології підбору та найму персоналу; персонал-технології підвищення ефективності роботи

персоналу; персонал-технології контролю праці персоналу; інформаційні персонал-технології, суть і особливості яких відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Характеристика сучасних персонал-технологій

№ п/п	Персонал-технологія	Особливості технології	Підсистема управління персоналом
1	2	3	4
Персонал-технології позикової раці			
1	Лізинг персоналу	Форма тимчасового або строкового залучення персоналу, що дає змогу вирішити проблеми підприємства в умовах зміни пріоритетних напрямів діяльності, в умовах необхідності зменшення витрат на персонал, але потреба у ньому залишається. Залучення персоналу для тимчасової зайнятості	Аналіз та планування персоналу, підбір та наймання персоналу,
2	Аутсорсинг	Передача здійснюваних у межах підприємства завдань, функцій і процесів, зокрема деяких непрофільних функцій спеціалізованих компанії. Пов'язано це з тим, що окремі функції (інформаційні, маркетингові, фінансові тощо) працівники спеціалізованих компаній виконують краще	організація трудових відносин, атестація та ротация персоналу
3	Аутстафінг	Співробітники, що раніше числилися в штаті компанії-замовника, переводяться в організацію, що надає послуги з аутстафінгу, тобто дана організація оформлює у свій штат уже наявний персонал підприємства і стає формальним роботодавцем, що дає змогу вирішити питання тимчасового вивільнення працівників, для яких на даний момент немає праці	
Навчальні персонал-технології			
4	Коучинг	Здійснюється методом безпосереднього навчання менш досвідченого працівника більш досвідченим у процесі їх взаємодії. Відбувається у формі наставництва, консультування. Ефективний інструмент персонального та особистісного розвитку, який сприяє розкриттю та реалізації внутрішнього потенціалу людини й підвищенню на цій основі ефективності праці	Навчання та підвищення кваліфікації персоналу, мотивація персоналу
Персонал-технології підбору та найму персоналу			
5	«Плетіння мереж» та прямий пошук	Консультант використовує власні зв'язки для пошуку кандидатури, у другому випадку разом із замовником визначається компанія, в якій може працювати необхідний працівник, застосовується його можлива посада, потенційним претендентам робиться ділова пропозиція	Підбір та наймання персоналу, оцінювання персоналу
Персонал-технології підвищення ефективності роботи персоналу			
6	Реінжиніринг	Радикальна перебудова (перепроєктування) бізнес-процесів підприємства для отримання істотних ефектів. Його використання може сприяти підвищенню ефективності управління персоналом за рахунок удосконалення цього процесу та дасть змогу підвищити ефективність праці персоналу (підвищити продуктивність, якість тощо)	Створення умов праці
Персонал-технології стимулювання персоналу			
7	Внутрішній маркетинг	Використання маркетингового підходу до управління персоналом, який полягає у формуванні, стимулюванні, координуванні та інтеграції персоналу з метою забезпечення задоволення споживача через процес взаємодії з мотивованим і клієнтоорієнтованим персоналом, який розуміє своє місце в досягненні стратегічної мети діяльності підприємства та працює з максимальною відданістю	Мотивація персоналу, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, організація трудових відносин, створення умов праці, соціальний розвиток та партнерство

1	2	3	4
Персонал-технології контролю праці персоналу			
8	Таємний покупець	Метод прихованого спостереження за роботою персоналу, яке проводить підготовлена особа як клієнт. Його використання дає змогу встановити рівень дотримання працівниками правил і норм під час здійснення професійних обов'язків, стандартів обслуговування клієнтів, а також виявити компетентність персоналу	Оцінювання персоналу, атестація та ротация персоналу, мотивація персоналу
Інформаційні персонал-технології			
9	АРМ працівника	Професійно-орієнтований програмно-апаратний комплекс, який складається з технічних засобів автоматизації та організаційних форм їх експлуатації. АРМ забезпечує вирішення завдань працівника безпосередньо на його робочому місці	Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом, створення умов праці
10	Автоматизована інформаційна система управління персоналом	Набір певного програмного забезпечення та технологій, використання яких дає змогу автоматизувати і вдосконалювати бізнес-процеси управління персоналом	Усі підсистеми управління

Сучасний стан економіки також визначає нові вимоги до рівня підготовки персоналу, коли спостерігається швидке застаріння знань, умінь і навичок персоналу, яке виражається у відставанні індивідуальних знань від сучасних вимог. Найбільш прийнятним є інноваційний тип навчання, основні види якого відображені на рисунку 1.

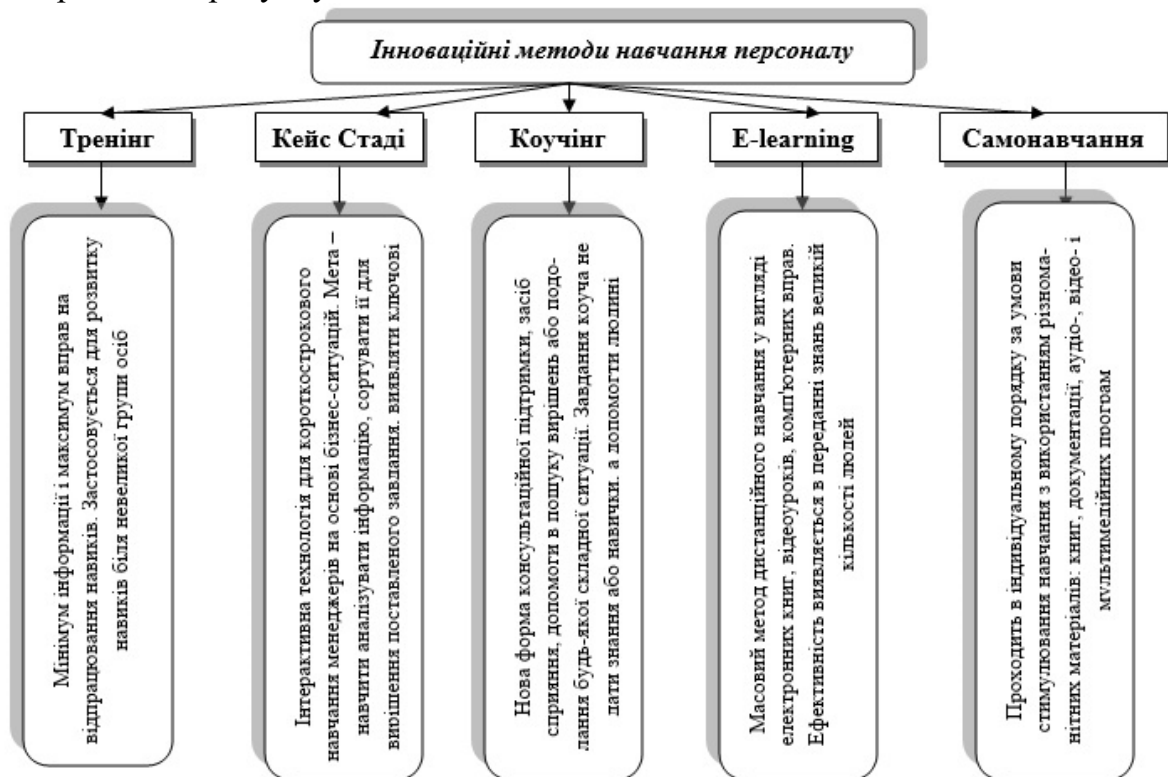


Рис. 1. Інноваційні методи навчання персоналу

Деякі сучасні компанії проводять перевірку працівників на лояльність до компанії з використанням технічних засобів. Новітньою розробкою вчених, що

поєднує в собі останні досягнення у сфері психології і біометрії, є без- контактний аналіз психоемоційного полягання людини – система Vibralmage. Дана технологія безконтактно проводить моніторинг рівня емоцій, визначає рівень стресу, тривоги й агресивності людини, а також здійснює детекцію брехні в режимі реального часу.

Також для перевірки персоналу на лояльність можна використовувати сучасну технологію Mystery Shopping. Методика припускає залучення ряду агентів, завданням яких є імітація зовнішнього контакту, і оцінки дій персоналу в процесі здійснення операції. За допомогою даної технології можна дізнатися, наскільки лояльний персонал щодо свого роботодавця, наскільки співробітники чесні і надійні, чи не здійснюють вони протиправних та аморальних дій, здатних спричинити шкоду благополуччю бізнесу.

Нині йде серйозна боротьба за професіоналів. Керівництво кожної компанії розуміє, що успіх значною мірою залежить від кваліфікації співробітників. Внутрішньофірмове навчання не завжди дає змогу розв'язати проблему, особливо якщо фахівці потрібні «тут і зараз». У сучасній практиці зовнішнього підбору кандидатів використовують переважно такі технології: скринінг, рекрутинг, хедхантинг, а також методику Executive Search (табл. 2).

Таблиця 2

Сучасні методи підбору персоналу

Назва методу	Сутність
Скринінг	«поверхневий підбір», який здійснюється по формальних ознаках: освіті, віку, роду, досвіду роботи. Низькі вакансії зазвичай закриваються шляхом скринінгу. За його допомогою здійснюється пошук необхідного допоміжного та обслуговуючого персоналу нижньої ланки, враховуючи формальні ознаки: стать, вік, освіту, досвід роботи тощо.
Рекрутинг	«поглиблений підбір», який ураховує особистісні характеристики і ділові якості претендента. Здійснюється рекрутинговими агентствами для підбору фахівців середньої ланки
Хедхантинг	найбільш складною і витратною технологією, що передбачає переманювання конкретного фахівця з однієї організації в іншу
Executive Search	Executive Search підбирається персонал на керівні посади та фахівці рідкісних професій. Executive Search на відміну від рекрутингу передбачає ініціативний пошук кандидатів, навіть якщо вони на даний час не зайняті активним пошуком роботи. Цю технологію успішно використовують кадрові та консалтингові агентства. За Executive Search шукають кращого з «неактивних» кандидатів, наявних на ринку праці, а за звичайного підбору персоналу – кращого кандидата з «активних», тобто тих, які шукають роботу. У першому випадку потрібен топ-менеджер, від якого залежать успіх і розвиток компанії, або фахівець, що володіє рідкісним набором професійних компетенцій і досвідом з чітко визначеного напрямку.

Отже, застосування інновацій у сфері управління персоналом є об'єктивною необхідністю підвищення якості та результативності здійснення функцій управління. Для підтримки власної конкурентоспроможності на ринку праці сучасні роботодавці повинні приділяти суттєву увагу реалізації кадрової стратегії, формувати систему управління талантами, інвестувати у розвиток персоналу, забезпечувати реалізацію кар'єрних планів, широко застосовувати інформаційні та аналітичні кадрові технології.

Література

1. Василик А.В. Сучасні виклики та інноваційні практики управління персоналом / А.В. Василик // Соціально-трудові відносини: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 306-314.
2. Кудрявцева Е.И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте / Кудрявцева Е.И., Голянич В.М. // Управленческое консультирование. – 2013. – №2. – С. 5-16.
3. Колот А.М. Наука про працю : теоретико-методологічне оновлення / А.М. Колот // Україна : аспекти праці. – 2013. – № 1. – С. 45-49.
4. Грیشнова О. Розвиток персоналу як пріоритетний напрям реалізації соціальної відповідальності бізнесу / О. Грیشнова, І. Когут // Україна : аспекти праці. - 2012. - № 8. - С. 10-15.
5. Лымарева О.А. Инновационный подход в кадровом менеджменте / Лымарева О.А., Горенко А.А. // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/10/3132>
6. Третяк О.П. Сучасні персонал-технології у системі управління персоналом на підприємстві / О.П. Третяк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – № 24(4). – С. 389-396

Кирилюк Ю.О., студентка
(науковий керівник - канд. екон. наук,
доцент Іщенко Н.А
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЇЇ ОЦІНКИ

Трансформація економічних відносин в Україні диктує нові підходи до управління підприємствами. Оскільки сучасні умови господарювання, жорстка конкуренція вимагає від підприємців зважених управлінських рішень, побудови раціонального функціонування підприємства – необхідно реально оцінювати ефективність його діяльності. Оцінка ефективності дає можливість виробити необхідну стратегію і тактику розвитку підприємства, на основі яких формується виробнича програма підприємства, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва.

Питанням сутності та оцінки ефективності діяльності підприємства присвячено праці вітчизняних вчених, зокрема таких як: О.С. Іванілов [2], І.В. Ковальчук [3], Й.М. Петрович [4], Г.О. Швиданенко [5], А.В. Шегда [6] та інших.

Метою дослідження є висвітлення методичних підходів до оцінки ефективності діяльності підприємства.

У сучасних умовах господарювання ефективність є важливою характеристикою діяльності підприємства, від якої залежить його подальший розвиток. Оцінка ефективності представляє собою ефективний інструмент інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності підприємства. У науковій літературі представлено чимало методичних підходів. І.В. Ковальчук виділяє традиційний та багаточинниковий підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства [3].

Традиційний підхід базується на класичній моделі Дюпона «Рентабельність капіталу», передбачає оцінку ефективності на основі двох груп показників:

узагальнюючих – показників першого рівня, які характеризують ефективність діяльності підприємства в цілому, порівнюючи результативні показники з витратами усіх ресурсів, та показників другого рівня, які оцінюють ефективність використання окремих видів ресурсів підприємства. До узагальнюючих показників відносять: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність інвестованого капіталу, рентабельність продукції, рентабельність продажу, рентабельність операційної діяльності.

Багаточинниковий підхід хоч і пропонується в науковій економічній літературі, але на практиці рідко застосовується, оскільки він передбачає використання агрегованих індексів ефективності, що є складними, важкими для інтерпретації, а тому і не стали загальноновизнаними.

На думку Г.О. Швиданенко існують такі теоретичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємств: витратний, результативний, порівняльний (цільовий) і експертний [5]. На цій основі виділяють три групи показників ефективності:

– вхідні показники – реалізують витратний підхід до оцінювання, яким передбачається використовувати вхідні характеристики функціонування підприємств як мірило ефективності їхньої діяльності (прикладом таких критеріїв оцінювання можуть служити показники економічності, витрат матеріалів на одиницю продукції);

– вихідні показники – використовуються за результативного підходу до оцінювання функціонування підприємств, особливістю якого є розгляд вихідних (кінцевих) характеристик як мірила ефективності їхньої діяльності (прикладом таких критеріїв оцінювання є показники рентабельності);

– процесні показники – є базовими за порівняльного підходу до оцінювання функціонування підприємств. З цього підходу використовують цільові (структурні, функціональні, якісні) характеристики як мірило ефективності їхньої діяльності (прикладом таких критеріїв є показники збалансованості чи оптимальності).

Методи визначення ефективності діяльності підприємства об'єднують в такі групи [5]:

1. Методи трудового оцінювання ефективності – базуються на визначенні трудових еквівалентів усіх видів витрат підприємства на підготовку, виробництво та збут продукції. Концептуальною засадою такого типу методик є теорія відносної заміності економічних ресурсів.

2. Методи фінансового оцінювання ефективності – ґрунтуються на використанні як вимірників ефективності діяльності компанії окремих фінансових показників (платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості тощо). Основою такого типу досліджень є теза щодо відображення усіх аспектів діяльності компанії у її фінансових результатах, структурі капіталу.

3. Методи стратегічного оцінювання ефективності – основний акцент робиться на досягненні стратегічних цільових орієнтирів розвитку чи сприяння кожної конкретної операції досягненню стратегічних цілей компанії. Найповніше реалізується ця група методів у підходах стратегічного аналізу, що зумовлено необхідністю узгодження кількох ключових факторів ефективності з позицій спрямованості на стратегічні результати компанії.

4. Методи статистичного оцінювання ефективності – відображають технічний підхід до визначення ефективності на основі використання традиційних статистичних і математичних процедур до аналізу будь-яких економічних показників чи процесів.

5. Методи витратного оцінювання ефективності – головними показниками ефективності є абсолютна величина та структура витрат за будь-яким напрямом діяльності компанії. Найбільшого поширення вони набули у методиках управління витратами і обґрунтуванні інвестиційних проектів.

6. Методи неекономічного оцінювання ефективності – як ключові критерії використовуються характеристики подвійної природи (екологічність виробництва, соціалізація економічних процесів).

Формуючи систему показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання, доцільно дотримуватися певних принципів, а саме:

- забезпечення органічного взаємозв'язку критерію та системи конкретних показників ефективності діяльності;

- відображення ефективності використання всіх видів застосовуваних ресурсів;

- можливості застосування показників ефективності до управління різними ланками виробництва на підприємстві (діяльності в організації);

- виконання головними показниками стимулюючої функції в процесі використання наявних резервів зростання ефективності виробництва (діяльності).

Система показників ефективності виробництва (діяльності), що її побудовано на підставі зазначених принципів, має включати кілька груп: узагальнюючі показники ефективності виробництва (діяльності); показники ефективності використання праці (персоналу); показники ефективності використання основного та оборотного капіталу; показники ефективності використання фінансових коштів (оборотного капіталу та інвестицій). Кожна з цих груп включає певну кількість конкретних абсолютних чи відносних показників, що характеризують загальну ефективність господарювання або ефективність використання окремих видів ресурсів.

Отже, система показників, диференційована за видами ресурсів використовується відповідно до заздалегідь визначеної цілі вимірювання ефективності та способів використання результатів такого вимірювання. Існують дві постійні цілі: оцінювання та узагальнення ефективності діяльності виробничих підрозділів і функціональних служб з наступним визначенням пріоритетних напрямів мотивації та реальних механізмів впливу на позитивну динаміку діяльності в майбутньому; зіставлення рівнів ефективності господарювання, досягнутих даним підприємством та його конкурентами на ринку, щоб запобігти зниженню престижу й конкурентоспроможності у сфері бізнесу.

Література

1. Батракова Т.І. Сутність поняття «економічна ефективність» діяльності підприємства в ринкових умовах [Електронний ресурс] / Т.І. Батракова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2015. – Ч. 1, № 1 (69) . – С. 172-178. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.

2. Іванілов О.С. Економіка підприємства: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О.С. Іванілов. – [2-ге вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 727 с.

3. Ковальчук І.В. Економіка підприємства : навч. посіб. / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
4. Економіка підприємства: підручник / [Й.М. Петрович, А.Ф. Кіт, Г.М. Захарчин та ін.; за заг. ред. Й.М. Петровича]. – [2-ге вид., виправл.]. – Львів: "Магнолія 2006", 2007. – 580 с.
5. Економіка підприємства: підручник / [Г.О. Швиданенко, М.Г. Грещак, В.М. Колот та ін.; за заг. ред. Г.О. Швиданенко]. – [4-е вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.
6. Економіка підприємства: навч. посіб. / [А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; за ред. А.В. Шегди]. – К. : Знання-Прес, 2001. – 335 с.

Ковальова В.В., студентка
(науковий керівник - докт. екон. наук.,
професор Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПОКАЗНИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА І МЕТОДИКА ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

Оптимальне керування підприємством припускає досягнення заданої мети його розвитку з найбільшою при заданих умовах ефективністю.

При розгляді питання про економічну ефективність виробництва необхідно мати на увазі, що ефект і ефективність – це поняття, що не збігаються. Так, як ефект – це наслідок, результат тих чи інших заходів. Як би не важливий був ефект виробництва, його результат, сам по собі він недостатньо характеризує виробничу діяльність, оскільки не показує, ціною яких ресурсів отриманий. А економічну ефективність виробництва характеризує ставлення економічного ефекту до витрат, який зумовив цей ефект. Іншими словами можна сказати, що рівень економічної ефективності дає уявлення про те, ціною яких витрат досягнутий економічний ефект.

Розрізняють два види економічної ефективності підприємств: спосіб розподілу наявних ресурсів і спосіб використання ресурсів в кожній конкретній економічній діяльності. Економічна ефективність виробництва може бути визначена на різних рівнях: національному, галузевому, на підприємстві і внутрішньогосподарському підрозділі, на рівні виду діяльності всередині підприємства і окремих заходів.

Треба зазначити, що економічна ефективність виробництва в підприємствах формується під впливом багатьох різнобічних факторів, які діють не ізольовано, в чистому вигляді, а найтіснішим чином взаємодоповнює один одного. У добре налагодженій ринковій економіці випуск продукції здійснюється з найменшими можливими витратами, а її розподіл відбувається відповідно до вимог ринку – цьому сприяє конкуренція. Це обумовлено тим, що на ринку всі його суб'єкти діють розумно, і це визначає суть ринкової економіки.

Існують різні підходи до оцінки ефективності підприємства:

– ресурсний (зіставлення готової продукції з величиною витрачених факторів виробництва, виражений у категорії продуктивності. При цьому підході існує проблема порівняння віддачі різнорідних ресурсів);

- чистий грошовий потік (є одним з найважливіших показників фінансової ефективності);
- вільний грошовий потік (потік грошових коштів, представлений сумою маржинального доходу підприємства, очищеного від постійних витрат на її утримання);
- сучасний (ефективність бізнесу – це величина доходів, що генеруються бізнес-процесами підприємства, за вирахуванням витрат, необхідних для їх здійснення);

Економічна ефективність виробництва може бути виражена через її критерій і показники. При цьому важливо мати такий економічний показник, який давав би найбільш повну кількісну оцінку економічної діяльності підприємств.

З безлічі економічних показників на рівні підприємства найбільшою мірою цим вимогам відповідає показник рентабельності його діяльності. Разом з тим поглиблений і всебічний аналіз ефективності виробництва можливий тільки на основі використання системи показників. Тому основний або узагальнюючий показник доповнюють приватними.

Виділяють дві концепції визначення показників економічної ефективності виробництва – ресурсну і витратну. Ресурсна дозволяє оцінити ефективність використання всієї маси виробничих ресурсів, застосовуваних у відтворювальному процесі, а витратна – тільки спожитої в певному процесі частини цих ресурсів. Після визначення системи показників розробляють методику їх обчислення.

Дивлячись на те, що ефективність діяльності будь-якого підприємства оцінюється за допомогою системи абсолютних і відносних показників. За допомогою абсолютних показників можна проаналізувати динаміку різних показників прибутку (економічної, бухгалтерської, від продажів, чистої) за ряд років. Однак вони мають більше арифметичний характер, ніж економічний, оскільки не враховують інфляційні процеси. Відносні показники в цьому сенсі мають певні переваги, оскільки не схильні до інфляції.

Основними показниками економічної ефективності є:

1. Окупність витрат – є узагальнюючим показником.
2. Чиста продукція (валовий дохід) включає в себе чистий дохід і фонд оплати праці.
3. Прибуток – реалізована частина чистого доходу і один з найважливіших синтетичних показників ефективності діяльності підприємств бухгалтерських розрахунках. Економічний прибуток від реалізованих товарів і послуг являє собою різницю між загальним доходом підприємства (виручкою) і альтернативними (поставлений) витратами на всі ресурси, використані для виробництва даних товарів і послуг. Бухгалтерський прибуток який перевищує економічну на величину неявних витрат, оцінених як витрати втрачених можливостей. Іншими словами, бухгалтерський прибуток являє собою суму прибутку підприємства до вирахування витрат, пов'язаних з використанням власних ресурсів підприємства. Економісти зазвичай воліють використовувати економічний підхід, оскільки він важливий для прийняття рішень. Але в ряді випадків дати своєчасну і точну оцінку витрат втрачених можливостей важко.
4. Рентабельність – як правило, визначається по товарній продукції, однак може бути визначена і по валовій продукції.

5. Норма прибутку вважаються критерієм економічної ефективності діяльності підприємств. Однак при цьому слід пам'ятати, що прибуток у сільськогосподарських підприємствах є лише частиною чистої і валової продукції і, як усяка частина, не завжди відображає тенденцію зміни цілого.

Виникають значні труднощі в розрахунку та аналізі показників економічної ефективності пов'язані з визначенням загальної величини витрат у виробництві. Найбільш загальним показником витрат є сукупні витрати живої і матеріалізованої праці. Однак останні можна отримати лише складним розрахунковим шляхом.

6. У підприємствах формою вираження та обліку витрат виробництва є собівартість (індивідуальна ціна) – вона є одним з важливих показників ефективності виробництва.

7. Для більш правильної оцінки ефективності, поряд з продуктивністю живої праці, важливо оцінити, окупність оборотних коштів і матеріаломісткість.

У ринковій економіці виникають ситуації, коли чисто ринкові механізми виявляються «неспроможними». Зокрема, це пов'язано з так званими зовнішніми ефектами і витратами.

Як підсумок можна сказати, що розглянуті показники ефективності розкривають економічну сторону виробництва в цілому. Разом з тим необхідна оцінка ефективності використання окремих ресурсів (робочої сили, землі, матеріальних і фінансових ресурсів), які беруть участь у процесі виробництва повністю, а у витрати включаються лише частково. Звичайно саме об'єктивна оцінка ефективності діяльності підприємства має винятково велике значення, оскільки характеризує успішність менеджменту підприємства, формує його імідж, сприяє доступу на ринки капіталу і обґрунтовує доцільність інвестицій. У цих умовах уміння менеджменту оцінити потенціал підприємства та визначити шляхи його реалізації з максимальною ефективністю є головним завданням.

Література

1. Білявський В.А. Оцінювання ефективності соціальної діяльності торговельних підприємств // КНЕУ. – 2006. – №3.
2. Бусигін А. Підприємництво: Основний курс – М., 1997
3. Економіка підприємства (Том II) /За ред. проф. С.Ф. Покропівного, -Київ : «Видавництво «Хвиля-Прес»», – 1995
4. Економіка виробничого підприємства: Навчальний посібник / За ред. І. М. Петровича. — К.: Знання
5. Підприємницьке право: Навч. посібн. / Ніколаєва Л.В., Старцев О.В., Пальчук П.М., Іванченко Л.М. – Київ: Істина, 2001

Козакул М.С., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОТИВАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Постановка проблеми. На сьогодні, в умовах конкурентного ринку, основним та головним завданням сучасного підприємства є мотивація персоналу,

а також створення умов для її зацікавленості задля підвищення ефективності діяльності підприємства й розвитку соціального партнерства. Це доводить досвід передових економік світу, адже пріоритетна увага до персоналу є провідним чинником виробництва. Цей чинник вважається одним із основних резервів економічного зростання та конкурентоспроможності підприємства.

Актуальність цієї роботи визначається необхідністю вдосконалення мотиваційного механізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зарубіжні та вітчизняні учені-економісти, соціологи, демографи, правознавці та психологи здійснювали дослідження проблеми мотивації праці та використання трудових стимулів у сфері праці. Вагомий внесок у розробку проблеми мотивації праці зробили західні науковці – Дж.М. Кейнс, С.Л. Брю, А. Пігу, А. Маршал, К.Р. Макконнел, М.Х. Маскон та ін. Питання, що саме мотивує людей до продуктивної праці на користь підприємств, було розглянуто вченими у сфері економіки та психології, такими як О. Амоша, К. Бондарчук, А. Дороніна, А. Колот, В. Лук'яненко, С. Цимбалюк та ін.

Вивчення проблем мотивації має як теоретичне, так і безпосереднє практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність і якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи.

Основною метою даної статті є дослідження впливу мотивації персоналу на підвищення рівня продуктивності праці, аналіз існуючих методів мотивації та варіанти використання цих методів процесі організації механізму мотивації персоналу на підприємстві.

У цілому трудова діяльність членів суспільства піддається впливу різноманітних чинників, як внутрішнього так і зовнішнього характеру. Вітчизняна та світова практика знає безліч способів впливу на мотивацію конкретної людини, до того ж кількість їх постійно збільшується. Варто зауважити, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності не є сталими. Більше того, той самий чинник, який сьогодні мотивує конкретну людину до інтенсивної ефективної праці, завтра може сприяти зниженню мотиваційних настанов [3, 83]. Це ще один доказ принципової важливості вивчення потреб людини, її настанов, бажань, пріоритетів для розробки дійових заходів впливу на поведінку кожного працівника.

Мотивація й стимулювання є вирішальним фактором в управлінні персоналом. У широкому розумінні мотивацією є сукупність рушійних сил, що спонукають людину до виконання певних дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо чи несвідомо робити ті чи інші вчинки. Сильне захоплення працівників діяльністю організації викликає скорочення плинності кадрів, але не має виразного впливу на поліпшення ефективності праці. Мотивація є чинником ефективності праці, але надто висока мотивація особистості призводить до численних ускладнень в її функціонуванні. Тому потрібно оптимізувати процес мотивації. Звідси виникає об'єктивна необхідність створення науково-обґрунтованого механізму мотивації праці персоналу підприємств.

Механізмом реалізації кадрової політики є система планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних та соціальних заходів, спрямованих на вирішення кадрових проблем і задоволення потреб організації в персоналі.

Кадрова політика є складовою частиною стратегічно орієнтованої політики підприємства. Вона визначає характер взаємовідносин керівництва з його підлеглими, основні напрями, форми та методи роботи з персоналом. Кадрова політика спрямована на створення відповідального, сильного колективу, здатного своєчасно реагувати на постійно змінювані вимоги ринку з врахуванням стратегії розвитку підприємства. Кадрова політика включає такі елементи: тип влади в соціумі, стиль управління, філософія організації, правила внутрішнього розпорядку, колективний договір, статут організації, і через них реалізується.

Велике значення для мотивації має усвідомлення працівником справедливості отримуваної винагороди в порівнянні з витраченими зусиллями і принесеною організації користю, з одного боку, і зусиллями, принесеною користю і винагородою своїх колег – з іншого боку.

Таким чином, оптимізація системи мотивації праці персоналу може дати [5, с. 163]:

- підвищення результативності роботи працівників;
- оперативне досягнення цілей компанії;
- взаємозв'язок результативності роботи працівників з оплатою інематеріальним стимулюванням – тобто взаємозв'язок зусиль з результатом;
- прозорість системи винагороди;
- зниження плинності персоналу і подолання кадрового дефіциту;
- активізацію мотивації на досягнення значущих для компанії результатів і стратегічних цілей;
- збалансований бюджет для матеріального і не матеріального стимулювання;
- поліпшення психологічного клімату в колективі;
- підвищення лояльності співробітників;
- поліпшення командної роботи.

Мотивацію правомірно поділяти на матеріальну, трудову і статусну [4, 306].

Матеріальна мотивація – це прагнення достатку, певного рівня добробуту, певного матеріального стандарту життя. Матеріальні мотиви, безумовно, відіграють важливу роль у визначенні трудової поведінки працівників.

Однак це не означає, що нематеріальні мотиви і стимули є другорядними. Сучасна практика господарювання незаперечно свідчить, що роль нематеріальних мотивів і стимулів постійно зростає.

Проте, існує, також, і негативна мотивація, до якої іноді спричиняють проблеми соціально-психологічного характеру: взаємовідносини в колективі, психологічний клімат, що склався, часті конфліктні ситуації. Практика переконливо свідчить, що ефективніше усувати антистимули (негативні мотивування), ніж долати їх шкоду за допомогою позитивних мотивів [1, с.23-27].

Таким чином, розглядаючи основні теоретичні аспекти, вважаємо що грамотно побудована система мотивації дозволяє отримати максимальну віддачу від кожного працівника. Тобто, головною метою системи мотивації є формування таких стимулів та умов праці, за якими співробітники бажали працювати заради досягнення поставлених перед ними задач, внаслідок чого підвищиться ефективність діяльності підприємства. А відсутність у працівників бажання працювати, тобто мотивації, частіше за все призводить до деяких проблем, а саме: низький рівень продуктивності та якості праці, висока плинність кадрів, неможливість залучення необхідних спеціалістів. Необхідно формувати в кожного працівника почуття власника, залучати людей до праці згідно з їхніми

здібностями. Треба забезпечити такі умови, за яких працівник буде прагнути безперервно розвивати свої здібності та реалізувати їх на практиці.

Необхідно формувати в кожного працівника почуття власника, залучати людей до праці згідно з їхніми здібностями. Треба забезпечити такі умови, за яких працівник буде прагнути безперервно розвивати свої здібності та реалізувати їх на практиці.

До того ж, керівник повинен не наказувати своїм підлеглим, а спрямовувати їх зусилля, допомагати розкриттю їх здібностей, формувати навколо себе групу однодумців.

Література

1. Базылева М.Н. Мотивация труда: сущность, теории, модели: учеб. пособие / М.Н. Базылева. – Минск: БГЭУ, 2000. – 112 с.
2. Гляшенко А.Х. Историчний аспект мотивації праці // Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал – 2007. -№7 – С. 82-85.
3. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 340с.
4. Кредісов А.І., Панченко Е.Г. Менеджмент для керівників – К.: «Знання», КОО, 1999. – 556 с.
5. Пушкар З. Кадрове планування як елемент реалізації кадрової політики / З. Пушкар, Г. Мацькова //Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2010. – № 14- 15. – С. 193-198.

Коломієць І.В., студентка
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХНЬОГО ВИРІШЕННЯ

Діловий туризм – це один із найперспективніших напрямів сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Він є найбільш прибутковим і має величезне значення для економіки будь-якої країни. Сьогодні тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг. Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом. Діловий туризм - це поїздки співробітників компаній з діловими цілями, або організація корпоративних заходів. Діловий туризм включає власне ділові поїздки бізнесменів і підприємців, конгресово-виставковий та інсентив-туризм, проведення подієвих заходів.

Проблемам розвитку ділового туризму в Україні й світі присвятили свої праці такі вчені, як: С.І. Нікітенко, М.П. Мальська, В.К. Федорченко, В.А. Квартальнов, А.Ю. Александрова, С.П. Кузик, М. Гасієв та ін. Водночас фундаментальні дослідження з проблем розвитку ділового туризму в Україні не здійснювалися. Проблеми розвитку туристичної сфери України, економічні

засади Здійснення туристичної діяльності, державне регулювання туристичної галузі були предметом наукових пошуків Безнесюка В.А., Агафонової Л.Г., Агафонової О. Є, Балабанова І. Т, Балабанова А.І., Роїної О.М. та ін.

Мета статті – проаналізувати сучасний стан та висвітлити основні проблеми розвитку бізнес-туризму в Україні як найбільш перспективного та пріоритетного виду туризму; запропонувати шляхи їхнього вирішення з метою перетворення ділового туризму у високоприбуткову галузь вітчизняної економіки.

Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії. На діловий туризм уже припадає \$399 млрд. з \$6,5 трлн. загальносвітового обороту туристичної галузі. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться вп'ятеро – з \$399 млрд. до \$2 трлн., а кількість ділових поїздок потроїться – з 564 млн. заходів до 1,6 млрд.

Відсутність єдиної думки про структуру ділового туризму перешкоджає виробці пропозицій щодо розвитку цього сегмента споживачів готельних послуг, що обумовило необхідність розробки класифікації ділового туризму. Розроблена класифікація ділового туризму включає п'ять компонентів: політичну, наукову, комерційну, професійну та суспільну.

До основних цілей здійснення ділових подорожей відноситься:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- проведення нарад з керівництвом і колегами, представників філій і дочірніх структур;
- інспекція роботи представництв і філій;
- встановлення і налагодження ділових контактів;
- відвідини професійних заходів (виставок, конференцій і т. ін.);
- навчання співробітників;
- звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів і т. ін..

Організація ділових поїздок – дуже складна справа. Проте, вже чимало українських фірм займаються цим бізнесом. Зростає їхній професіоналізм, напрацьовується досвід. Цей факт разом зі зростанням міжнародних контактів вітчизняних бізнесменів дає надію на повноцінний розвиток ділового туризму вже в недалекому майбутньому.

Більшість ділових заходів відбуваються в готелях, здатних комфортно розмістити учасників. Подібні готельні підприємства відрізняються від традиційних готелів. Багато готельних підприємств, що функціонують сьогодні, не маючи категорію 4*, 5*, все ж мають спеціалізовані приміщення для ділових заходів. Особливі вимоги ставляться до обладнання конференц-залів. На базі аналізу досвіду світових готелів складено приблизний перелік обладнання сучасного конференц-залу.

Діловий туризм в Україні має розвиватися на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і творчу активність. Головними тут для країни, що приймає, є приязне ставлення

бізнес-туристів до України і бажання відвідати її ще раз. На жаль, нинішні умови ділового туризму в Україні такого бажання в багатьох випадках не викликають.

Входження нашої держави до дедалі більшої кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

Сучасний український готель повинен об'єднувати в собі можливості інфраструктури бізнес-центру, центру дозвілля, а також підприємств торгівлі та сфери послуг. Зразковий перелік послуг для ділових туристів включає і телекомунікаційні послуги, тобто можливість отримання та передачі інформації, спілкування і хорошу технічну оснащеність місця тимчасового мешкання. Технічні рішення надання телекомунікаційних послуг повинні враховувати всі найновітніші та популярні способи обміну інформацією.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 185 с.
2. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с.
3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
4. Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К.: Логос, 1999. – 76с.
5. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. – Том 52. Вип. 39. - С.139-143.

Коломієць Ю., студентка
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВПЛИВ РОЗЛУЧЕННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПРАЦІВНИКА

Актуальною проблемою сьогодення українського суспільства є численність розлучень. Важливість даного питання полягає в тому, що розлучення негативно впливають як на окрему сім'ю, так і на все суспільство загалом, а тому слід вжити заходів для негайного його вирішення. Всім відомий вислів: «Міцна сім'я – непохитна держава». Ніхто не заперечить той факт, що кількість розлучень в Україні порівняно з 90-ми роками минулого століття зросла майже удвічі.

Спочатку варто зазначити, що в останнє десятиліття дуже змінилися функції родини, а саме економічні. Це проявляється у тому, що у сучасних сім'ях відсутній чіткий розподіл ролей за статевою ознакою. І чоловік, і дружина працюють, що робить їх більш незалежними одне від одного. Разом з тим, сьогодні поняття «сім'я» трактується дещо інакше, ніж то було ще два десятиліття назад. Суспільство втратило морально-етичні основи сім'ї та поняття святості

подружніх стосунків. Звісно, причини набагато глибші, але негативним є те, що люди, котрі вступають у шлюб, досить часто не розуміють сутність сім'ї, психологічно не готові до серйозних довготривалих відносин, не готові обмежувати власну волю і підкорятися комусь іншому. За оцінкою фахівців зараз розпадається кожний другий шлюб [1].

Оскільки дана проблема хоч і є актуальною, але до кінця не вивчена. Науковцями вирізняється таке поняття як розлучення (розірвання шлюбу) – розірвання подружнього зв'язку між чоловіком і жінкою за тих чи інших обставин. Слід відрізнити від визнання шлюбу недійсним (тобто таким, що від початку не мав законної сили, підстав, таким що був складений з порушенням норм закону) [2].

Однією з причин розлучень молодих сімей є неготовність до шлюбу. Часто такі пари приймають рішення одружитися в любовної ейфорії. А про те, що таке сімейне життя, вони поняття не мають. Результатом такого шлюбу будуть нескінченні сварки, небажання слухати і чути один одного, йти на поступки, жертвувати чим-небудь, щоб зберегти шлюб.

Інший, не менш рідкісною причиною розлучення, є згубні пристрасті одного з подружжя. Алкоголізм, наркоманія, ігрова залежність – все це робить спільне сімейне життя нестерпним.

Серед причин розпаду сім'ї часто називають подружню невірність. Зраду можна зрозуміти, пояснити, але ось пробачити дуже складно. Багато хто просто не бажає миритися з подібним ставленням партнера і подають на розлучення.

Досить часто причиною розлучення служать матеріальні труднощі. Як правило, відповідальність за нестачу грошей у родині покладають на чоловіка. У результаті дружина звинувачує свого чоловіка, дорікаючи його в невмінні або небажанні заробляти. Відносини, червоточиною яких є матеріальні блага, недовговічні.

Відома відмовка про причини розлучення сімейної пари – не зійшлися характерами – має під собою цілком реальне підґрунтя. Людям важко ужитися один з одним, вся сімейне життя полягає в тому, що чоловік і жінка вчаться співіснувати разом, поважаючи права і бажання партнера. Якщо подружжя різні за темпераментом, у них принципово різні погляди на питання організації побуту, виховання дітей і т. д., їм складно знайти компроміс для підтримки тривалих, гармонійних відносин.

Також причиною розлучення може стати сексуальна незадоволеність або проблеми зі здоров'ям, зокрема, з репродуктивним. Часто замість того, щоб звернутися до фахівця з вирішення проблем, пара приймає рішення розлучитися [3].

Виходячи з зазначеного вирізняють такі основні причини розлучення (Рис. 1).

З тих пір, як існує психологічна наука, прийнято вважати, що розпад благополучної сім'ї, що існувала п'ять-сім-десять років, – це серйозна психічна травма перш за все для жінки. Розрив тривалої емоційної прихильності тягне за собою гостре кризовий стан, який потім переходить в хронічну пригніченість. Після розпаду успішного подружнього союзу жінка практично вже не повертається до колишнього рівня душевного здоров'я.

Кожна восьма розведена здійснює суїцидальну спробу, кожна четверта звертається за психотерапевтичною допомогою. Більше половини переживають виражену депресію, що вимагає лікування. У перший рік після розставання жінки приймають половину всіх продаваних у цивілізованих країнах антидепресантів.

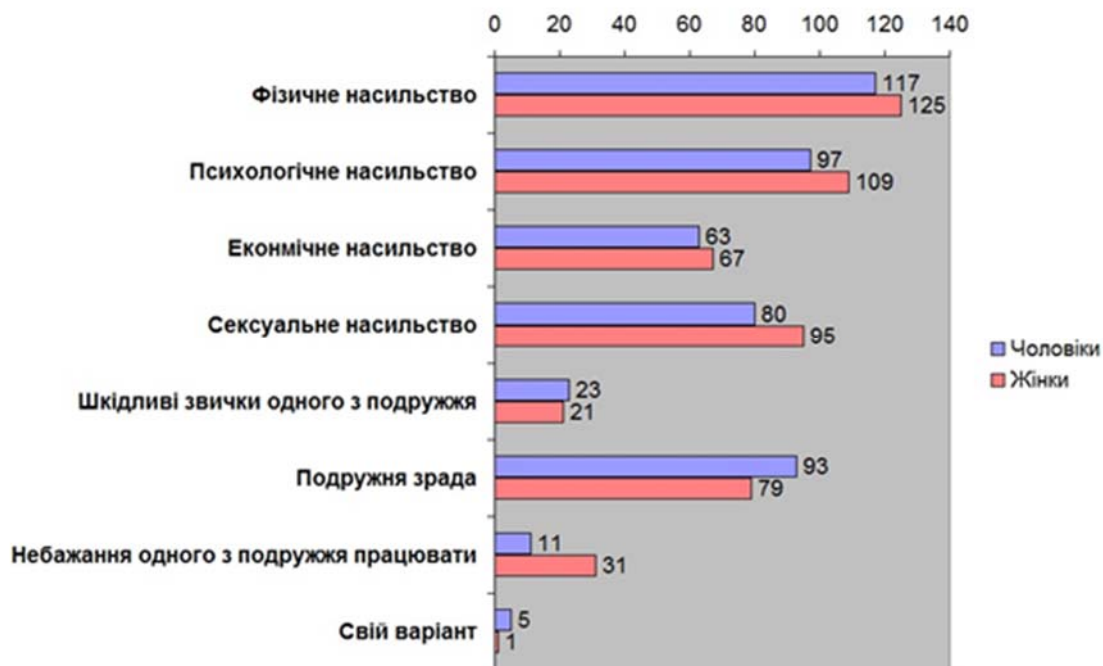


Рис. 1. Основні причини розлучень

Джерело: [3]

А от чоловіки розрив тривалої емоційної прихильності переживають набагато легше. Адже у них є позитивний досвід такого розриву. Ми маємо на увазі відділення від матері і перехід у так звану «чоловічу субкультуру», який відбувається в період між 5-м і 7-м роками дитячого життя.

Дійсно, безпосередньо після розлучення ми не спостерігаємо у них ні вираженої депресії, ні нав'язливих спогадів про минуле сімейного життя, ні відчуття провини, ні страху перед майбутнім. "Легкість" переходу від подружніх уз до зовсім іншого способу життя завжди вражає і навіть шокує колишніх дружин.

Як складається подальша доля розлучених чоловіків "очима" психологічної статистики? 65% з них повторно одружуються протягом найближчих п'яти років, при цьому переважна більшість про розлучення не шкодують, але переконані, що перша дружина була краща. Ще 15% одружуються в період від 5 до 10 років після розлучення.

Найбільший інтерес для психотерапевтів представляють ті що залишилися 20%, які створюють нову сім'ю або постійну пару тільки через двадцять і більше років і тим самим проводять без постійної прихильності найкращі 20 років свого життя - приблизно з 27 до 47 років. Ця група чоловіків - укупі з тими, хто спочатку не створював сім'ю, – прирікає на самотність 30% цілком гідних представниць прекрасної статі.

В останні десять років розлучені чоловіки стали набагато частіше звертатися за допомогою до психологів і психотерапевтів. Сьогодні вони складають до 30% клієнтів практикуючого фахівця, причому в половині випадків їх приводять на прийом колишні дружини [5].

За останні 5-ть років в Україні в основному кількість розлучених пар має спадний характер (Рис.3). На 295 тисяч укладених шлюбів в Україні припадає 130,7 тисячі розлучень. Тобто розлучаються 44,3% подружніх пар. А якщо взяти

до уваги цивільні шлюби, які також розпадаються, то рівень розлучень в Україні, за даними фахівців, сягає 61% [4].



Рис.3. Динаміка кількості розлучених в Україні з 2012 по 2016 р.р.
Джерело: побудовано за даними: [4]

Тобто, розпадається більш як половина пар! Це найвищий показник у Європі, за даними Євростату. Пік розлучень, кажуть соціологи, припадає на перші роки подружнього життя – від 3-х місяців до півтора року. Основною причиною розлучення в Україні називають алкоголізм, вимушену розлуку та нестатки. За статистикою, 62% розлучень припадає на молоді сім'ї – пік припадає на період від 3-х місяців до 1,5 року сімейного життя. За моїми багаторічними спостереженнями, головна причина розпаду сімей – у неготовності людей будувати стосунки. Річ у тім, що протягом першого року подружнього життя молодята переживають першу сімейну кризу. А з народженням дитини виникає друга криза, що також парадоксально - здавалося б, дитина має зміцнити сім'ю, а часто буває якраз навпаки. Перерозподіл ролей, зменшення сексуальної активності, поява ще одного члена родини – таке витримують не всі.

Література

1. Шнейдер, Л.Б. Психологія сім'ї і сімейних відносин / Л.Б. Шнейдер. – М., 2000.
2. Шнейдер, Л.Б. Сімейна психологія: навчальний посібник для вузів / Л.Б. Шнейдер. – Вид. 3 – тобто – М. [и др.]: Академічний Проспект [и др.], 2007.
3. Карабанова, О.А. Психологія сімейних відносин та основи сімейного консультування: навчальний посібник для вузів / О.А. Карабанова. – М. : Гардаріки, 2007.
4. Державна служба статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentu5.com/index.php?work=1070>

ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ І БЕЗРОБІТТЯ

Однією з соціально-економічних проблем в умовах ринкової трансформації економіки України є формування національного ринку праці. Перехід від командно-адміністративної системи до ринкової супроводжується зростанням рівня та тривалості безробіття, розвитком вимушеної неповної та неформальної зайнятості, нелегальної трудової міграції тощо.

В Україні існують величезні можливості для підвищення рівня зайнятості – розвиток приватного підприємництва, малого бізнесу, сфери послуг, фермерства, всієї ринкової інфраструктури.

Головною умовою формування та ефективного функціонування національного ринку праці є пришвидшення економічних реформ в Україні. Ефективна структурна перебудова національної економіки через реструктуризацію збиткових підприємств, відмову від практики м'яких бюджетних обмежень, реальне застосування інституту банкрутства дала б змогу підвищувати мобільність робочої сили, продуктивність праці та заробітну плату. Ці заходи в поєднанні з розвитком перспективних галузей економіки, малого та середнього бізнесу сприяли б зменшенню прихованого безробіття, працевлаштуванню вивільненої надлишкової робочої сили на новостворених робочих місцях зі стабільною виплатою заробітної плати. Такі заходи не допускали б надмірного зростання безробіття і не індукували б застійного безробіття.

Зайнятість – це трудова діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, що не суперечить законодавству і, як правило, приносить заробіток (трудоий дохід) [1].

Стан зайнятості є одним з основних індикаторів національної економіки. В ньому відображається те, як в суспільстві використовуються ресурси праці, а відповідно і можливості економічного росту. Основними параметрами, що характеризують стан зайнятості, становище на ринку праці можна назвати: економічно активне населення (робоча сила); економічно неактивне населення (не входить в склад робочої сили).

В Україні домінує тип зайнятості, що відповідає технологічному способу виробництва, який ґрунтується на ручній та механізованій праці. Це переважання промисловості і сільськогосподарської трудової діяльності з широким застосуванням простої фізичної праці (близько 40% загальної чисельності працюючих) [2].

Чисельність зайнятого населення у віці 15-70 років у I півріччі 2017 року становила 16,1 млн. осіб (у I півріччі 2016 року – 16,2 млн. осіб). Рівень зайнятості становив 56,0% (у I півріччі 2016 року – 56,2%). Зокрема, у міських поселеннях 56,9%, у сільській місцевості – 54,0%. Рівень зайнятості серед чоловіків був вище ніж серед жінок, відповідно 61,1% та 51,4%. Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (61,6%), Харківській (60,5%), Київській (58,3%) та

Дніпропетровській (57,9%) областях, а найнижчий – у Волинській (48,8%), Донецькій (49,5%) та Тернопільській (50,8%) областях [3].

Чисельність безробітних становила 1,7 млн. осіб, зокрема, у містах – 1,1 млн. осіб та 0,6 млн. осіб – у сільській місцевості; чоловіків 1,1 млн. осіб та 0,6 млн. жінок. Рівень безробіття (за методологією МОП) становив 9,6% економічно активного населення (у I півріччі 2016 року – 9,4%). Залишається високий рівень безробіття серед молоді віком 15-24 років – 17,8% (у I півріччі 2016 року він становив 23,1%) [3].

Зазначимо, що у середньому по країнах ЄС рівень безробіття становив 7,6%, зокрема серед молоді віком 15-24 років – 16,9%. Серед міських мешканців рівень безробіття становив 9,2%, серед сільських мешканців – 10,4%. Серед чоловіків цей показник становив 11,3%, а серед жінок – 7,7%. Найнижчий рівень безробіття спостерігався у Харківській (6,1%), Київській (6,4%), Одеській (7,1%) областях та місті Києві – (7,0%), а найвищий – у Полтавській (12,0%), Кіровоградській (12,2%), Тернопільській (12,3%), Волинській (12,7%), Донецькій (14,5%) та Луганській (16,6%) областях. Кількість економічно неактивного населення у I півріччі 2017 року становила 11,0 млн осіб, а серед населення працездатного віку – 6,9 млн. осіб [3].

Отже, завданням сучасного етапу в сфері регулювання зайнятості є перехід до активної політики на ринку праці, яка, на жаль, не здійснюється зараз. В основу має бути покладена модель управління, центральними елементами якої є основні регулятори ринкової організації праці: заробітна плата як ціна послуг праці, конкуренція на ринку праці, трудова мобільність, рівень безробіття. Саме за цими параметрами здійснюється, з одного боку, саморегулювання на ринку праці, а з іншого – відбувається втручання держави, яка реалізує координуючу, стимулюючу чи обмежуючу роль у процесі управління. Пріоритетними напрямками реформування українського ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва.

Література

1. Економіка праці та соціально-трудова відносини: Підручник. – 5-те вид., оновлене. Затверджено МОН / Грішнова О.А. – К., 2011. – 280с.
2. Машика Ю.В. Стан та проблеми безробіття в Україні [Електронний ресурс] / Ю.В. Машика, О.І. Бобруйко // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С.56-58. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есpros_2013_74_15
3. Сайт Державної служби зайнятості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/statdatacatalog/document?id=401365>

Купець Є., студент
(науковий керівник - канд. екон. наук,
доцент Глевацька Н.М.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО СЕКТОРА В УКРАЇНІ

Житлово-комунальне господарство представляє собою багатогалузевий комплекс, який починається з житла, теплопостачанням, водопостачанням, водовідведенням, благоустроєм, доріг і мостів і закінчується ритуальними послугами.

Сьогодні українське суспільство недостатньо розуміє реальність зв'язків між компонентами, складниками комунальної сфери. Переоцінюється і неправильно подається питання плати за послуги, відбувається поверхове уявлення, згідно з яким не розділяються поняття ціни за споживання, тарифів на комунальні послуги та витрат родин. Водночас, відсутнє усвідомлення того, що підвищення тарифів вплине на раціоналізацію споживання, і не обов'язково негативно позначиться на доходах родин, якщо враховувати, що Україна рухається до стандартів життя і зайнятості, які є нормою серед розвинутих європейських країн. Крім всього зазначеного, існує неправильне уявлення про зв'язок якості комунальних послуг з оплатою за них, недооцінюється інфраструктурна компонента як базова у сфері комунальних послуг.

В результаті приховується реальна проблема погіршення матеріально-технічного стану комунального сектора, яке накопичується роками.

Головними проблемами житлово-комунальної галузі є застарілість обладнання, неефективність керівництва, невміння вчасно попереджати проблеми та несистемний підхід до їх вирішення. Дві третини житла України побудовано до 70-х років минулого століття. Понад третину житлових будинків потребують капітального ремонту. Більше третини котлів, що забезпечують теплом багатоквартирні будинки, є застарілими і енергоємними. Газ, що сьогодні дістається Україні нелегкою ціною, вилітає в повітря. Комунальна інфраструктура зношена більш ніж на 60 %. П'ята частина теплових мереж перебуває в аварійному стані. Не дивно, що за останні 10 років кількість аварій зросла майже у 5 разів.

Житлово-комунальна сфера працює за найгіршими зразками радянських часів її не торкнулися ринкові перетворення. В результаті утворилося замкнуте галузеве коло: фінансові проблеми зниження конкурентоспроможності низька якість обслуговування зниження доходу надлишкові витрати через: теплові втрати, низький ККД, надмірну потужність неплатежі неефективне управління відсутня або недостатньо продумана політика в області теплопостачання, слабка нормативно-правова система – відсутність уваги до споживача монополія зростання тарифів тарифи нижчі за рівень витрат нестача контрольного і вимірювального обладнання неефективне управління

Проблеми постачальників комунальних послуг можуть бути згруповані в три категорії – інституційні, економічні та технічні проблеми.

Через вище окреслені проблеми споживачі наразі не можуть контролювати обсяг і якість комунальних послуг, що надаються, вибирати ціну і навіть відмовитися від таких послуг; незрозуміло, що саме є спожитим продуктом: ресурси щодо яких розраховуються нормативи споживання, чи параметри комфорту, за якими оцінюється сам факт надання або відсутності послуги і якість роботи підприємства ЖКГ.

Житлово-комунальна система споживає кошти, енергію, ресурси, але не надає якісні послуги. Потрібні не «точкові» ремонти, а негайне системне реформування. Необхідно ліквідувати монополії в комунальному секторі.

Реформування житлово-комунальної галузі потрібно здійснювати за чотирма напрямками.

1. Вдосконалення нормативно-правової бази. Сучасне законодавство створює ряд проблем і перешкод і невизначеностей у житлово-комунальному секторі.

2. Вдосконалення системи управління в галузі з урахуванням ринкових відносин. Регулювання житлово-комунальних послуг здійснюється таким чином:

Виходом з кризи стосовно природних монополій може бути передача в оренду, концесію, управління монополій, а також створення комунальних підприємств, регіональних компаній тощо.

3. Фінансова стабілізація галузі. Що стосується третього напрямку реформування ЖКГ, то тут колапс. Тарифи не покривають витрат і не відповідають собівартості, населення погано сплачує за житлово-комунальні послуги, адже ці послуги не відповідають тарифам.

Прозорість формування цих тарифів допоможе людям побачити, що оплачувані ними послуги економічно обґрунтовані. І вони перестануть «купуватися» на обіцянки політиків, які обіцяють знизити ціни на житло, воду, тепло й газ, оскільки розумітимуть, що це нереально.

4. Технічне переоснащення ЖКГ. Без фінансового забезпечення не можливо провести технічне переоснащення, утім, як не можливо цього зробити цього без інвестицій. Підвищення спроможності підприємств ЖКГ можливе лише завдяки технічному переоснащенню. Адже сьогодні втрати води становлять 30-40, а то й більше відсотків, ККД котельного парку – 82%.

Невдачі реформування ЖКГ упродовж останніх десяти років у тому й полягають, що на цьому ринку не був сформований і підготовлений покупець. Це стало причиною того, що ЖКГ не вдалося перетворитися на ринковий сектор економіки. Потрібно не просто змінити пропорції навантаження з оплати послуг між населенням і бюджетом, а й перетворити споживача на покупця, наділеного ринковими правами.

Левченко А.П., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Сьогодні проблеми ринку праці є досить актуальними і потребують доцільного вивчення. Проаналізувавши літературні джерела з економічної

літератури, ринок праці – це система економічних відносин, пов'язаних з формуванням і реалізацією попиту та пропозиції робочої сили; це – економічний простір, сфера працевлаштування, в якій взаємодіють покупці і продавці праці; це – механізм, що забезпечує узгодження ціни і умов праці між роботодавцями та найманими працівниками. Загалом, ринок праці – це сукупність соціально-трудова відносин між покупцями і продавцями з приводу умов найму і використання робочої сили. Ринок праці також як інші типи ринку має ресурсний і товарний характер, але має і особливості. По-перше, він породжує багато економічних і соціальних проблем (бідність, безробіття, інфляція, мітинги, страйки тощо), які в змозі вирішити лише держава; по-друге, відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу купівлі-продажу товару «праця» безперервні; по-третє, особливим є товар «праця», тому що носієм його є людина з усіма своїми правами, обов'язками, які охороняє закон і роботодавець повинен їх враховувати. Вчетверте, ринок праці охоплює не лише сферу обміну, а й сферу розподілу та виробництва робочої сили [3].

Ринок праці як і будь-який інший ринок залежить від того яка склалася ситуація у зовнішньому середовищі. Важливим фактором впливу на нього стала світова економічна криза. Проте, не лише вона є причиною сучасного стану ринку праці, а й не вирішені внутрішньодержавні проблеми, що мають місце в економіці нашої держави:

1. Недостовірність та приховування інформації про істинний стан ринку праці і про його перспективні можливості.
2. Відсутність відповідного рівня зайнятості виробничій динаміці.
3. Низька продуктивність праці, що призводить до невідповідності рівня оплати праці.

Наразі в Україні продуктивність української робочої сили на 40% нижча ніж у країнах Центральної та Східної Європи. Нинішні проблеми заробітної плати постійно перебувають у полі зору уряду. Намагаючись вирішити дану проблему, особливо щодо малозабезпечених верст населення, уряд підвищує мінімальну заробітну плату, збільшує тарифні ставки та посадові оклади низькооплачуваним категоріям персоналу. Автоматично підвищення зарплат відбувається й в інших працівників, що призводить до ряду негативних наслідків: в бюджетній сфері – зменшуються премії, знімаються доплати, працівників відправляють у неоплачувані відпустки, переводять на скорочений робочий тиждень, проводять скорочення; приватний сектор – зменшуючи прибутки здійснює менше відрахувань до бюджету, затримує виплату зарплат. Також серед ряду причин зниження реальної зарплати в українському суспільстві є те, що кожний 13-й працюючий в Україні досяг пенсійного віку, їх продуктивність праці є низькою.

4. Ще однією проблемою України є нерівномірний розподіл трудових ресурсів по території держави – основна концентрація характерна для східних регіонів (понад третина від працюючого населення країни); найбільший міграційний приріст характерний для м. Києва; найбільший вплив робочої сили відбувається із Чернівецької, Івано-Франківської, Черкаської та Київської областей; надлишок робочої сили характерний для Дніпропетровської, Донецької та Харківської областей; тривале безробіття охопило Житомирську, Івано-Франківську, Рівненську, Тернопільську області.

5. Українські вчені визначають найважливішою проблемою ринку праці – деформацію в галузевій структурі та професійно-кваліфікаційному складі. Причиною низького рівня кваліфікації можна назвати матеріальну мотивацію, обмежену можливість трудовлаштування, відсутність гарантії стабільності виробничої діяльності за фахом, невідповідність структури професійної освіти перспективним потребам ринку праці за кваліфікаційним рівнем та професійною структурою. Відповідно виникає кадровий дефіцит для тих виробництв, які дозволили собі застосування техніко-технологічних новацій [1].

В Україні за останній рік зросла кількість вакансій для молодих спеціалістів. За результатами досліджень Міжнародного кадрового порталу hh.ua продовжує знижуватись кількість вакансій для високооплачуваних ТОП-менеджерів, і навпаки – попит на недосвідчених працівників росте. Це реакція на загальну економічну ситуацію, пояснюють аналітики. Мовляв, бізнес усіляко намагається оптимізувати витрати, а відтак економить на кваліфікації працівників.

Цікаво, що одна з останніх тенденцій ринку праці – помітне зниження вимог до досвіду спеціалістів. «Якщо раніше основна група вакансій була з поміткою «3-6 років», то у 2015 році значно зросла кількість пропозицій для тих, хто пропрацював всього 1-3 роки. Відповідно група вакансій «3-6 років» поповнилася за рахунок вакансій, у вимогах до яких раніше вказувався досвід роботи більше шести років», – сказано в дослідженні. Найбільше шансів знайти роботу у тих, кому вона потрібна постійно і на повний робочий день. Волонтерство, гнучкий графік, тимчасова або дистанційна робота протягом 2015-го залишалися майже недоступними для українських працівників, що негативно вплинуло на рівень зайнятості населення, який має тенденцію до зменшення [2].

З вище сказаного можна зробити висновок, що ситуація на ринку праці в Україні за останній час покращилась. Але ця тенденція пов'язана в першу чергу з тим, що самі підприємства хочуть зекономити на дешевій робочій силі молодих фахівців. Це підтверджують слова Радіона Колишко, директора департаменту розвитку трудового потенціалу Федерації роботодавців України: «В Україні не перший рік спостерігається тенденція до «помолодження» робочої сили. Тобто роботодавці намагаються більше брати молодих працівників. І це вже рішення підприємця, кого він хоче: дешеву робочу силу чи досвідчену». Збоку держави ж регулювання як такого на ринку праці України майже не має.

З метою покращення ситуації на ринку праці на загальнодержавному рівні доцільно оптимізувати нормативно-правове регулювання, здійснювати стратегічне планування, контроль та нагляд за здійснення органами виконавчої влади повноважень а також встановлювати:

- професійні стандарти;
- мінімальний та максимальний розмір допомоги з безробіття;
- квоти на залучення та використання іноземної робочої сили;
- перелік пріоритетних професій.

Органам місцевої влади та місцевого самоврядування слід постійно здійснювати:

- моніторинг ситуації на ринку праці;
- регулювання розподілу трудових ресурсів, розробку та реалізацію програм підвищення територіальної мобільності робочої сили, регулювання залучення та використання іноземної робочої сили;

– розробку та реалізацію програм з інформування населення щодо ситуації на ринку праці, професійної орієнтації молоді, здійснення проектів, що спрямовані на популяризацію робітничих професій.

Література

1. Білоусова Н. // Газета «День». – 2016. – № 6 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/tema-dnya-ekonomika/barometr-rinku-praci-2015-roku>
2. Персонал дорогой и сердитый: мат. II Міжнар. конф. «Корпоративна соціальна відповідальність: Цивілізована економіка, цивілізоване суспільство»; Київ, 18 квітня 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.csr-conference.org.ua/parts/news/Personal_dorogoi_i_serditiy.html
3. Шевченко Л.С. Ринок праці: сучасний економіко-теоретичний аналіз: монографія / Л.С. Шевченко. – Х. : ФОП Н. М. Вапнярчук, 2007. – 336 с.

Липова Д., студентка
(науковий керівник - канд. екон. наук,
доцент Сисоліна Н.П)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Механізм дії ринкових відносин не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує як підприємства, так і країни постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів.

Дослідженням проблеми конкурентоспроможності підприємства займалися і займаються вчені-економісти різних країн такі як: А. Сміт, А. Курно, Д. Рікардо Л. Балабанова, І. Должанський, С. Шевельова та ін. Деякі вчені розглядають конкуренцію як процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення своїх потреб у рамках законодавства.

На думку Мазаракі А.А., можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для виживання в умовах ринку суб'єкти господарювання повинні вміти перемагати конкурентів. Здатність досягати економічних, організаційних чи технічних переваг означає досягнення суб'єктами господарювання конкурентоспроможності на ринку. Українські вчені І. Должанський та Т. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Цікавою є думка С. Шевельової, яка вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність підтримувати стійкі позиції на ринку, функціонувати прибутково, бути привабливим для інвесторів, заслужити добрий імідж серед споживачів та різноманітних суб'єктів господарювання.

Узагальнюючи погляди вчених-економістів, конкурентоспроможність підприємства визначається такими параметрами:

- здатність підприємства ефективно функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- спроможність продукції даного підприємства конкурувати на ринку з аналогічною продукцією;
- отримання підприємством конкурентних переваг на основі продукції відповідної якості;
- ефективне використання технологій, ресурсів, методів управління, навичок і знань персоналу, компонентів маркетингової діяльності, які відображаються в якості та конкурентоспроможності продукції, прибутковості підприємства.

Для більш точного розуміння стану конкурентоспроможності економіки України, звернемось до досліджень Міжнародного інституту управлінського розвитку. На жаль, Україна опустилася в рейтингу конкурентоспроможних економік. Так, в 2016 р. Україна займала 59 сходинку (зараз 60 сходинку). У 2017р. цю позицію зайняла Хорватія, а 61-ю - Бразилія. Перше місце рейтингу зайняв адміністративний район Китаю – Гонконг. Друге місце – Швейцарія, а за нею йде Сінгапур. Далі за рейтингом йдуть США, Нідерланди, Ірландія, Данія, Люксембург, Швеція. Замикають першу десятку Арабські емірати. Інформується, що кожна держава в дослідженні оцінюється на основі аналізу 333 критеріїв за чотирма основними показниками ключових аспектів економічного життя країни: стан економіки, ефективність уряду, стан ділового середовища, стан інфраструктури.

У сучасних умовах господарювання, для забезпечення здорової конкуренції необхідно визначити межі ринку.

Боротьба з монополіями та забезпечення умов для здорової конкуренції все більше стають міжнародним завданням, виходячи на міжнаціональний рівень. При цьому саме межі ринку формують правила економічної поведінки більшості компаній в сучасному фінансовому та товарному світі. Конкуренція як змагання не існує сама по собі. Вона відбувається в чітко окреслених межах обігу товарів (робіт, послуг) – товарних, територіальних і тимчасових. Ці кордони і утворюють різні ринки, дослідженням яких займаються конкурентні відомства багатьох країн.

Визначення меж ринку – не самоціль антимонопольного контролю. Найбільш точне тому пояснення, на мою думку, міститься в Повідомленні Комісії (ЄС) про визначення відповідного ринку для цілей конкурентного законодавства співтовариства. У документі вказується, що головне завдання визначення ринку - встановити фактори, які стримують конкуренцію. Коли таких факторів не багато, то конкурентний тиск з боку ринкових сил робить просто економічно не вигідними заборонені комерційні практики - власне зловживання домінуючим становищем або картельну змову тих чи інших учасників ринку. Необхідність визначати межі ринку при антимонопольних розслідуваннях в Євросоюзі базується на численній судовій практиці. А вона, в свою чергу, підтверджує важливість максимально

конкретних висновків і визначень – оскільки будь-яка неточність може призвести до помилкових висновків про наявність порушення.

У вітчизняному правовому полі порядок визначення Антимонопольним комітетом України (АМКУ) меж ринку і становище суб'єктів господарювання на ньому регулюється одним-єдиним документом. А саме – Методикою визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, що за загальним змістом майже близька до аналогічних документів провідних західних країн. Її АМКУ затвердив ще в 2002 р., і з моменту реєстрації в Міністерстві юстиції її редакція не змінювалася.

Проте АМКУ необхідно якомога швидше впровадити на нормативному рівні економічні інструменти аналізу ринків. Таку необхідність диктують вимоги щодо зближення українського конкурентного законодавства з європейським. В результаті практика застосування конкурентного законодавства в Україні вийде на якісно новий рівень.

Лукашина О.С., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА МАТЕРІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Кожне виробниче підприємство стикається у своїй діяльності з потребою отримання матеріальних ресурсів. При цьому практично неможливо уникнути додаткових витрат, окрім коштів, сплачених постачальникам, за вирахуванням непрямих податків (зокрема, податку на додану вартість), при надходженні запасів на місце, де їх безпосередньо використовуватимуть.

До цих витрат, які називають витратами на матеріальне забезпечення виробництва, належать: суми ввізного мита; суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, що не відшкодовують підприємству; транспортно-заготівельні витрати, витрати на лабораторні, навантажувально-розвантажувальні та складувальні роботи; націнки, що сплачують постачальницьким організаціям; витрати на утримання спеціальних заготівельних контор, складів, агентів, організованих на місцях заготівлі; витрати на оплату праці водіїв та експедиторів, які транспортують запаси з місця придбання до місця зберігання; витрати на відрядження, пов'язані з безпосередньою заготівлею матеріалів і доставкою їх на склади з місць заготівлі; витрати на переговори з пошуку контрагентів-постачальників; витрати на охорону вантажів; інші витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні до використання для запланованих потреб (зокрема, прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати підприємства на доопрацювання та підвищення якості технічних характеристик запасів) [5, с. 143]. Але згадані витрати не завжди можна чітко ідентифікувати із запасами у зв'язку з придбанням яких вони зазначені. Тому виникає необхідність розподіляти такі витрати за певним механізмом.

Також важливим є дослідження діючої системи списання додаткових витрат на матеріальне забезпечення виробництва, тобто, його здійснюють постійно (надійшли запаси, й того самого дня до їх первісної вартості додали суму додаткових витрат, пов'язаних із їх надходженням) чи періодично (раз наприкінці звітного періоду, коли додаткові витрати нагромаджують протягом звітного періоду, а потім згідно з розподілом списують).

При цьому використання постійної системи обліку запасів не дає змоги повністю уникнути необхідності застосування механізму розподілу, оскільки якщо навіть і відомо, які саме витрати були при придбанні певного виду запасів, можуть виникати ситуації, коли ці самі витрати припадають на кілька видів запасів одночасно (один автомобіль транспортував із місця придбання до місця використання кілька видів запасів – у цьому випадку витрати транспортування слід якимось чином розподілити між усіма видами запасів, що підлягали перевезенню, також слід додати суми, що будуть сплачені працівникам, які здійснювали розвантаження і складування кожного виду запасів, інші витрати, крім коштів, сплачених постачальникам, за вирахуванням ПДВ, які були витрачені при надходженні цих запасів на підприємство) [5, с. 143-144].

В. Хліпальська запропонувала назву рахунку 93 «Витрати на збут» змінити на «Витрати за операціями з рухом запасів» і ввести відповідні субрахунки: 931 «Витрати на придбання запасів» і 932 «Витрати на збут запасів». Вона радить наприкінці місяця списувати витрати на придбання і збут запасів товарно-матеріальних цінностей закриттям субрахунків 931 і 932 й визначенням фінансових результатів [3, с.26].

Ю.В. Бакун вважає, що підприємствам, які здійснюють кількісно-сумарний облік товарів, доцільно самостійно визначати базу для розрахунку ТЗВ залежно від умов господарської діяльності: вартість або кількість товарів (одиниць), оскільки вартість ТЗВ не завжди адекватна тільки вартості придбаного товару [1, с. 91].

О.М. Кундеус пропонує наприкінці місяця витрати, пов'язані з придбанням предметів праці, розподіляти між виробничими запасами, використаними на виробництво, і тими, що залишилися на залишку. База розподілу пропорційно до вартості виробничих запасів може бути використана, на його думку, лише для заготівельно-складських витрат. Для розподілу транспортних витрат за базу радить брати вагу виробничих запасів. Це він пояснює тим, що сировинні й основні матеріали оприбутковують за їх масою, а не в штуках, метрах тощо [3, с. 70].

План рахунків бухгалтерського обліку, наприклад, Російської Федерації передбачає застосування одного з двох варіантів обліку виробничих запасів. Перший: їх відображають на рахунку 10 «Матеріали» за обліковими цінами з одночасним використанням рахунків 15 «Заготівля і придбання матеріалів» та 16 «Відхилення у вартості матеріалів». Другий – безпосередньо на рахунку 10 «Матеріали» визначають фактичну собівартість матеріальних цінностей (без використання рахунків 15, 16). Але в обох варіантах транспортно-заготівельні витрати у частині витрачених на виробництво матеріалів підлягають щомісячному списанню на рахунки виробничих затрат. На думку професора І.А. Белобжецького, з якою ми не можемо не погодитися, в умовах ринкової економіки необхідно надавати перевагу першому варіантові, оскільки він дає змогу розмежувати вартість матеріалів за обліковими цінами та відхилення фактичної собівартості матеріалів від облікових цін. При цьому в умовах лібералізації цін

базою для розроблення системи облікових цін на матеріали можуть бути або середньозважені ціни закупівель, або планово-розрахункові ціни [2, с. 43].

Ми вважаємо, що різні бази для розподілу витрат на матеріальне забезпечення виробництва можуть призвести до нагромодження обліку і його плутанини. До того ж, суми розбіжностей не є настільки значними між цими базами розподілу, тому в своїй пропозиції ми радимо використовувати аналог методики розрахунку середнього відсотка транспортно-заготівельних витрат, але застосовувати її для всієї сукупності витрат сфери матеріального забезпечення.

У п.9 П(С)БО 9 «Запаси» передбачено, що суму транспортно-заготівельних витрат, які узагальнюються на окремому субрахунку рахунків обліку запасів, щомісяця розподіляють між сумою залишку запасів на кінець звітної місяця і сумою запасів, що вибули (використані, реалізовані, безоплатно передані тощо) за звітний місяць. Суму транспортно-заготівельних витрат, яку відносять до запасів, що вибули, визначають як добуток середнього відсотка транспортно-заготівельних витрат і вартості запасів, що вибули, з відображенням її на тих самих рахунках обліку в кореспонденції з якими зафіксовано вибуття цих запасів. Середній відсоток ТЗВ визначають діленням суми залишків ТЗВ на початок звітної місяця і ТЗВ за звітний місяць на суму залишку запасів на початок місяця й запасів, що надійшли за звітний місяць [4].

По-перше, ми радимо замінити термін «щомісяця» на «що періоду», оскільки може виникати ситуація, коли фактичну вартість запасів необхідно буде визначити на якусь певну дату періоду, а не лише на кінець місяця.

По-друге, на наш погляд, необхідно замінити словосполучення «транспортно-заготівельні витрати» визначенням «витрати на матеріальне забезпечення виробництва», тим самим розширивши перелік і склад витрат, що можуть бути включені до всіх інших витрат, які становлять розмір сукупних витрат сфери матеріального забезпечення, крім коштів, сплачених постачальникам за вирахуванням непрямих податків.

Література

1. Бакун Ю.В. Облік, аналіз та аудит запасів на підприємствах торгівлі // Дис. канд. екон. наук: 08.06.04. – Київ, КНТЕУ, 2002. – 182 с.
2. Белобжецкий И.А. Учет материалов // Бухгалтерський учет. – 2000. – № 9. – С. 41-45.
3. Кундеус О.М. Облік та аналіз використання виробничих запасів: сучасний стан і перспективи розвитку (на прикладі підприємств скляної промисловості) // Дис. канд. екон. наук: 08.06.04. – Тернопіль: ТАНГ, 2002. – 150 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246 (із змінами та доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99
5. Пугаченко О.Б. Облік процесів матеріального забезпечення в системі управління хлібопекарними підприємствами : дис. кандидата екон. наук: 08.00.09 / Пугаченко Ольга Борисівна. – О., 2008. – 220 с.
6. Хліпальська В. Значення оцінки вартості в обліку запасів товарно-матеріальних цінностей на підприємстві // Бухгалтерський облік і аудит. – № 3. – 2002. – С. 25-31.

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

В умовах ринкової трансформації економіки України вирішення питань якісного кадрового забезпечення соціально-політичних та соціально-економічних сфер життєдіяльності України стало одним із пріоритетних завдань.

Формування та реалізація сучасної кадрової політики України потребує ефективної кадрової системи, що включає сукупність кадрових інститутів та організаційних структур, завдяки яким відбувається менеджмент процесами управління персоналом, з метою досягнення певних пріоритетів розвитку суспільства.

Рішення важливих проблем інноваційного, економічного і соціального розвитку країни неможливе без організації принципово нових ринкових відносин між партнерами, удосконалення методів управління, зміни стилю господарювання, психології і мислення керівників, розширення та поглиблення демократії, подальшого поліпшення дисципліни, підвищення відповідальності персоналу, тобто ринкової трансформації всіх ланок управління та кадрової політики.

Для підприємств різних галузей і форм власності кадрова політика має першочергове значення. Без професійно підготовлених, раціонально розміщених, ефективно керованих працівників жодне підприємство не може бути конкурентоспроможним і досягати своїх стратегічних цілей.

В економічній системі, що розвивається в сучасних умовах глобалізації та євроінтеграції, формування кадрової політики повинно здійснюватись за рахунок оптимізації співвідношення заходів на державному, регіональному рівнях та на рівні підприємства (рис. 1).

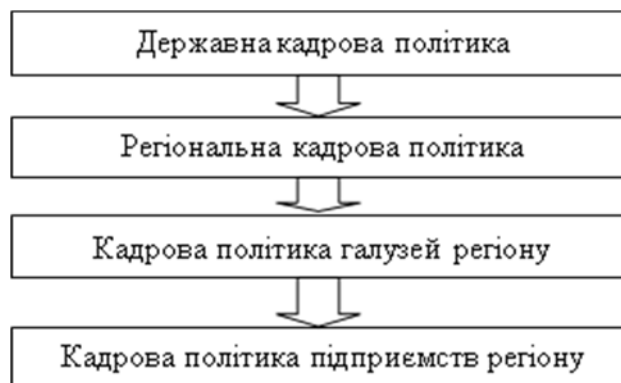


Рис. 1. Рівні кадрової політики в сучасних умовах економічного розвитку регіону

Державна кадрова політика – це цілеспрямована стратегічна діяльність держави, пов’язана із плануванням та прогнозуванням формування, професійного розвитку та раціонального використання кадрів, усіх трудових ресурсів України, визначенням цілей і пріоритетів кадрової діяльності [2].

В сучасних умовах розвитку національної економіки України в державній кадровій політиці невідкладним є вирішення таких завдань [3]:

- створення загальнонаціональної системи управління персоналом та її складових: регіональних підсистем, орієнтованих на пріоритети регіонального розвитку;
- розроблення та впровадження системи моніторингу людського розвитку;
- детінізація ринку праці, подолання зловживань при наймі працівників, організації трудового процесу та оплати праці;
- створення системи і технологій залучення інвестицій в людський розвиток;
- удосконалення національної системи професійної підготовки з урахуванням реальних потреб у персоналі у сфері державного управління, соціально-гуманітарній сфері, ключових галузях економіки, промисловості та агропромислового комплексу.

На кадрову політику істотно впливають глобальні чинники, такі як розвиток інформаційних технологій, впровадження електронного урядування та економічна інтеграція. Відбувається нарощування в Україні ознак постіндустріального інформаційного суспільства, що кардинально змінює структуру персоналу порівняно з персоналом індустріального суспільства. Спостерігається істотне скорочення чисельності осіб, зайнятих у сільському господарстві, промисловості, й одночасне збільшення чисельності персоналу у сферах державного управління, обслуговування, освіти, науки, культури. Особливу групу персоналу складають фахівці з комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, аналізу та обробки інформації. Відбувається якісна зміна змісту й характеру праці в напрямі зростання частки інтелектуальної-творчої складової.

Актуальною є проблема подолання кадрових деформацій в органах державної влади, органах місцевого самоврядування і, передусім, забезпечення захисту прав людини та формування антикорупційних механізмів у сфері державного управління – запобігання виникненню та управління конфліктом інтересів на публічній службі.

Широкое впровадження інформаційних технологій в сучасне управління та виробництво вимагає значного підвищення якості професійної підготовки працівників, її гнучкості, безперервності підвищення їх кваліфікації впродовж усього професійного життя.

Серед основних проблем у сфері формування державної кадрової політики, які потребують невідкладного вирішення, є такі:

По-перше, невідповідність державної кадрової політики вимогам трансформаційних процесів у державі. Значна частина наявного кадрового корпусу державного управління та місцевого самоврядування не готова до роботи в умовах сьогодення і на перспективу.

По-друге, недосконалість законодавчої бази, яка не надає процесам управління персоналом правової обґрунтованості, урегульованості та захищеності, не враховує європейські стандарти в кадровій сфері.

По-третє, відсутність стратегічного спрямування щодо підготовки персоналу відповідно до потреб суспільства, яке передбачає кваліфіковане здійснення прогнозування, планування, постійне оцінювання ситуації з персоналом у країні.

По-четверте, непорядкованість, слабка функціональна визначеність структур по роботі з персоналом, недостатня кваліфікація персоналу кадрових служб, що веде до неефективності, неузгодженості підходів у кадровому менеджменті на всіх рівнях. Такий стан заважає активній професіоналізації багатьох видів економічної діяльності, професійній самореалізації людей практично в усіх сферах суспільного виробництва. Державна кадрова політика повинна спиратися на потужну систему по роботі з персоналом, сучасні технології з управління персоналом.

Українські вчені Ю.В. Ковбасюк, К.О. Ващенко, Ю.П. Сурмін [2] визначають, що державна кадрова політика має бути:

- складовою державної політики;
- науково обґрунтованою, враховувати потреби держави в кадрах у перехідний період;
- послідовною та етапною у вирішенні стратегічних завдань;
- орієнтованою на відродження і сталий розвиток України;
- об'єктивною, всебічною, комплексною;
- єдиною для всієї України, але водночас багаторівневою (державною, регіональною, місцевою);
- перспективною;
- демократичною за цілями, соціальною базою і механізмом вирішення кадрових проблем;
- досить гнучкою, тобто, з одного боку, стабільною, оскільки зі стабільністю пов'язані певні надії працівників, а з другого – динамічною, тобто коригуватися відповідно до зміни тактики залежно від ситуації;
- спрямованою на індивідуальний підхід до персоналу;
- духовно-моральною;
- правовою;
- ураховувати як вітчизняний, так і зарубіжний досвід.

Отже, саме ці риси – демократичність, реалістичність, законність, науковість, творча спрямованість, об'єктивність, комплексність, моральність, духовність, індивідуальність, гуманізм – є основою формування державної кадрової політики.

Література

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами / пер. с англ. под. ред. С.К. Мордовина. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 848 с.
2. Державна кадрова політика в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку: наук. доп. / авт. кол. : Ю.В. Ковбасюк, К.О. Ващенко, Ю.П. Сурмін та ін. ; за заг. ред. д-ра наук з держ. упр., проф. Ю.В. Ковбасюка, д-ра політ. наук, проф. К.О. Ващенка, д-ра соц. наук, проф. Ю.П. Сурміна (кер. проекту). – К. : НАДУ, 2012. – 72 с.
3. Стратегія державної кадрової політики України : [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.guds.gov.ua>

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Інвестиційна привабливість є інтегральною характеристикою окремих підприємств – об'єктів майбутнього інвестування – з позицій перспективності їх розвитку, розширення параметрів виробництва і збуту продукції, зміцнення позиції на ринку, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості, що в цілому може забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Тому одним із найважливіших завдань, які стоять перед кожним з них зокрема та перед економікою країни в цілому є підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Особливої гостроти проблема підвищення інвестиційної привабливості набуває в сільському господарстві, яке значно відстало в технічному та технологічному розвитку, має низку особливостей, що зумовлюють необхідність прискорення інвестиційних процесів: незадовільний стан матеріально-технічної бази, її невідповідність рівню науково-технічного прогресу, нестабільність ринку агропродовольчої продукції, фінансові проблеми підприємств, низька рентабельність виробництва та окупність інвестицій. Більшість підприємств агропромислового комплексу залишаються економічно відсталими через низькі закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію, несформовану ринкову інфраструктуру, високі процентні ставки за кредити, недостатню державну підтримку сільськогосподарських виробників. Серйозним бар'єром для інвесторів, які бажають вкладати кошти в аграрний сектор, є недосконале вітчизняне законодавство.

Основні етапи процесу інвестування сільськогосподарського підприємства передбачають: вибір інвестиційної політики; безпосередньо процес інвестування сільськогосподарського підприємства; етап порівняння поточних показників з прогнозними. Під час реалізації інвестиційних проектів у сільськогосподарських підприємствах, крім економічної вигоди, варто враховувати додаткові ефекти у вигляді отримання таких позитивних результатів, як стабільність у забезпеченні сільськогосподарською продукцією, вихід на нові ринки, досягнення соціального ефекту, підвищення споживчих властивостей сільськогосподарської продукції, покращання екологічного стану в галузі та інші. Для оцінки інвестиційної ситуації недостатньо провести лише аналіз результатів соціально-економічного розвитку підприємства, серед яких найбільш вагомим є додатковий дохід від вкладення коштів, а й встановити ступінь ризику інвестора. Сільськогосподарським підприємствам крім загальнопоширених ризиків притаманні такі, як сезонність виробництва та неможливість прогнозування погодних чинників і впливів. Саме непередбачуваність погодних умов є однією з основних причин низької інвестиційної привабливості сільського господарства. Інвестиційна привабливість проектів визначається сукупністю багатьох показників.

Для оцінки інвестиційної привабливості українських сільськогосподарських підприємств необхідно використовувати такі методики, які дозволяють врахувати нестабільність внутрішньої економічної ситуації в Україні. Більшість методів оцінки як інвестиційної привабливості, так і ефективності самих інвестицій на підприємстві зорієнтована на короткостроковий період, а більшість інвесторів, як відомо, цікавить вкладення коштів на довгостроковий період експлуатації об'єкта. Тому пропонується проводити оцінку інвестиційної привабливості за методом прогнозування й дисконтування грошових потоків, який базується на одному з основних принципів фінансової теорії: вартість активів дорівнює скоригованій поточній вартості грошових потоків. Застосування двох основних фінансових теорій - часової вартості грошей і взаємозв'язку рівня ризику з прибутковістю дає змогу визначити очікування інвестора як дисконтований вільний грошовий потік, що змінюється даним активом у майбутньому.

До основних факторів що негативно впливають на надходження іноземних інвестицій, а точніше бажання розвинутих країн інвестувати саме в АПК України, можна віднести: – нестабільність і невизначеність законодавства в сфері АПК, невизначеність у питаннях власності, особливо на природні ресурси; - високі темпи інфляції, що є значно вищими, ніж у країнах ЄС; – скорочення платоспроможного попиту населення на продовольство; – високі відсоткові ставки за кредитами; – непередбачувані зміни в податковій політиці держави; – збереження монополізованої структури промислового сектору вітчизняного АПК; – відсутність ринкових механізмів, що регулюють цінові відносини сільськогосподарських, переробних, торгово-закупівельних підприємств; – неконвертованість національної валюти; – зниження прибутків вітчизняних виробників через необгрунтовано високу частку імпортного продовольства на внутрішньому українському ринку; – гострий дефіцит необхідної інвесторам та самим підприємцям комерційної, юридичної, ринкової інформації; – незавершеність процесів інституційних перетворень у сільському господарстві і в суміжних галузях АПК.

Для вирішення проблеми залучення іноземних інвестицій необхідно прийняти відповідні заходи, які б підвищили інвестиційну привабливість як підприємств, галузей, так і країни в цілому. Враховуючи досвід більшості зарубіжних країн, необхідно розробити комплексну програму залучення іноземних інвестицій як в країну, так і в окремі регіони та галузі, яка орієнтовно повинна складатися з таких дій:

- 1) створення стабільної та чіткої законодавчої бази, що стосується не лише інвестування, а й функціонування усієї економіки загалом;
- 2) максимальне спрощення бюрократичних процедур відносно інвестиційного процесу;
- 3) забезпечення адекватного фінансування пріоритетних для розвитку економіки України галузей, в т.ч. АПК;
- 4) боротьба з корупцією та злочинністю;
- 5) удосконалення та спрощення податкової системи країни, а також зменшення податкового тиску на підприємства;
- 6) сприяння розвитку стабільного та прозорого фондового ринку, який би відповідав міжнародним стандартам;
- 7) формування системи страхування інвестиційних ризиків;

8) створення спеціальних економічних зон в депресивних регіонах.

Для створення сприятливого інвестиційного клімату та його стабілізації потрібен тривалий період часу, тож навіть за умови, що всі вище перераховані дії будуть виконані, очікувати на швидкий результат не варто.

Література

1. Вітков М.С. Розвиток інвестиційної політики в сільському господарстві України // Економіка АПК.– 2010.– №3. – С. 54-57.
2. Гайдуцький А.П. Інвестиційна привабливість аграрного сектора економіки України на міжнародному ринку капіталу: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.05.01 / Київ Національний університет ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 20 с.
3. Ліссітса А. Україна зацікавлена в довгострокових інвестиціях у сільське господарство // Урядовий кур'єр.– 2011.– №98. – С. 25.

Меднікова К.Г., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

В наші дні досить актуальною є проблема низької продуктивності праці, неефективного використання трудових ресурсів. І ця проблема може призвести до серйозних наслідків, тому що праця є одним із найголовніших чинників економічного розвитку. Доки над цим не почнуть серйозно працювати – економіка країни буде стояти на місці.

На даному етапі розвитку економіки України проблемними питаннями підвищення продуктивності підприємства є:

1. Проблема витіснення показника продуктивності праці такими фінансовими інструментами, як прибуток, рентабельність, заробітна плата та інші. На жодному рівні управління його не розглядають як основу виходу з кризи, як джерело економічного росту;

2. Відсутність явної залежності між прибутком і продуктивністю. Це призвело до незатребуваності цього показника в практичній діяльності. Зміни продуктивності й прибутку не завжди йдуть в одному напрямку. Прибуток може бути отриманий за рахунок цінового фактору й при зниженні продуктивності праці, а висока продуктивність не завжди супроводжується зростаючим прибутком, якщо товар не користується попитом;

3. Недосконалість існуючих методик вимірювання продуктивності праці, значна погрішність цього показника не дозволяє порівнювати продуктивність економічної системи на різних рівнях управління, особливо в період значних інфляційних процесів, змін асортименту продукції, структурних змін в економіці;

4. Сильно ослаблений мотиваційний механізм. Затримки у виплаті заробітної плати, низький її рівень, недосконалість існуючої системи оплати праці знизили зацікавленість працівників у ефективній праці й практично повністю зруйнували залежність між оплатою праці та її продуктивністю [1].

Враховуючи значення продуктивності праці для економічного зростання, кожне суспільство намагається постійно підвищувати продуктивність праці. Основними шляхами підвищення продуктивності праці є:

- 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.
- Також дуже важливими є фактори зростання продуктивності праці.

До групи соціально-економічних факторів зростання продуктивності праці відносять усі фактори, що сприяють поліпшенню якості робочої сили. Це насамперед такі характеристики працівників, як рівень кваліфікації та професійних знань, умінь, навичок; компетентність, відповідальність; здоров'я та розумові здібності; професійна придатність, адаптованість, інноваційність та професійна мобільність, моральність, дисциплінованість, вмотивованість (здатність реагувати на зовнішні стимули) і мотивація (внутрішнє бажання якісно виконувати роботу). До цієї групи факторів належать також такі характеристики трудових колективів, як трудова активність, творча ініціатива, соціально-психологічний клімат, система ціннісних орієнтацій.

До групи матеріально-технічних факторів зростання продуктивності праці відносять усі фактори, що сприяють прогресивним змінам у техніці і технології виробництва, а саме: модернізація обладнання; використання нової продуктивнішої техніки; підвищення рівня механізації й автоматизації виробництва; впровадження нових прогресивних технологій; використання нових ефективніших видів сировини, матеріалів, енергії тощо.

До групи організаційно-економічних факторів зростання продуктивності праці належать прогресивні зміни в організації праці, виробництва та управління. До них входять: удосконалення структури апарату управління та систем управління виробництвом, повсюдне впровадження та розвиток автоматизованих систем управління; поліпшення матеріальної, технічної і кадрової підготовки виробництва, удосконалення організації виробничих та допоміжних підрозділів; удосконалення розподілу та кооперації праці, розширення сфери суміщення професій і функцій, впровадження передових методів та прийомів праці.

Таким чином, фактори зростання продуктивності праці – це вся сукупність рушійних сил і причин, що призводять до збільшення продуктивності праці.

В ринкових умовах важливу роль для зростання продуктивності праці має максимальне використання діючих потужностей. Поліпшення використання засобів праці здійснюється за двома напрямками:

- екстенсивним – збільшення часу їх роботи шляхом скорочення простоїв, введення в дію невикористаного устаткування, підвищення коефіцієнта змінності в раціональних розмірах, скорочення строків ремонту та інше;
- інтенсивний – поліпшення використання машин та устаткування за одиницю часу через впровадження прогресивних технологічних процесів [2].

Отже, у підвищенні продуктивності праці велику роль відіграє розвиток і впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, впровадження ефективних матеріальних і моральних стимулів до праці, фактори зростання продуктивності, а також максимальне використання діючих потужностей.

Література

1. Проблеми та перспективи підвищення продуктивності праці на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/28341/1/Problemy_ta_perspektyvy.pdf
2. Оплата праці на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://posibnyky.vntu.edu.ua/ekonomika/91.htm>

Мироненко В.І., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОТИВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Останнім часом особливо посилилася увага до проблеми мотивації як функції управління, за допомогою якої керівництво будь-якого підприємства спонукає працівників діяти найбільш ефективно для забезпечення виробничого процесу відповідно до наміченого плану. Процес створення або реконструкції організаційної структури управління нерозривно пов'язаний з розробкою систем управління персоналом, контролю та інформаційного забезпечення, а люди - це основне джерело ефективного розвитку підприємства. Не дивлячись на те, що існує велика кількість мотиваційних теорій та схем мотивування, для більшості керівників різних організацій проблема дієвості та становлення ефективного мотиваційного механізму персоналу в процесі стратегічного управління підприємством постає завжди. Особливу актуальність мотивація набуває сьогодні, в умовах світової економічної нестабільності. Перед Україною зберігається реальна загроза другої хвилі економічної кризи. Кризова ситуація загрожує компанії не тільки фінансовими проблемами та втратою своїх позицій на ринку, але й втратою кваліфікованих кадрів, без яких подолати кризу неможливо.

Мотиваційний механізм являє собою комплекс організаційно-економічних, матеріально-технічних та соціально-психологічних інструментів і методів спонукання до ефективної праці для забезпечення досягнення мети мотиваційної політики [1, с.16-20]. Механізм мотивації до праці зумовлюється системою інтересів та стимулів. Мотиваційний аспект управління працею широко застосовується у країнах з розвинутою ринковою економікою. Мотиваційний механізм на підприємстві спрямований на виживання та досягнення успіху в умовах конкуренції. Функціонування цього механізму забезпечують мотиви конкуренції при створенні нової продукції і технології, підприємницькі стратегії, мотиви підприємницького ризику, мотиви підприємницьких реакцій на зміну зовнішнього оточення, мотиви внутрішнього підприємництва, які забезпечують гнучкість управління і сприйняття нововведень на самому підприємстві.

Дієвий мотиваційний механізм повинен забезпечувати успішне перетворення набору факторів, принципів, стимулів, мотивів, ціннісних орієнтацій, сподівань, поведінкових реакцій з лінійного дискретного стану у

замкнутий, постійно повторювальний процес. Мотиваційний механізм управління поведінкою співробітників базується на таких чинниках, як система формальних процедур і правил виконання функцій і робіт, призначених для досягнення мети фірми та уявлення менеджменту про реальні інтереси, мотиви, потреби людей, що працюють в організації, способах їх задоволення, значущих цінностях і нормах поведінки.

Основними складовими мотиваційного механізму на підприємстві є:

1) вдосконалення системи заробітної плати, надання можливостей працівникам брати участь у прибутках організації;

2) вдосконалення організації праці, що включає постановку цілей, розширення трудових функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці [2].

На різних етапах ринкових перетворень мотиваційний механізм буде мати свою специфіку. Дієвість мотиваційного механізму може бути реалізована, перш за все, на основі його гнучкості, мобільності, поєднання мотивування працівників не лише на мікро-, але й макрорівнях. Зміни складних зв'язків елементів системи викликають відповідні зміни у системі мотивації.

У структурному відношенні мотиваційний механізм включає фінансово-економічні методи і важелі, певну структуру відповідальних працівників, норми і правила стимулювання, періодичність проведення оцінки здійснюваних заходів тощо [3, с.337]. Зокрема мотиваційний механізм на підприємствах регулюється державою за допомогою мотиваційної політики. В Україні існує безліч проблем, пов'язаних з мотиваційною політикою: проблема взаємовідносин з керівництвом, незадоволеність розміром заробітної плати, умовами побуту та праці в цілому на підприємстві. Головною перешкодою на шляху вирішення цих питань – небажання управлінського персоналу замислюватися про умови життя і праці людей, які безпосередньо створюють прибуток.

За думкою Н. Кваша, мотиваційний механізм на підприємстві включає у себе комплекс економічних важелів та засобів соціального та морально-психологічного характеру, що є мотивами, які спонукають до праці та посилюють їх. Механізм мотивації змінюється за часом та у просторі. Ним можна управляти з метою посилення мотивації праці і навіть викликати до дії нові мотиви. Не можна не погодитися з Л. Лісогором, який вважає, що для створення ефективного мотиваційного механізму потрібно передбачити приблизно однаковий ступінь спонукування для керівників та підлеглих [5,188-192с]. Тож ефективний мотиваційний механізм в управлінні підприємством повинен опиратися насамперед на діючу систему матеріального і нематеріального стимулювання, а також бути узгодженим зі стратегією розвитку підприємства. Безперечно, висока оплата праці як мотиваційний механізм дозволить підвищити продуктивність праці персоналу. Але все ж постійне збільшення рівня оплати праці не сприяє збільшенню трудової активності, а навпаки з часом персонал звикає до такому роду мотивації. Тому останнім часом керівники почали опановувати нематеріальні методи мотивації, який полягає у формуванні корпоративного духу працівників, що сприяє підвищенню зацікавленості персоналу в якості своєї роботи. Ефективним можна назвати такий мотиваційний механізм, який урахує всю специфіку діяльності окремого підприємства і має у своєму арсеналі ті методи мотивації, що є найбільш доречними для даного підприємства та забезпечують здійснення мотивації персоналу. Необхідність застосування на

підприємстві нематеріальної мотивації як основи мотиваційного механізму управління персоналом обумовлена взаємозв'язком матеріальних та нематеріальних методів мотивації.

Таким чином, на нашу думку, на підприємствах в процесі стратегічного управління, має діяти такий мотиваційний механізм, який дозволить співробітнику:

- по-перше, отримати можливість кар'єрного зростання;
- по-друге, формувати відчуття власної значущості у діяльності всього підприємства та адекватно оцінювати свої можливості;
- по-третє, розвивати свій професіоналізм та допомагати у цьому іншим;
- по-четверте, швидко адаптуватися до змін;
- по-п'яте, досягати поставлених цілей.

Такий мотиваційний механізм можна назвати «позитивним». Він допомагає розвивати у співробітника стратегічну налаштованість та відчувати себе невід'ємним від підприємства на якому він працює.

Для того щоб мотивація була ефективною і спрямовувалась на розвиток підприємства необхідно запровадити мотиваційний моніторинг. Мотиваційний моніторинг – це система постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності [4, с.78-83]. Запровадження мотиваційного моніторингу є актуальним для більшості підприємств, адже на сьогодні вивчення потреб, інтересів мотиваційної спрямованості персоналу здійснюється на підприємстві епізодично, або взагалі відсутнє. Діяльність сучасних підприємств передовсім базується на трудових ресурсах. Якщо люди – це основа виробництва, то правильне заохочення їх до праці першочергове завдання керівника кожного підприємства. Як організовує, мотивує керівник персонал, так і працює підприємство. Ефективна мотивація трудової діяльності, індивідуальний підхід до кожного найманого працівника приведе до зростання продуктивності праці, а як результат до бажаних успіхів та до досягнення головної місії підприємства – це максимальне отримання прибутку.

Таким чином, розробка ефективного мотиваційного механізму має стратегічне значення для підприємств. Розуміння, формування і задоволення потреб персоналу є основою створення цього механізму, а отже вирішальним кроком до досягнення мети діяльності підприємства. Запровадження ефективного мотиваційного механізму сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. Також, це дозволяє вийти підприємству на економічно новий рівень розвитку і відкриває можливості реалізувати свої можливості на світовому рівні.

Література

1. Павловська Н. Щодо посилення мотивації до праці // Україна: аспекти праці. – 2010. – №3. – 16-20 с.
2. Шишкін В. Мотиваційний механізм на підприємстві: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.: [тези доповідей] / відп. ред. Шишкін В. [Електронний ресурс] // Інтернет-конференції. – Режим доступу: до ресурсу: http://confiapv.at.ua/publ/konf_20_21_zhovtnja_2011_r/sekcija_5_ekonomichni_nauki/23-1-0-1196
3. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2009. – 337 с.
4. Побережна Г. Мотивація як складова ефективного управління персоналом організації. // Економіка АПК. – 2009, № 1. – 78-83с.
5. Кваша Н. Некоторые вопросы мотивации труда в сельскохозяйственном производстве / Н. Кваша // Экономика Украины. – 2004. – №1. – 23-32 с.

ПРОБЛЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРАЦІ ВИРОБНИЧОГО ПЕРСОНАЛУ

Тлумачення поняття «інноваційна праця» не є однозначним, не конкретизовано її зміст, відсутні системні наукові уявлення про цілісний механізм управління інноваційною працею. Необхідність пошуку нових підходів до управління працею в умовах запровадження інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки підвищує актуальність даної проблеми та зумовлює необхідність подальшого дослідження соціально-економічної природи інноваційної праці.

Термін «інноваційна праця» є похідним від терміну «інновація». Буквальний переклад з англійської мови слова «інновація» означає «введення новинок». Новинка – це завжди щось нове: винахід, новий метод, новий порядок тощо. З моменту розповсюдження новинка стає нововведенням. Тому в найзагальнішому розумінні під інновацією можна розуміти будь-яку прогресивну зміну в техніці, технології, організації, управлінні, суспільному житті [1].

В умовах ринкової економіки в Україні виникла потреба обґрунтування та вдосконалення механізмів стимулювання праці виробничого персоналу для підвищення ефективності інноваційної праці. Існуючий механізм стимулювання у сфері праці залишається недосконалим, що не сприяє інноваційній діяльності та економічному розвитку економіки України. Прискореного економічного розвитку можна досягнути лише за умов максимально ефективної роботи працівників, що можливо тільки при правильній побудові механізму стимулювання праці.

Реакція на ті ж самі стимули у різних людей неоднакова. Механізм використання стимулів із метою мотивації персоналу називається процесом стимулювання. Інноваційна праця можлива тільки в певному середовищі, де будуть з'єднані такі найважливіші чинники, як: знання, бажання, вміння його застосувати і потреба в цьому [2].

Отже, для того, щоб праця була інноваційною необхідно створити сприятливі умови – необхідна організація й управління інноваційним процесом. Для того, щоб процес стимулювання пройшов вдало, керівництву необхідно виконати такі завдання (рис. 1).

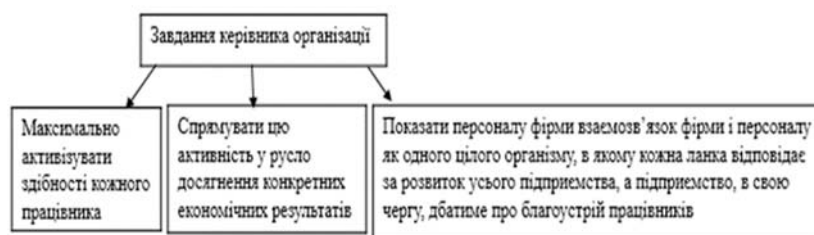


Рис. 1. Завдання керівників організацій щодо стимулювання інноваційної праці

Головна передумова інноваційної діяльності підприємства полягає в тому, що вона потребує постійного оновлення з урахуванням вимог сучасності. Тому необхідно систематично відкидати все те, що зносилося, застаріло, стало гальмом на шляху до прогресу, а також враховувати помилки, невдачі і прорахунки. Для цього на підприємствах періодично необхідно проводити атестацію продуктів, технологій і робочих місць, аналізувати ринок і канали розподілу. Іншими словами, повинна проводитися своєрідна рентгенограма всіх сторін діяльності підприємства.

Завдання керівництва підприємства – створити умови, при яких потенціал працівників міг розкритися найбільшою мірою та виникла б потреба в напруженій і результативній праці. При цьому керівництву при стимулюванні працівників важливо брати до уваги конкретні ситуації, в яких здійснюється стимулювання, враховувати не тільки особисті здібності працівників, а і їх особисті мотиви: потреби, інтереси, пріоритети, амбіції.

Керівник повинен усвідомлювати необхідність упровадження сучасних методів стимулювання та актуальність появи інноваційних ідей у виробничого персоналу. Унаслідок чого менеджер повинен сам володіти психологічною стійкістю, професіональними здібностями та моральною свідомістю [3].

Керівники повинні дотримуватись певної сукупності принципів у стимулюванні працівників виробничої сфери (Рис. 2).



Рис. 2. Сукупність принципів ефективного стимулювання працівників виробничої сфери

Стимулювання працівників потребує неабиякого вміння, наполегливості та розуміння людської природи. Вона вимагає розвинутих здібностей спонукати виконавців до вищого рівня напруження зусиль, для досягнення ефективних результатів праці. Тому керівнику необхідно чітко спланувати свої дії та етапи стимулювання інноваційної праці виробничого персоналу.

Етапи механізму стимулювання працівників:

1. Чітка постановка завдань.
2. Поділ працівників на категорії згідно з рівнями потреб.
3. Розробка стимулів згідно з класифікацією працівників.
4. Розробка системи штрафів, стягнень за порушення.
5. Оцінка роботи персоналу та кінцевих результатів.
6. Винагорода працівників згідно з докладеними зусиллями.

У результаті дослідження визначено фактори, що можуть привести до максимальної віддачі чи підвищити привабливість праці.

1. Фактори підвищення продуктивності: перспективи просування по службі; високий рівень корпоративної культури; оплата праці, що безпосередньо пов'язана з досягнутими результатами; визнання, схвалення та об'єктивна оцінка

виконаної роботи; ділова атмосфера в колективі працівників; складна, але цікава робота, що дозволяє розвинути здібності; робота з можливістю самостійно приймати рішення, що вимагає творчого підходу; персональна відповідальність за результати виконаної роботи.

2. Фактори, що роблять роботу більш привабливою: робота без значних напружень і стресів; зручний розпорядок; відсутність на робочому місці шуму та будь-яких виявів забруднення оточуючого середовища; комфортність робочого місця; робота з людьми, яким симпатизуєш; достатня інформованість про дійсний стан справ у фірмі (про те, що насправді відбувається); гнучкий темп роботи та робочий час; значні додаткові пільги; справедливий розподіл обсягу робіт.

Стимулювання праці – визначальний чинник ефективності діяльності підприємств; ефективне стимулювання може бути забезпечене тільки поєднанням цілого комплексу інструментів впливу на ефективність праці; матеріальне стимулювання є одним із найважливіших стимулів підвищення ефективності праці; виявлення потреб співробітників, класифікація працівників за рівнями потреб – основна передумова економічності мотивації; нематеріальні стимули – важливий чинник впливу на керуючий персонал; урахування специфіки підприємства – важливий фактор при виборі керівництвом політики стимулювання.

Для здійснення підприємством інноваційної діяльності, воно повинно мати такі структуру і настрій, які сприяли б створенню атмосфери підприємництва та сприйняття нового як сприятливої можливості.

Слід розглянути стимулювання праці як технологію управління з урахуванням таких функцій:

- економічна функція – стимулювання праці сприяє підвищенню ефективності виробництва, зокрема, підвищенню продуктивності праці та якості продукції;

- моральна функція – стимули до активізації трудової активності формують життєву позицію, моральний клімат в організації і в суспільстві;

- соціальна функція – забезпечується формуванням соціальної структури суспільства, через різні рівні доходів, які залежать від впливу стимулів на людей. Так само формування потреб та життєвої позиції формується під впливом стимулів [4].

Представник концепції соціального обміну Джордж Хоманс визначив причини і стимули, які змогли б спонукати працівника до інноваційної діяльності.

1. Чим частіше окрема дія дію працівника винагороджується, тим частіше він прагне здійснювати цю дію.

2. Якщо який-небудь стимул привів до дії, яка була винагороджена, то при повторенні такого стимулу працівник буде прагнути повторити цю дію знову.

3. Чим більш цінним є для працівника певний результат дії, тим сильніше він буде прагнути досягти цього результату.

4. Чим частіше працівник отримувал певну винагороду, тим менш цінним буде для нього повторення такої винагороди.

5. Якщо працівник не отримує очікуваної винагороди, то стає розсердженим і поводить себе агресивно, а це не сприяє якійсь роботі.

Робітники, які отримували більше, ніж очікували, стають радісними і поведуться позитивно, тим самим показують, що готові цінувати дану організацію.

Отже, завданням будь-якої організації є необхідність створення такої системи стимулювання праці, яка сприяла б розвитку особистості працівника, тим самим забезпечуючи високий рівень життя і відповідаючи вимогам сучасного суспільства. Керівник повинен детально проаналізувати особисті властивості підлеглих, удосконалити та застосувати існуючі методи стимулювання інноваційної праці до виробничого персоналу.

Література

1. Краснокутська В.Н. Інноваційний менеджмент / В. Н. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 68 – 76.
2. Осипов Г.В. История социологии в Западной Европе и США / Г.В. Осипов. – М. : НОРМА, 2001. – 393 с.
3. Кузин Б.И. Методы и модели управления фирмой / Б. И Кузин. – Питер: 2001. – 245 с.
4. Скопилатов І.А. Управління та діагностика персоналу / І.А. Кудрявцева Е.И. Управление персоналом : учебная тетрадь / Е.И. Кудрявцева. – СПб. : Изд-во МИПК, 2008. – 78 с. 5. Скопилатов І.А. Управление персоналом / І.А. Скопилатов, О.Ю. Ефремов. – СПб., 2000. – 399 с.

Нетреба В., студентка
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ ТА ЇХ СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ

Природним виявом мобільності людини, мотивованої прагненням до поліпшення умов свого існування, повнішого і надійнішого задоволення своїх потреб, є міграція. Міграція – це соціально-економічне явище присутнє у всіх формаціях і на всіх етапах розвитку країн.

Міграція пов'язана з етнічними, економічними, політико-географічними проблемами, а також з історичним розвитком держави та її громадян. Вона впливає на формування етнічного складу тієї або іншої спільноти, може визначати долю цілих держав. Міграція у перекладі з латинської (*migratio, migro*) означає переміщення, переселення. Переважно під міграцією розуміють такі територіальні переміщення населення, які супроводжуються зміною місця проживання та місця праці (назавжди або на досить тривалий строк) як в межах однієї країни, так і за її межі. У демографічних та демоекономічних дослідженнях термін міграція вживається стосовно таких актів переміщень у просторі, які пов'язані, по-перше, з перетином адміністративних меж населених пунктів, по-друге, із зміною індивідом місця проживання назавжди або на певний строк [1, с.55].

На процес міграції виливають різноманітні чинники: психологічні, моральні, соціальні тощо. Спочатку відбувається загострення причин, що спонукають людину до міграції, під дією зовнішніх або внутрішніх чинників. Далі послідовно розгортаються етапи міграції: формування мотиву, пошук оптимального рішення, дії, зміни, реакція і вплив мешканців нового місця переселення на дії мігранта. За тривалістю міграції поділяються на постійні (безповоротні) та тимчасові (зворотні) [2].

В останні роки в Україні набули широкого розповсюдження міграційні процеси. Населення різних регіонів неоднаковою мірою залучена в міграційні процеси. Регіони, де в найбільшій мірі відбуваються міграції населення, зокрема працездатного віку є такі: Південно-Східний -Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Миколаївська, Харківська і Херсонська області. У цих регіонах інтенсивність міграційних процесів вища загальнодержавного рівня, причому має місце зближення міграційної ситуації в місті та селі. Питома вага осіб, які хоча б раз у житті змінювали місце проживання в чисельності сільського населення цих областей більша або майже дорівнює відповідним показникам міського населення, а інтенсивність міграційного обороту в після переписному періоді у селах значно вища, ніж у містах.

Постійні внутрішні міграції в Україні переважно відбуваються між населеними пунктами. Так, в 2016 році близько 40 % припадає на переселення з малих міст у великі, 30 % – на переїзд із села в місто, 15 % – з міста в сільську місцевість і тільки 10 % – між селами (Рис.1). Близько 70 % усіх внутрішніх мігрантів переселяються в межах своїх областей [4].

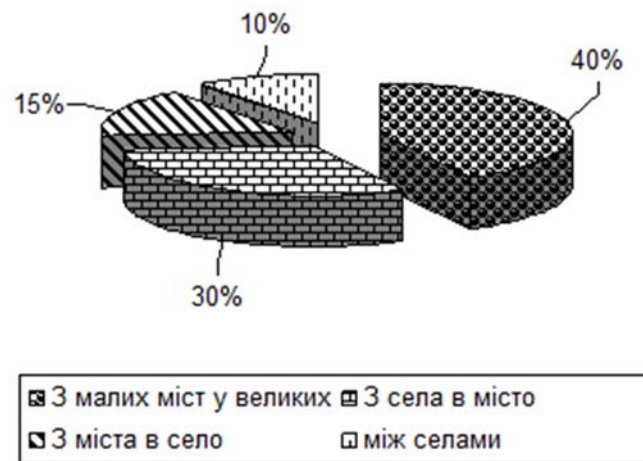


Рис. 1. Напрямки внутрішньодержавних міграційних процесів 2016 року.

Джерело: сформовано за матеріалами [4]

Україна є однією з найбільших країн-донорів робочої сили в Європі. Зовнішня трудова міграція стала об'єктивною реальністю сьогодення. Про це свідчить великий потік робочої сили закордон. За даними проекту Держкомстату України «Обстеження трудової міграції в Україні», з початку 2010 р. до 1 червня 2016 р. за кордоном працювали 1,5 млн. мешканців України, з яких майже 1,3 млн. перебували за межами України з метою трудової діяльності з початку 2015 р. до 1 червня 2016 р. Загалом трудові мігранти становлять 5,1% населення України працездатного віку, у т.ч. мігруючі за останні 1,5 року – 4,4%.

Відповідно до доповіді Світового банку «Міграція і грошові перекази», основні країни в які іммігрували громадяни України, це – Росія, Польща, США, Казахстан, Ізраїль, Німеччина, Молдова, Італія, Білорусія, Іспанія [3]. Здійснюючи моніторинг міжнародного руху населення України можна сказати, що він досить не стійкий (Рис. 2).

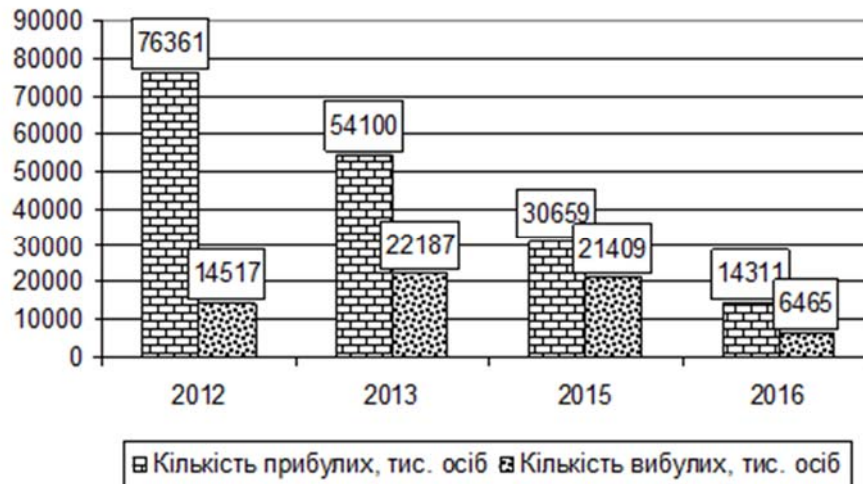


Рис. 2. Міжнародний рух населення України в 2012-2016 роках.

Джерело: сформовано за матеріалами [4]

Скорочення попиту на робочу силу в Україні (що є одним із наслідків глобальної фінансово-економічної кризи) штовхає наших громадян на пошуки роботи за її межами. Також серед чинників масової еміграції українського населення можна виділити наступні: велика різниця умов життя і рівня заробітної плати в Україні та країнах Заходу; відсутність перспектив професійного зростання для багатьох талановитих українців; економічна нестабільність у країні; відсутність безпеки громадян, невпевненість у майбутньому, погіршення показників рівня та якості життя. Як бачимо, формування міграційних потоків відбулося іще в кризових умовах перехідного періоду за наступних факторів: низька заробітна плата, зростання безробіття та вимушена неповна зайнятість, поширення бідності, високий рівень майнового розшарування населення.

Література

1. Зовнішні трудові міграції населення України // Лібанов Е.М., Позняк О.В., – К. РВПС України НАН України. – 2002.
2. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. (колектив авторів) / за ред. чл.-кор. НАНУ д.е.н., проф. Е.М. Лібанової. – К.: Український центр соціальних реформ, 2006. – С. 98.
3. Восточное партнерство: Панель по вопросам миграции и убежища – Электронный ресурс. – Режим доступа www.soderkoping.org.ua.
4. Державна служба статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу – www.ukrstat.gov.ua.

Олізько О.В., студентка
(науковий керівник - докт. екон. наук.,
професор Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПІДГОТОВКА КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Рівень кадрового забезпечення є визначальним фактором розвитку промислових підприємств. В умовах зростаючої конкуренції і швидкого оновлення технологій, підприємства спрямовують інвестиції у розвиток людських ресурсів, до складу яких входять і кваліфіковані робітничі кадри. Практика господарювання підприємств промисловості свідчить про нестачу кадрів за окремими професіями, особливо робітничими, що знижує їх конкурентоспроможність в умовах невідповідності рівня підготовки кадрів, представлених на ринку праці, вимогам робочих місць, непривабливості робітничих професій, відсутності прив'язки професійної підготовки фахівців та спеціалістів до потреб суспільного виробництва. Отже, проблема підготовки та перепідготовки робітничих кадрів для підприємств у сучасних умовах, які характеризуються скороченням державних програм навчання робітничим спеціальностям і падінням їх престижності стає актуальною потребою для виробничих підприємств України.

Більшість виробничих підприємств самостійно займаються підготовкою робітників необхідних професій та кваліфікації. Наявні на підприємстві робочі місця можуть бути заповнені трьома способами, які дозволяють збалансувати існуючі на ринку праці попит і пропозицію робочої сили:

- підготовкою нових робочих;
- перепідготовкою та навчанням наявних працівників суміжних професій;
- підвищенням кваліфікації робітників компанії.

Всі ці способи припускають, що робітники будуть навчатися з відривом або без відриву від виробництва, на робочому місці або поза ним. Для робітничих професій найбільш актуальним і найменш витратним способом є навчання безпосередньо на робочому місці і без відриву від виробництва. У цьому випадку підготовка і перепідготовка кадрів на підприємстві має оперативний характер, оскільки полягає в освоєнні конкретних інструментів і технологій, конкретного трудового процесу. Вона не вимагає ні додаткових фінансових вкладень, ні часу на адаптацію. Для навчання і підготовки використовуються такі методи, як наставництво, асистування, поступове ускладнення завдань.

Підготовка кваліфікованих робітничих кадрів може здійснюватися і поза підприємством з відривом або без відриву від виробництва, на базі спеціалізованих навчальних центрів. Оскільки в даний час підготовка і підвищення кваліфікації робітничих кадрів не регулюються на державному рівні, як це було за часів СРСР, це питання вирішується підприємствами за рахунок власних фінансових коштів і кадрового потенціалу. Тому підприємства змушені

створювати власні гнучкі системи підготовки та підвищення кваліфікації робітничих кадрів, що будуть здатні швидко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури, оперативно змінювати зміст, організаційну форму, та методики, що використовуються.

Вирішення проблеми підготовки кваліфікованих робітничих кадрів полягає в:

- розробці стратегії формування кваліфікованого і високопрофесійного кадрового складу підприємства;
- визначення реальної потреби у навчанні, перепідготовці та підвищенні кваліфікації робітників;
- вибір оптимальних форм і методів навчання;
- підбір методик, програм, засобів матеріально-технічного забезпечення процесу підготовки кадрів, як однієї з основних умов якості навчання;
- розрахунок майбутніх фінансових витрат і пошук додаткових коштів для забезпечення процесу належної якості.

Кадрова політика повинна відповідати тим стратегічним цілям, які стоять перед компанією – вона може бути спрямована на задоволення короткострокової потреби у працівниках, підготовку кваліфікованих робітників вузької спеціалізації, але й може бути розрахована і на довгострокову перспективу – підготовку робітників широкого профілю, здатних до швидкої і ефективної адаптації для вирішення нових завдань.

Зрозуміло, що завданням системи управління персоналом є не тільки якнайшвидше забезпечення підприємства робочими кадрами необхідної кваліфікації, але і мінімізація витрат на їх підготовку і перепідготовку. Тому так важливо правильно розрахувати необхідну чисельність робітників, які повинні будуть пройти підготовку і перепідготовку, а також вибрати оптимальні форми навчання.

При визначенні загальної потреби в кадрах, слід врахувати, яку частину з цієї кількості можна набрати зі сторони, оскільки ці робочі будуть потрібні для низькокваліфікованої праці. У разі, коли потрібна термінова модернізація виробництва і підготовка кадрів потрібної кваліфікації в короткий термін була б неможливою, то також буде потрібно провести пошук і відбір зі сторони. В інших випадках навчання повинне бути систематичним і плановим, з урахуванням графіка професійно-кваліфікаційного просування робочих компанії. При цьому розрахункову потребу в кадрах тієї або іншої спеціальності і кваліфікації необхідно постійно коригувати з урахуванням змін в структурі і специфіки виробництва, а також плінністю.

Після того, як визначена чисельність робітників, які будуть проходити навчання, слід визначити, яку частину з них підприємство може перенавчити і навчити самостійно, а також визначити з використанням яких форм навчання, а яку - за договорами зі сторонніми організаціями. Це можуть бути як навчальні заклади державної системи підготовки робітничих кадрів або промислові підприємства, які спеціалізуються на наданні послуг з професійної підготовки.

Важливо відмітити, що в даний час гострим є також питання кваліфікації, яка не притаманна наразі робітничим кадрам підприємств. Тому, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів не повинна бути формальною процедурою. Цей процес потрібно організовувати з урахуванням поточного моменту і реалій виробництва, тоді це буде не стаття витрат, а дійсно інвестиції.

Отже, навчання робітників, які раніше не мали професії, може здійснюватися на самому підприємстві за індивідуальною, груповою або курсовою формою, при цьому програма підготовки робітничих кадрів має включати як практичну частину, так і теоретичну, що забезпечуватиме розуміння суті виробничих процесів, механізованого та автоматизованого виробництва. Підготовка робітничих кадрів у цьому випадку може тривати від 3 до 6 місяців, її термін буде залежати від спеціальності і складності професії. За підсумками навчання робітнику присвоюється кваліфікація і тарифний розряд. Якщо професія у робочого вже є, перепідготовка та підвищення кваліфікації буде займати менше часу – від 1 до 2 місяців. Для підвищення економічної ефективності навчання рекомендується використовувати цей фактор не тільки для матеріальної і нематеріальної мотивації робітників, а й враховувати зацікавленість у розвитку кожного з них, індивідуальну здатність до навчання.

Література

1. Економіка праці та соціально-трудова відносина: підручник / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2009. – 711 с.
2. Крушельницька О.В. Проблеми та шляхи забезпечення промислових підприємств кадрами робітничих професій / О.В. Крушельницька, В.О. Ткачук // Проблема ефективного використання та професійно-технічної підготовки кадрів промислового сектору економіки України: Доповіді міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 28–29 листопада 2007 р.): У 2-х томах. – К.: РВПС України НАН України, 2008. – Т. 2. – С. 18–27.
3. Ничкало Н.Г. Трансформація професійно-технічної освіти України. / Н.Г. Ничкало. – К.: Педагогічна думка, 2008. – 200 с.

Орищенко Ю.О., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є досить актуальним питанням на сьогодні, оскільки для того щоб підприємство розвивалося потрібно забезпечити: ефективність виробництва, необхідний обсяг випуску сучасної продукції, високу якість продукції, залучення у виробництво продукції інновацій.

Проаналізувавши праці провідних вчених, можна дати таке визначення конкурентоспроможності підприємства – здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінкові й нецінові якості яких привабливіші, ніж у аналогічної продукції конкурентів [1].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства передбачає: аналіз фінансового становища; аналіз привабливості товарів та послуг на ринку; комплексний аналіз конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства.

Аналіз конкурентних переваг за М. Портером полягає в:

- 1) аналізі історії успішних галузей;
- 2) знаходженні позиції фірми у глобальному масштабі;
- 3) визначенні стратегії фірми;
- 4) визначенні ланцюга цінностей фірми;
- 5) аналізі факторів утримання конкурентних переваг;
- 6) аналізі детермінант конкурентних переваг країни;
- 7) розробленні, обґрунтуванні та узгодженні заходів підвищення конкурентоспроможності країни, галузей, окремих фірм;
- 8) контролі і мотивації досягнення результатів [2].

Підвищення конкурентоспроможності підприємств вимагає розробки і реалізації конкурентних стратегій.

Конкурентна стратегія – це комплекс розроблених заходів, які дають можливість утримувати і покращувати існуюче положення на ринку, розвиваючи заздалегідь визначені перспективні види продукції з метою розширення пропозиції, задоволення потреб споживачів та досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом підвищення його іміджу.

На кожному підприємстві має бути стратегія розвитку конкурентоспроможності підприємства. Варіанти стратегії можуть відрізнятися цілями, часовими параметрами та іншим.

Конкурентна стратегія повинна ґрунтуватися на всебічному розумінні структури галузі й процесу її зміни. У будь-якій галузі – суть конкуренції виражається п'ятьма силами: загрозою появи нових конкурентів; загрозою появи товарів або послуг-замінників; здатністю постачальників комплектуючих виробів і т.д. торгуватися; здатністю покупців торгуватися; суперництвом уже наявних конкурентів між собою. Значення кожної з п'яти сил змінюється від галузі до галузі й визначає в остаточному підсумку прибутковість галузей. У тих галузях, де дія цих сил складається сприятливо, численні конкуренти можуть одержувати високі прибутки від вкладеного капіталу. У тих же галузях, де одна або кілька сил діють несприятливо, далеко не всім підприємствам вдається тривалий час зберігати високі прибутки.

Вибір конкурентної стратегії визначають два головних моменти. Перший – структура галузі, у якій діє підприємство. Другий головний момент – це позиція, яку підприємство займає в межах галузі. Деякі позиції більше вигідні, ніж інші, поза залежністю від середньої прибутковості галузі. Проте кожний із цих моментів сам по собі недостатній для вибору стратегії.

Розробляючи конкурентну стратегію, підприємства прагнуть знайти й втілити спосіб вигідно й довгочасно конкурувати у своїй галузі. Універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, погоджена з умовами конкретної галузі промисловості, навичками й капіталом, якими володіє конкретне підприємство, може принести успіх [3].

Загалом, для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідним є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована

рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій, необхідно розробити та реалізувати конкурентну стратегію підприємства. Все це необхідно для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспроможність_підприємства.
2. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67549>.
3. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1618040953672/ekonomika/mozhливosti_pidvischennya_konkurentospro_mozhnosti_pidpriyemstva

Осіна І.А., студентка
Поляков С.В., студент
(науковий керівник – канд. екон. наук,
доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ІНФОРМАЦІЯ І БІЗНЕС

Інформація, що використовується в бізнесі повинна відповідати вимогам сьогодення.

Досліджуючи поняття «інформація» з огляду на її важливість для бізнесу, слід визнати, що найбільш регламентованою і на певний період достатньо однозначною є інформація про механізм регулювання діяльності компаній, оскільки економічні та адміністративні важелі держави встановлюються відповідними нормативними актами:

- законами, затвердженими законодавчою владою (Верховною Радою);
- декретами, що прийняті виконавчою владою (Кабінетом Міністрів);
- інструкціями, положеннями, рішеннями, що прийняті установами, які мають відповідні права (від державних міністрів до місцевих органів самоврядування).

При цьому інформація – це об'єкт цивільних прав, що належать до категорії нематеріальних благ. Згідно зі ст. 178 ЦК України, інформація може вільно відчужуватися або переходити за правонаступництвом чи успадковуватися іншим способом, якщо вона не вилучена із цивільного обороту чи не обмежена в ньому або є невід'ємною частиною фізичної чи юридичної особи.

Відзначимо, що цінність інформації визначається корисністю та здатністю її забезпечити суб'єкта необхідними умовами для досягнення ним поставленої мети.

Для бізнесу важливо враховувати переважно такі категорії інформації:

- важлива – незамінна та необхідна для діяльності; відновлення її після знищення неможливе або дуже трудомістке і пов'язане із великими витратами, а її помилкове застосування чи підроблення, спотворення й перекручування призводять до великих втрат;

- корисна – необхідна для діяльності, може бути відновлена без великих втрат, причому її модифікація чи знищення призводить до незначних втрат;

- конфіденційна – доступ до неї для частини персоналу або сторонніх осіб небажаний, оскільки може спричинити матеріальні й моральні втрати;

- відкрита – доступ до неї відкритий для всіх.

Для діяльності фірми важливою є інформація про:

- фінансовий стан;

- конкурентоспроможність продукції;

- чисельність і якість персоналу.

До інформації, що характеризує стан фірми, можна віднести:

- організаційно-правові характеристики: статус, форма власності, організаційна структура, наявність філій, торгова марка;

- виробничі потужності: розмір, структура, відповідність характеристиці нового товару;

- матеріальні ресурси: специфіка матеріальних ресурсів, розмір запасів, наявність і характеристика інформації, умови зберігання;

- трудові ресурси: чисельність персоналу, його склад і характеристики, джерела поповнення;

- організаційно-технологічні можливості: відповідність техніки, технології, організації виробництва вимогам до конкурентоспроможної продукції, наявність ліцензій і патентів;

- економічні характеристики: рентабельність, продуктивність праці, фінансовий стан;

- екологічні характеристики: рівень екологічної безпеки виробництва, можливості його сертифікації, атестації продукції;

- інші види інформації: кліматичні умови, наближеність до джерел ресурсів.

Розрізняють також інформацію: первинну, отриману безпосередньо у місцях її виникнення у процесі спеціальних досліджень, і вторинну - відомості за результатами досліджень, що проводилися раніше, аналітичні узагальнення (статистичні бюлетені, публікації, огляди).

Первинна інформація може бути отримана від:

- власного, створеного «під дослідження» підрозділу фірми;

- спеціалізованої консалтингової фірми (наприклад, агентство маркетингових досліджень);

- рекламного агентства.

Вторинну інформацію можна знайти у спеціалізованих виданнях («Маркетинг», «Все про бухгалтерський облік», «Вісник АПК», «Економіка України», «TheFinancialTimes» тощо), але найшвидше – за допомогою пошукових серверів Інтернету.

Так, основні макроекономічні показники в Україні розміщені на сайтах Державного комітету зі статистики. Тут можна знайти інформацію про розвиток сільського господарства, промисловості, інвестиційну та будівельну діяльність,

транспорт, структурні зміни, експорт, імпорт, споживчий ринок, ціни і тарифи, фінанси, грошові доходи, ринок праці, демографічну ситуацію та ін.

Отже, економічна, техніко-технологічна, соціальна, правова, статистична, екологічна інформація, безумовно, потрібні для формування фінансово-економічної політики приватних підприємств.

Остапенко І.В., студентка
(науковий керівник – докт. екон. наук.,
проф. Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПОНЯТТЯ І РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Світова економіка вступила в нову фазу, засновану на інформаційних технологіях, акцент переноситься на зв'язок та комунікації, і відповідно зростає роль не матеріального, а інтелектуального капіталу.

Виникнення інтелектуального капіталу, його функціонування забезпечується завдяки перетворенню знань, науки в безпосередню продуктивну силу. Саме інтелектуальний капітал нації дедалі більше перетворюється на провідний чинник економічного зростання та міжнародного обміну, радикальних структурних зрушень, стає головним у визначенні ринкової вартості високотехнологічних компаній та формуванні високого рівня конкурентоспроможності.

У процесі становлення в Україні ринкових відносин тенденції розвитку національної економіки до становлення виробництва науково-технічного типу висунули проблему інтелектуального капіталу та інтелектуальної праці.

Витоки теорії інтелектуального капіталу знаходяться у працях економістів минулих століть, економічні аспекти інтелектуального капіталу розглянуто в працях сучасних іноземних та вітчизняних економістів.

В умовах інформаційного суспільства інтелектуальний капітал визнається провідним ресурсом, наявність і використання якого є основою діяльності будь-якого індивіда, будь-якого економічного суб'єкта і впливає на його ефективне функціонування. Значущість цього фактора виробництва зростає з кожним днем, оскільки в сучасному світі пріоритет віддається інтелектуальній (творчій) діяльності індивідів. Основою суспільного розвитку людства визнаний «розумовий запас», тому проблема впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності суб'єктів є досить актуальною в даний час.

Категорія «інтелектуальний капітал» є відносно новою і дуже складною, тому в сучасній економічній літературі мають місце досить істотні відмінності в її трактуванні:

- 1) як знання;
- 2) як нематеріальні активи;
- 3) як інтелектуальні активи, інтелектуальні ресурси.

Проаналізувавши праці вітчизняних та зарубіжних вчених, можна дати наступне визначення цій економічній категорії: інтелектуальний капітал - це нагромаджена у процесі інтелектуальної діяльності сукупність знань, досвіду, навичок, творчості, здібностей, взаємовідносин, що мають економічну цінність і використовуються у процесі виробництва та обміну з метою отримання доходу [1].

Він поєднує у собі науковий потенціал підприємства, інтелектуальну працю та інтелектуальну власність, культуру управління і праці робітників, організаційну структуру, кваліфікацію персоналу, відомість заводської марки, торгового знаку тощо.

У сучасній економічній літературі інтелектуальний капітал аналізується в чотирьох взаємопов'язаних аспектах:

- 1) цінність, що визначається як актив, здатний приносити дохід;
- 2) система, що являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів;
- 3) процес, який відображає наявність відтворювальних характеристик, пов'язаних із кругообігом;
- 4) результат, що означає пріоритет у процесі споживання [2].

Структурно інтелектуальний капітал виступає як сукупність людського, організаційного, споживацького та інформаційного капіталів, котрі взаємодіють один з одним.

Людський капітал включає в себе знання, навички, творчі здібності, ноу-хау, креативний спосіб мислення, здоров'я, моральні цінності, культуру праці та якість життя.

Організаційний капітал – це сукупність технічного і програмного забезпечення, патентів, товарних знаків, промислових зразків, організаційної структури та корпоративної культури [3].

Під споживацький(клієнтським) капіталом мають на увазі зв'язки з клієнтами, торгові марки, бренди, зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про економічних контрагентів, історія взаємин з економічними контрагентами.

Інформаційний капітал – це інформація про клієнтів, постачальників, конкурентів, ноу-хау, науково-методичні матеріали, доступ до спеціальних баз даних наукових розробок та винаходів.

Отже, у сучасних умовах інтелектуальний капітал є пріоритетним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств, оскільки його формування та ефективне використання дозволяє суттєво впливати на здобуття конкурентних переваг та отримання значного економічного ефекту за умов жорсткої конкурентної боротьби.

Сьогоднішні умови, в яких відбувається формування інтелектуального капіталу є досить складними. Трансформаційна криза в Україні зумовила руйнацію науково-технологічної та підірвала духовно-моральну складову національного інтелектуального капіталу. За роки незалежності по всій території України поширилися процеси депопуляції населення, зменшення народжуваності й зростання смертності, у тому числі й серед населення працездатного віку. Величезних втрат продовжує завдавати інтелектуальному капіталу та науково-технічному потенціалу України міграція висококваліфікованих кадрів. Витрати на освіту в Україні неухильно зростають, водночас за величиною фінансових

витрат на душу населення вона поступається більшості країн світу, займаючи, зокрема, в Європі одне з останніх місць, до того ж інтелектуальний потенціал України практично не трансформуються у виробництво; низький рівень фінансування сфери охорони здоров'я та сфери культури. Виходячи з цього, в процесі формування національного інтелектуального капіталу виникають певні суперечності.

Завдання, що постають перед Україною сьогодні, полягають у реальній (а не формальній) зміні моделі соціально-економічного розвитку, яка має ґрунтуватися на формуванні та використанні інтелектуального капіталу, надання українському суспільству умов для відтворення його інтелектуального капіталу, пріоритеті інноваційної діяльності.

Література

1. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект // Інтелектуальний капітал. – 2004, № 1. – С. 16-27.
2. Вакульчик О.М. Формування економічної категорії «інтелектуальний капітал» в умовах стратегічного розвитку підприємства / О.М. Вакульчик, Г.Л. Ступнікер // Механізм регулювання економіки. – Дніпропетровськ, 2007. – №2. – С. 60-64.
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг. – Санкт-Петербург, 2001. – 286 с.

Притула В.М., студентка
(науковий керівник – докт. екон. наук.,
проф. Семикіна М.В.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВАЖЛИВІСТЬ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

У цивілізаційному процесі людина поступово, але неухильно долає залежність від природи, набуваючи свободи дій. Цілком інший економічний зміст набуває поняття «праця», що чітко проявляється при зміні стадій розвитку суспільства. Якщо у доіндустріальну, аграрну епоху провідною сферою зайнятості вважалось сільське господарство і діяльність людини повністю визначалась сезонним характером, то в індустріальну – промисловість, що породжувала залежність людини від ринку і спиралась на виробництво матеріальних благ. Масова освіта готувала робітників до рутинної праці, тоді як сучасний розвиток економіки супроводжується зростаючою індивідуалізацією праці, тому що стрімко зростають кваліфікаційні та інтелектуальні вимоги. При цьому, інтелектуальна праця перетворюється на самостійний елемент інформаційного ринку праці, який створює і визначає пропозицію робочої сили вищої кваліфікації. Це дає підстави говорити про посилення видової різноманітності форм зайнятості та престиж розумової праці.

При цьому слід зазначити, що науково-технічний прогрес прискорив моральне старіння не тільки основного капіталу, але й професійних знань,

особливо вищої кваліфікації. Статистичні дослідження дають можливість прослідкувати такі зрушення: щорічно оновлюється 5% теоретичних і 20% професійних знань. Прийнята у США одиниця виміру старіння знань спеціаліста – «період напіврозпаду компетентності» (зниження компетентності на 50%) в результаті появи нової інформації – показує, що у багатьох професіях цей поріг настає менш ніж через 5 років, тобто раніше, ніж закінчиться період навчання у ВНЗ. У міру зростання технічного рівня виробництва відбувається неперервний процес заміни однієї сукупної робочої сили іншою, більш якісною, з більш досконалою та прогресивною структурою, в якій якісний аспект переважає над кількісним [2].

В умовах економіки знань яскраво вираженою тенденцією повинне стати не екстенсивне розширення кількості працівників, а підвищення якості їх підготовки. Зростаюче значення праці фахівців вищої кваліфікації, відповідно до нових інформаційних вимог, відображається у швидкому зростанні освітнього потенціалу суспільства, що знаменує перехід формування людини, яка є не лише активним споживачем нових знань, а й їх генератором. Вирішення цієї проблеми вбачається у перманентному оновленні інтелектуального капіталу через самоосвіту, професійну перепідготовку, подеколи – кардинальну зміну профіля роботи, професійної належності тощо.

Зростаюча кількість людей за необхідності втягується в безпрецедентне розмаїття інформаційно орієнтованих типів робіт. Наукові й технічні працівники збирають і продукують інформацію, менеджери й фахівці опрацьовують її, викладачі й працівники комунікаційної сфери поширюють її. Дедалі більше суспільство усвідомлює, що змінюється основна субстанція економіки – головними стають знання, інформація, на яких базуються всі галузі світового господарства.

Серед чинників, що модифікують кількісно-якісну картину зміни видів трудової діяльності, велике значення має трудова активність, зміна масштабів якої зумовлена різним рівнем соціально-економічного розвитку та наявністю професійно-кваліфікаційного дисбалансу між потребами ринку праці й підготовкою кадрів. Процес інтелектуалізації суспільної праці зміщує вектор переміщень у сфері, пов'язані з інноваційною діяльністю, особливо у регіони, що притягують висококваліфіковану робочу силу. Спостерігається своєрідна професійна міграція на рівні не тільки спеціалізації, але й спеціальностей і навіть видів професійної діяльності. Це створює надзвичайно значущу проблему звільнення ринку праці від соціально інертних, нездатних піднятися з професійного дна низькокваліфікованих працівників, що зайняті рутинною, одноманітною працею, з низьким рівнем доходів.

Для української економіки, в структурі якої 10% займають особи найнижчої кваліфікації, особливого значення набуває не проблема вивільнення таких функціонально непридатних працівників із загального авангарду робочої сили, а випуск молодих фахівців.

На жаль, ситуація, яка на сьогодні спостерігається в Україні, ставить під загрозу якість підготовки кадрів. Так, середньосписковий працівник сфери матеріального виробництва має надзвичайно тривалий термін перепідготовки чи підвищення кваліфікації (у середньому 13-15 років), тоді як у розвинених країнах – 3-5 років. Проведені дослідження свідчать, що кожні два з трьох роботодавців

вважають, що рівень підготовки робітничих кадрів не відповідає потребам виробництва. Як наслідок, вакансії заповнюють ті, хто не здобув відповідної підготовки.

Вся система освіти України готує лише приблизно 3% фахівців постіндустріальних спеціальностей. У той же час у розвинених країнах на професії, де є перевага інтелектуальної праці, припадає основний приріст зайнятості: 85% – у США, 89% – у Великій Британії, 90% – у Японії. В Україні впровадження інновацій поки що залишається на недостатньому рівні, бо за останні роки знизився рівень інноваційної активності.

Крім зазначених трансформацій, О.А. Грішнвою було виявлено ще одну тенденцію впливу інтелектуалізації праці на суспільний розвиток. В Україні можна говорити про появу «інтелектуальної пустелі» та «інтелектуального болота» [1]. Ці нові економічні категорії можна трактувати у двох аспектах: з одного боку, інтелектуалізація праці та запровадження новітніх технологій, що здебільшого відбувається у великих промислових центрах (Київ, Дніпропетровськ, Харків, Львів), тобто тут акумулюється висока концентрація інтелекту, тоді як провінція залишається осторонь від більшості суспільно-політичних та економічних процесів; з іншого – названі категорії можна застосувати до галузей національної промисловості, а саме: в Україні відбувається швидкий розвиток тимчасово прибуткових галузей поряд з необґрунтованим занепадом перспективних.

Головними причинами зниження творчої активності українських працівників слід вважати відсутність необхідних матеріальних стимулів і гарантій соціального захисту, досконалої системи оцінки результатів професійної діяльності та заохочень до творчості. В Україні мотиваційний потенціал оплати інтелектуальної праці використовується недостатньо. За даними дослідження, за обсягом «втечі інтелекту» Україна посідає 52 позицію серед 60 країн. Поряд із «втечею назовні» спостерігається і внутрішня, тобто перехід найбільш здібних молодих фахівців зі сфери досліджень до сфери бізнесу, внаслідок чого престижними стають ті види діяльності, які легко приносять дохід і не потребують високого освітньо-кваліфікаційного рівня.

Подальша орієнтація на вкрай низьку оплату праці, що не відповідає складності та рівню інтелектуалізації, є несумісною з практичною реалізацією сучасних вимог до утвердження інноваційного характеру праці, піднесення її ролі й статусу у суспільстві. Необхідно зупинити як еміграцію значної частини талановитої молоді, так і масовий перехід її у сфери комерційної діяльності, де часто задля більшого заробітку здібні, творчо обдаровані люди працюють не за покликанням і не за спеціальністю, втрачаючи фах. Треба більше коштів вкладати в освіту, науку та інноваційне перетворення економіки, стимулювати творчість, конструкторську і винахідницьку діяльність, вміння знаходити неординарні рішення і брати на себе відповідальність за їх практичне втілення.

Отже, формування суспільства, в якому ключові позиції займають знання та інтелектуальна праця, повинно стати пріоритетним напрямом розвитку України. Потрібно розробити довгострокову національну стратегію, в основу якої покласти інноваційно-інтелектуальний, випереджальний принцип розвитку.

Література

1. Грішнова О.А. Інтелектуалізація праці – визначальна ознака постіндустріального суспільства / О.А. Грішнова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Зб.наук.пр. – Маріуполь: Вега-Принт, 2009. – С. 135 – 139.
2. Гук Н.А. Посилення інтелектуалізації праці та тенденції її структурних зрушень в Україні// Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №2 (116). – С.127
3. Сардак С.Е. Інтелектуалізація міжнародного руху людських ресурсів як провідний засіб вирішення глобальних проблем і викликів економічного розвитку / С.Е. Сардак // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2010. – № 4. – С. 6-11.

Пустовойт А.С.
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

В сучасних умовах сфера послуг стає однією із найприбутковіших сфер економіки. Головним механізмом, який забезпечує функціонування цього сектора економіки є людина. Саме тому надзвичайно важливо забезпечення високої продуктивності праці у сфері послуг. Досягнення цієї мети можливе завдяки правильній організації мотивації працівників. Адже, якщо людина має стимул до праці, то вона чітко й старанно йтиме до своєї мети. Саме тому, дослідження шляхів удосконалення процесу мотивації у сфері послуг є актуальним.

Вивченням проблем мотивації працівників займалися такі вчені, як М.І. Мурашко, В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич, В.М. Зайцева, Л.Є. Басовський, І.М. Герчикова, Л.П. Дядечко, Н.В. Дикань, Н.І. Кабушкін та інші. Незважаючи на актуальність теми, все-таки залишається мало дослідженим питання мотивації саме у сфері послуг.

Основним і визначальним фактором будь-якої діяльності є людина з її потребами та можливостями задоволення їх, рівнем соціальної й інтелектуальної свідомості, ціннісними орієнтирами. Тому проблему мотивації необхідно розглядати через призму людини з її вимогами, психологією і філософією життя, життєвим кредо. Тобто початковим пунктом управління є орієнтація на мотиви працівників [1, с. 235].

Мотивація – це процес спонукання людей до праці, який передбачає використання мотивів поведінки людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Поведінка людини визначається мотивами.

Мотив – це внутрішня спонукальна сила, яка примушує людину до здійснення певних дій або вести себе певним чином.

Мотиви проявляються у вигляді реакції людини на фактори його внутрішнього стану або впливу зовнішнього середовища, зовнішніх обставин, ситуацій, умов. Мотиви справляють вплив на поведінку людини, направляють її діяльність в необхідну для організації сторону, регулюють інтенсивність праці, трудовитрати, спонукають проявляти сумлінність, наполегливість, старанність в досягненні цілей. Мотиви починають діяти під впливом стимулів [2, с. 197].

Стимули – це всі ті засоби, які змушують людину діяти (працювати) для того, щоб досягти певної мети.

На практиці використовуються різні види стимулів.

1. Примушення. Підприємства розробляють адміністративні методи примушування, до яких відносяться: догана, звільнення з роботи й т.п.

2. Матеріальне заохочення – це стимул у матеріально-грошовій формі: заробітна плата, тарифна ставка, винагорода за результати, премія з прибутку, компенсаційна виплата, видача санаторних, туристичних та інших видів путівок тощо.

3. Моральне заохочення – це стимули, пов'язані з внутрішніми мотивами людської поведінки, до яких відноситься любов до своєї справи, прагнення до самовдосконалення, творчості та самовираження [5].

Керівники мають вимагати від своїх працівників енергійних зусиль для досягнення організаційної мети. Для цього вони повинні забезпечити потреби індивідуумів. Отже, в процесі мотивації відбувається, з одного боку, досягнення організаційної мети, а з другого – задоволення індивідуальних потреб [1, с. 237].

Головною особливістю праці на підприємствах сфери послуг є те, що співробітники такого підприємства знаходяться в постійному прямому контакті з клієнтом. Персонал має пам'ятати, що враження клієнта складається з найдрібніших його дій. Саме тому дуже важливою є система мотивування персоналу [4].

На підприємствах ресторанного господарства нині використовують дві взаємопов'язані системи мотивації – матеріальне та нематеріальне (моральне) стимулювання. При цьому, зазвичай, перше є домінуючим, а друге – у формі окремих складових, лише доповнює його.

Разом із гідною оплатою праці як додаткові матеріальні стимули можуть використовуватися:

- система нарахування премій;
- надання безкоштовного або пільгового харчування на підприємстві;
- оплата стільникового зв'язку, безпосередньо пов'язаного із здійсненням трудового процесу;
- відшкодування транспортних витрат;
- фінансування підвищення кваліфікації;
- часткова компенсація витрат на відпочинок тощо.

Ці пільги допомагають створити комфортні умови праці, завдяки яким людина буде задоволена своєю роботою не тільки через зарплату.

У сфері туризму мотивація працівників займає надзвичайно важливу роль. Адже, робота в туризмі – це постійний контакт з людьми і менеджер несе велику відповідальність за свої дії. Тому, щоб співробітники прагнули вкласти свої сили та енергію в роботу, вони мають бути достатньо мотивовані до цього. Відповідно:

1. Потрібно цікавитись не лише якістю виконання роботи своїх співробітників, але і проявляти інтерес до них, як до особистостей.

2. Необхідно відстежувати рівень мотивації.

3. У працівників туристичної фірми різні цілі і бажання, відповідно, їм необхідно надати різні можливості для роботи і професійного росту.

4. Необхідно знати чи підходить працівнику його робота.

5. Завдання підлеглим повинні бути ясними.

6. Створити банк ідей.

7. Необхідно також усунути чинники, які заважають успішній мотивації. Для підтримання хороших умов праці в туристичній фірмі особливу увагу необхідно

приділити соціально-психологічним факторам. Наприклад, через тривалу і монотонну роботу на комп'ютері співробітники відчувають психологічний і фізичний дискомфорт. Зазвичай, це відображається в зниженні ефективності роботи менеджерів. Тому, щоб знизити психологічне та фізичне навантаження, можливе введення додаткової 5-хвилинної перерви на кожну годину роботи, якою співробітник зможе розпорядитися на свій розсуд, наприклад, піти на 15 хвилинну перерву раз в 3 години, а також надання кімнати відпочинку, де персонал відпочивав би під час обідньої перерви [6].

Аналізуючи всі методи, які можуть бути використані для того, щоб мотивувати працівників, можна виокремити кілька порад, які були б ефективними для мотивації працівників сфери туризму:

- 1) надання співробітникам оплачених відпусток та святкових днів;
- 2) можливість кар'єрного росту;
- 3) підвищення освітнього рівня працівників (можливість їздити у безкоштовні рекламні тури, брати участь у семінарах);
- 4) створення сприятливої атмосфери в колективі;
- 5) надання знижок на подорожі для працівників та їх найближчих родичів.

Висновки. Ефективна система мотивації на підприємствах сфери послуг створює таку атмосферу, коли працівники відчувають потребу працювати з максимальною віддачею для успіху закладу. Саме тому, першочерговим завданням роботодавця є налагодження системи стимулювання працівників. Це допоможе активізувати роботу всього колективу, підвищить продуктивність праці та, як наслідок, принесе свою користь для всього підприємства.

Література

1. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. – 435 с.
2. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
3. Міценко Н.Г., Радюк І.І. Торгівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Випуск 15. – С. 32-34.
4. Бечвая І. Особливості праці на підприємстві сфери послуг. Роль мотивів та стимулів у трудовому процесі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshbnik.m/servis/499-osoblivosti-pratsi-na-pidpriemstvi-sferiposlug-rol-motiviv-ta-stimuliv-v-tmdovomu-protsesi.html>.
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko82.htm
6. Зайцева В. М. Аналіз системи мотивації персоналу на туристичних підприємствах [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_2015_3_10.pdf

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

«Забезпечення сталого розвитку людства – найважливіша проблема, що стоїть перед світовою спільнотою». Таку заяву зробила в 1987 році Генеральна Асамблея ООН. Від -41 тоді ці слова не втратили актуальності – концепцію сталого розвитку активно обговорюють і тепер. Світова спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій щодо запровадження сталого розвитку, а саме: стандарт ISO 14000 у галузі систем екологічного менеджменту, Global Reporting Initiative (GRI) – рекомендації щодо звітності в галузі сталого розвитку, міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, ISO 9001:2000 тощо.

Сталий розвиток ООН визначила основним напрямом розвитку цивілізації на XXI століття. Україна належить до тих держав, які зобов'язалися запровадити в систему господарювання принципи сталого розвитку [3, с.12].

Однією з ключових проблем на сьогодні є проблема соціальної відповідальності бізнесу, тобто його відповідальності перед місцевою громадою або суспільством в цілому. Можемо спостерігати неоднозначні процеси в цій галузі: з одного боку – зростання активності підприємств великого бізнесу, а з іншого – нерозуміння малими та середніми підприємствами ролі та значення соціальної відповідальності бізнесу в забезпеченні сталого розвитку.

Зародження ідей соціальної відповідальності припадає ще на XVIII–XIX століття, коли власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями. Одним із найвідоміших прибічників ідеї соціальної відповідальності був англійський промисловець, соціаліст-утопіст Роберт Оуен, який розробив проект покращання умов життя працівників однієї із прядильних фабрик у Шотландії та висловив ідею про необхідність державного регулювання соціально-трудових відносин на виробництві. Погляди Р. Оуена про необхідність державної регламентації соціальної відповідальності підприємців пізніше були розвинені французьким промисловцем Даніелем Леграном, який запропонував ідею про необхідність запровадження міжнародних трудових норм, які б визначали умови праці на заводах та фабриках.

Незважаючи на поширення практики впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у діяльність окремих українських компаній, керівництво більшості підприємств усе ще не усвідомлює переваг від переходу на якісно новий рівень ведення бізнесу.

Вважається, що основними перешкодами на шляху України до сталого розвитку є обмеженість ресурсів, гострота проблем, пов'язаних зі складним періодом соціально-політичних і економічних перетворень, застарілі структура та низький технологічний рівень промисловості. Все це, безумовно, так, але

основною перешкодою сталому соціально-економічному розвитку України є брак соціальної відповідальності з боку державної влади, бізнесу і громадянського суспільства. Світовий досвід свідчить, що сталий гармонійний розвиток можливий лише за умови належного рівня соціальної відповідальності цих головних суб'єктів соціуму, насамперед бізнесу, враховуючи його провідну роль у суспільстві [2, с.109]. Незважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, подальший розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання усіх форм власності напряму залежить від запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. Варто зазначити, що під соціальною відповідальністю компанії розуміють її діяльність за трьома видами відповідальності: економічною (якість та безпека продукції і послуг, їх фізична й цінова доступність), екологічною (зниження рівня шкідливих викидів і зменшення інших навантажень на навколишнє середовище) та соціальною (інвестування у розвиток колективу компанії, реалізація зовнішніх соціальних проектів тощо). Враховуючи це, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність є складовою корпоративного управління, а не просто функцією зв'язків із громадськістю.

Фактично корпоративна соціальна відповідальність – це політика і реалізація стратегії сталого розвитку компанії. Вплив соціальної відповідальності на привабливість бізнесу для інвесторів важко переоцінити: кожен інвестор, приймаючи серйозне рішення щодо купівлі пакетів акцій тієї чи іншої компанії, оцінює весь спектр ризиків, в тому числі екологічні та соціальні.

Управління бізнесом на основі принципів сталого розвитку допомагає не тільки поліпшити ділову репутацію та знизити ризики, а й підвищити вартість компанії в довготерміновій перспективі. З цією метою кожна соціально відповідальна компанія має намітити та виконати низку завдань, а саме:

- 1) налагодити взаємодію з зацікавленими сторонами або підвищити ефективність такої співпраці;
- 2) дослідити необхідність здійснення ефективних заходів з управління екологічними і соціальними ризиками та розробити плани їх реалізації;
- 3) визначити пріоритетні напрямки діяльності в сфері сталого розвитку; забезпечити відповідність соціальної стратегії корпоративним цілям компанії;
- 4) зміцнити ділову репутацію компанії, зокрема, підвищенням рівня прозорості діяльності в сфері сталого розвитку.

Відповідно, кожна компанія має спрямовувати свої зусилля в напрямку розроблення і реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ); формування регламентів компанії в галузі сталого розвитку; підготовки звітності в галузі сталого розвитку, яка відповідає міжнародним стандартам тощо.

Отже, кожне підприємство, яке планує довго та успішно працювати на ринку, має зрозуміти стратегічну значимість цієї роботи для стійкості свого бізнесу. Діяльність компаній у даній галузі необхідно здійснювати в напрямку побудови зрозумілих і ефективних відносин з регіональною та місцевою владою, громадянським суспільством. При цьому добровільна відкрита звітність дає компаніям змогу продемонструвати свою прихильність принципам концепції КСВ та сталого розвитку, стати прозорою для суспільства і надати значиму для неї інформацію в рамках корпоративної екологічної, соціальної та етичної результативності.

Отже, лише завдяки реалізації заходів з підтримки соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу та побудові стабільних партнерських відносин можна забезпечити сталий розвиток суспільства. Досвід розвинених країн переконливо свідчить, що реалізація концепції сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності спроможна дати вагомий економічний і соціальний ефект. Для України це чи останній шанс вивести країну з кризового стану, однак таке навряд чи можливе без наполегливої праці держави, бізнесу і громадянського суспільства [2, с. 115].

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність – це не лише відповідальність компанії перед працівниками та підприємствами, з якими вона стикається в процесі своєї діяльності, перед місцевою громадою та суспільством в цілому, а й цілісна філософія організації підприємницької діяльності, якої дотримуються компанії, що мають на меті забезпечення гідного рівня життя людей, збереження навколишнього середовища і, відповідно, сталого розвитку суспільства.

Література

1. Бас Ю. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток. – [Електронний ресурс] / Ю. Бас. – Режим доступу: <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-conferencia-1-11-2012/354-2012-11-01-06-57-27.html>
2. Лебедев І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності / І.В. Лебедев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1 (139). – С. 106-116.
3. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О.О. Охріменко, Т.В. Іванова. – К. : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. – 180 с.
4. Харламова А.О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії / А.О. Харламова // Ефективна економіка. – 2012. – № 2.

Сокол Т.О., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВ

Системна політична та економічна криза, в якій перебуває Україна наразі, висуває нові вимоги до функціонування та розвитку системи управління первинного осередку національної економіки – підприємства. Це вимагає перманентного пошуку шляхів адаптації функцій системи управління до складних економічних умов та впровадження новітніх форм управління.

Важливе місце у забезпеченні безпеки діяльності господарюючих суб'єктів належить контролю. Контроль розвивається та трансформується у міру зміни суспільно-економічних формацій.

У зв'язку з цим виникла нагальна потреба в підвищенні ефективності системи внутрішнього контролю, адже негайний пошук оптимальних рішень буде запорукою розвитку і вдосконалення теорії і практики контролю. Особливої

гостроти проблема організації внутрішнього контролю набуває на сучасному етапі розвитку національної економіки, коли одним із основних пріоритетів діяльності суб'єктів господарювання є забезпечення їх економічної безпеки [2, с. 143-144].

Функціонування системи внутрішнього контролю буде результативним, якщо в процесі її роботи дотримуватимуться такі основні принципи:

- ієрархічності контролю – організаційна структура на підприємстві повинна передбачати виконання контрольної функції на всіх рівнях – від керівника до кожного робочого місця;

- інтеграції контролю – контроль слід розглядати в поєднанні з іншими функціями управління в загальній його системі;

- відповідальності – кожен суб'єкт внутрішнього контролю за неналежне виконання контрольних функцій, передбачених посадовими обов'язками, повинен нести економічну і (або) дисциплінарну відповідальність;

- збалансованості – суб'єкту внутрішнього контролю не можна доручати виконання функцій, не забезпечених відповідними організаційними (наказ, розпорядження) і технічними (програми, рахункові й мірні пристрої) засобами для їх належного виконання;

- своєчасного повідомлення про виявлені істотні відхилення – інформація про них повинна бути оперативно доведена до осіб, які безпосередньо приймають рішення за даними відхилень;

- відповідності контролюючої та контрольованої систем – ступінь складності системи внутрішнього контролю господарюючого суб'єкта повинна в кожен конкретний момент часу відповідати ступеню складності його бізнесу;

- постійності – система внутрішнього контролю повинна діяти на постійній основі, що дозволить своєчасно виявляти відхилення від планових завдань і норм;

- комплексності – весь комплекс об'єктів внутрішнього контролю в господарюючого суб'єкта повинен бути охоплений його різними формами залежно від рівня ризику;

- здійснення контролю за центрами відповідальності – забезпечує наближення контролю до об'єкту, передбачає розподіл обов'язків та повноважень, надає можливість оперативно оцінювати якість управлінських рішень;

- протилежності інтересів – передбачає створення та підтримання такої ситуації, коли будь-які відхилення у одного учасника контрольних взаємовідносин призводили б до ущемлення інтересів іншого;

- незалежних перевірок – означає, що вся діяльність підприємства повинна підлягати періодичним перевіркам незалежними суб'єктами контролю;

- циклічності контролю в часі – дозволить ефективно використовувати результати попереднього контролю в поточному, поточного – в наступному, наступного – в попередньому [1, с. 58-60; 3, с. 70].

З урахуванням визначених принципів розробляються конкретні вимоги до учасників процесу внутрішнього контролю. При формуванні системи внутрішнього контролю слід домагатися нормативного закріплення таких основних вимог:

- вимога підконтрольності кожного суб'єкта контролю, що працює на підприємстві (виконання одним суб'єктом контрольних функцій має бути в обов'язковому порядку підконтрольне на предмет якості іншому суб'єкту внутрішнього контролю);

– вимога ущемлення інтересів (необхідно за допомогою нормативних документів створювати спеціальні умови, за яких будь-які негативні відхилення ставлять конкретного працівника або структурний підрозділ в економічно не вигідне становище);

– недопущення зосередження прав контролю на всіх його об'єктах у руках однієї особи (у системі внутрішнього контролю можуть діяти різні суб'єкти контролю; недотримання цієї вимоги створює умови для необ'єктивного відображення у звітних матеріалах результатів перевірок);

– вимога зацікавленості керівництва підприємства (ефективне функціонування системи внутрішнього контролю неможливе без належної зацікавленості та участі в її роботі представників власників і топ-менеджменту господарюючого суб'єкта);

– вимога компетентності, сумлінності та чесності аудиторів і контролерів підприємства (якщо співробітники підприємства, до службових функцій яких віднесено здійснення внутрішнього контролю, не володіють зазначеними характеристиками, то навіть ідеально організована система не зможе працювати ефективно);

– вимога придатності методик і програм, що застосовуються в роботі системи внутрішнього контролю (методики і програми повинні бути доцільні, раціональні, науково обґрунтовані та не призводити до зайвих витрат праці і коштів);

– вимога безперервності розвитку і вдосконалення (необхідно постійно стежити за новітніми технологіями та іншими досягненнями науки і практики);

– вимога розстановки пріоритетів відповідно до ризиків (тотальний контроль над поточними малозначимими операціями не є раціональний; він відволікає сили фахівців підприємства від вирішення проблем, що серйозно впливають на його фінансовий стан);

– вимога одиничної відповідальності (неприпустимим є закріплення однієї і тієї ж контрольної функції за кількома суб'єктами контролю, оскільки це неминуче призведе до безвідповідальності, витрат зайвих сил і засобів);

– вимога функціонального потенційного заміщення (тимчасове вибуття окремих суб'єктів контролю (наприклад, у відпустку, на лікарняний тощо) не повинно переривати контрольні процедури або ускладнювати їх виконання; для зниження впливу цього фактора необхідно домогтися того, щоб кожен суб'єкт контролю вмів виконувати належною мірою контрольну роботу вищого і одного-двох працівників свого рівня);

– вимога регламентації (ефективність функціонування системи внутрішнього контролю безпосередньо залежить від наявності, якості та рівня затверджених регламентів (правил, стандартів), якими вона керується, а також від їх точного виконання суб'єктами контролю);

– вимога взаємодії та координації (система внутрішнього контролю повинна функціонувати на основі чіткої взаємодії всіх підрозділів і служб підприємства; такої взаємодії можна досягти шляхом розробки комплексу нормативних документів, що регламентують контрольну діяльність структурних підрозділів і керівників підприємства, а також системно-орієнтованого планування проведення перевірок) [1, с. 61-64].

Література

1. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации [Текст] / В.В. Бурцев. – М.: «Экзамен», 2000. – 320 с.
2. Пугаченко О.Б. Концептуальні засади організації внутрішнього контролю в системі управління економічною безпекою суб'єктів господарювання / О.Б. Пугаченко, Т.В. Фоміна // Управління системою економічної безпеки суб'єктів господарювання : обліково-аналітичне забезпечення [Коллективна монографія] / За ред. Черевка О.В., Гнилицької Л.В., Мігус І.П. – Черкаси: ПП Чабаненко Ю.А., 2015. – С. 143-172.
3. Фоміна Т.В. Організація і методика внутрішньогосподарського контролю на підприємствах олійножирової галузі України : дис. кандидата екон. наук: 08.00.09 [Текст] / Т.В. Фоміна. – О., 2007. – 168 с.

Соловійова В.Ю., студентка
Центрально український національний
технічний університет
м. Кропивницький

СТРАХОВИЙ МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуті особливості розвитку страхового маркетингу, специфіку використання маркетингових технологій у страхуванні. Визначено місце маркетингу в менеджменті страхової компанії. Також визначені проблемні питання запровадження концепції маркетингу в розвиток страхового ринку України. На сьогоднішній день ринок страхування переживає стадію розвитку, тому для оптимізації та для покращення конкурентоспроможності учасників страхового ринку необхідні постійні та методичні дослідження потреб та поведінки як страховиків так і страхувальників. З цією метою проведено дослідження теорії страхового маркетингу, специфіки реалізації його принципів та інструментів.

Дослідження страхового маркетингу слід пов'язувати зі станом страхового ринку України, який є головним сектором ринку фінансових послуг і за обсягом коштів, і за ступенем законодавчої, нормативної і організаційної діяльності, однак який ще не набув широкого розвитку. На сьогоднішній день саме на маркетингу страховики вирішують заощадити, що пояснюється тим, що українські виробники страхових послуг більше все ще недостатньо орієнтовані на споживача.

Доводиться визнати, що в нашій країні немає страхових компаній, які могли б повністю використовувати досвід сучасних іноземних страховиків без його адаптації до особливостей української дійсності. У зв'язку з цим вітчизняні страховики, насамперед, мають потребу в практичних рекомендаціях із пристосування й впровадження міжнародного маркетингового досвіду в українських умовах. А саме тому, страховий маркетинг повинен стати невід'ємною частиною діяльності будь-якої страхової компанії, завдяки чому вона зможе раціональніше використовувати наявні ресурси, досягнути належного рівня організації діяльності і ефективнішого надання страхових послуг.

Об'єктом дослідження є страховий маркетинг як важлива складова управління діяльності страхової компанії.

Метою дослідження є вивчення основних аспектів використання страхового маркетингу в Україні, визначення його проблем і пріоритетних напрямків подальшого розвитку в сучасних умовах функціонування ринку страхових послуг.

Аналіз останніх публікацій. Найкраще висвітлення проблеми використання страхового маркетингу знайшли в публікаціях О.В. Чеберяко та А.В. Смаля, В. Плиси, Ф. Котлера, В. Базилевича, К. Базилевича, Заволюка Л.О.

В сучасній економічній теорії не існує єдиного трактування поняття страхового маркетингу. Плиса В.Й. визначає страховий маркетинг як діяльність страховика з вивчення страхового ринку, формування страхових послуг і визначення на них ціни за кожним видом страхування, управління продажем. [3].

Згідно з Базилевичем В.Д. страховий маркетинг – це комплекс заходів, спрямованих на формування та постійне вдосконалення діяльності страхової компанії, а саме [4]:

Страховий маркетинг – це ряд дій, які спрямовані на максимізацію прибутку страхової компанії за рахунок більше глибокого аналізу потреб страхувальників. Також під страховим маркетингом розуміють систему понять і прийомів, що забезпечують оптимальну взаємодію й взаєморозуміння між страхувальником і страховиком.

Під маркетингом страхових послуг розуміють комплекс дій, спрямованих на збільшення прибутку страховика чи максимальне розширення збуту страхової продукції за рахунок якнайповнішого врахування потреб страхувальників.

Незважаючи на позитивні зрушення в останні роки на ринку страхових послуг в Україні, існує низка факторів, які гальмують його розвиток. Серед них можна виділити [1]:

- високий рівень недовіри до фінансової системи в цілому;
- дуже низький рівень доходів населення; використання страховими компаніями недосконалих стратегій, здебільшого заснованих на одиничних, не пов'язаних між собою дослідженнях;
- невідповідний рівень страхової культури; неефективне розв'язання практичних задач соціального захисту населення;
- нерозвиненість системи рейтингової оцінки страховиків, непрозорість ринку, відсутність дієвих механізмів захисту прав страхувальників;
- нерозвиненість інфраструктури, відсутність затвердженої державної концепції розвитку страхового ринку, державних програм підготовки страхових посередників (брокерів, андерайтерів, аварійних комісарів і ін.);
- слабкий фондовий ринок, та багато іншого.

Ці проблеми можна вирішити через впровадження ефективного механізму страхового маркетингу. Основними факторами, що гальмують розвиток страхового ринку в Україні, що безпосередньо впливає і на дії маркетингу, є високий рівень недовіри населення до фінансової системи в цілому, низький рівень доходів населення, а також низький рівень страхової культури. А тому виважена політика в сфері страхового маркетингу повинна сприяти підвищенню рівня страхової культури, а також стимулювати розвиток страхового ринку.

Проте загострення конкурентної боротьби на ринку страхових послуг України повинно сприяти поживавленню маркетингової діяльності страховими компаніями, що ставлять на меті підвищення рівня конкурентоспроможності та розширення своєї частки ринку. Це передбачає використання в маркетинговій

діяльності страхових компаній сукупності методів та заходів, що сприятимуть ефективному її функціонуванню в умовах невизначеності ринкового середовища.

Роль маркетингу в страховій діяльності є важливою – уміння оцінити наявну ситуацію на ринку, виявити потреби споживачів, розробити ефективну політику збуту, провести аналіз діяльності і визначити перспективи розвитку[2].

Наявна ситуація на ринку страхових послуг спонукає страховиків удосконалювати свою діяльність і розробляти довгострокові стратегії розвитку, адже ефективна і продумана діяльність, спрямована, перш за все, на комунікацію з потенційними споживачами і розробку каналів збуту, чинник досягнення успіху.

У цей час не можна недооцінювати значення маркетингу в страхуванні. Тому що маркетинг являє собою й інструмент конкурентної боротьби, і засіб адаптації виробництва до потреб споживачів, то можна сказати, що страховий маркетинг – це засіб конкурентної боротьби, що найбільше повно враховує потреби страхувальників[5].

Існує ряд причин, які зумовлюють такий низький рівень застосування страхового маркетингу [6]:

1. Недостатність навичок цивілізованого бізнесу у страховиків, відсутність довгострокового планування і бачення перспективи розвитку компанії, орієнтація страховиків на короткострокові потреби сьогодення.

2. Сучасний страховий маркетинг є дуже дорогим, а значна більшість вітчизняних страховиків не має інвестиційних можливостей для розвитку маркетингових проєктів. Слід враховувати й те, що в список лідерів національного ринку, які володіють інвестиційним потенціалом, входить значна кількість кептивних і корпоративних компаній, не зацікавлених в широкому розвитку страхового маркетингу.

3. Переважна орієнтація великих компаній на страхування юридичних осіб, а також надмірний розвиток «зарплатного» страхування. Страховий маркетинг можна застосовувати в повному обсязі на масових ринках, таких, як страхування фізичних осіб, малого і середнього бізнесу. Повномасштабне застосування страхового маркетингу на ринку підприємств ускладнюється необхідністю обліку індивідуальної специфіки клієнтів: тут часто зустрічаються штучні страхові продукти і програми, погано вписуються традиційні маркетингові підходи.

4. Розвиток страхового маркетингу уповільнюється тим, що для його впровадження в повсякденне життя компанії потрібна ломка існуючого технологічного процесу, що може поставити під удар комерційний успіх страховика в найближчій перспективі.

Отже, особливості маркетингу в страховій діяльності пов'язані з багатьма загрозами, проблемами, великими можливостями і перспективами. Страхові послуги – специфічний продукт, «продажі» якого ускладнюється державною регламентацією і наявним макроекономічним становищем.

Сучасний стан страхового ринку включає у себе ряд підстав для того, щоб вважати, що український страховий маркетинг має певні перспективи [7]:

1. Перенесення акцентів серед великих українських страхових компаній на ринок фізичних осіб. Саме цей сегмент в усьому світі є класичним полем докладання маркетингових зусиль.

2. Розвиток ринку і збільшення оборотів страхових компаній неминуче призведе до підвищенню інтересу до нього з боку фінансових інститутів (банків,

інвестиційних фондів і т.п.), що, в свою чергу, буде сприяти підсиленню інтересу до маркетингових досліджень ринку.

3. Зростання конкуренції також викличе підвищення інтересу до маркетингу, адже він є потужним інструментом конкурентної боротьби за споживача.

Тому, удосконалення маркетингу в такій важливій галузі, як страхування, приведе до нового рівня економічного піднесення країни, сприятиме якісним зрушенням у страховій сфері, розвиткові добросовісної конкуренції на вітчизняному ринку послуг.

Література

1. Демко, В.В. Проблеми та перспективи розвитку страхового маркетингу в Україні / В. В. Демко. // DataLifeEngine. – 2013. – С. 36.
2. Чеберяко О.В., Смаль А.В. Роль маркетингу в підвищенні ефективності страхування та його особливості. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vzuk/2008_18_tom_2/251_258.pdf
3. Плиса В.Й. Страхування : Підручник. – К.б Каравелла, 2010. – 472 с.
4. Базилевич В.Д. Страхування: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К. : Знання-Прес, 2010. – 1019 с.
5. Василенко Л., Тринчук В., Історико – економічні передумови виникнення страхового маркетингу // Страхова справа. – № 5 (9) 2010. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://forinsurer.com/public/03/12/07/869>.
6. Страховой маркетинг. (Актуальные вопросы методологии, теории и практики). 2-е изд. / Д.С. Туленты, В.Б. Гомелля. – М.: Анкил, 2015. – 128 с
7. Підсумки діяльності страхових компаній за 9 місяців 2015 року / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nfp.gov.ua/files/sector/sk_9_mis_2015.pdf

Стець І.Г., студентка
(науковий керівник –
викладач Полтавець М.М.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Україна є одною з найбільш енергозалежних країн Європи яка споживає у загальному балансі більше 60-70% імпортованих енергоресурсів. Основною причиною цього є не відсутність власних енергоресурсів, а їх неефективне використання, що загрожує національним інтересам та безпеці країни. Тому вирішення завдань з впровадження енергозбереження та підвищення енергоефективності є одними з першочергових для економіки України [1].

Енергоефективність на виробництві дозволяє в комплексі вирішувати енергетичні, економічні та екологічні проблеми. Це можливість нарощувати обсяги виробництва і при цьому скорочувати енергоспоживання та викиди CO₂, випускати якісну продукцію та створювати нові робочі місця з конкурентною

зарплатнею. В свою чергу, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств позитивно вплине на зростання економіки всієї країни.

Ефективне управління споживанням енергетичних ресурсів не можливе без впровадження на підприємствах систем енергетичного менеджменту. Це пов'язано зі специфічними властивостями паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР), як об'єкту управління. Особливими рисами ПЕР є:

- висока вартість та тенденція до її постійного зростання;
- обмеженість (в умовах енергетичної кризи є ризик обмеженості доступу до ПЕР), що може негативно вплинути на економічну безпеку підприємства в контексті ресурсно-функціонального підходу;
- монополія на ринку ПЕР України та відсутність альтернативного ресурсу, який міг би у повному обсязі компенсувати ПЕР, не обмежуючи виробничі потужності промислового підприємства;
- відсутність можливості (фінансової, технологічної тощо) самостійно виробляти у повному обсязі «власний ресурс», необхідний для функціонування промислового підприємства.

За даними рейтингу енергоефективності областей України «Ukrainian Energy Index» за 2013-2015 рр., Україна має значний нереалізований потенціал енергозбереження особливо у промисловому секторі [2]. На енергоефективність українських підприємств негативно впливають домінування застарілих енергоємних технологій та зношеність основних фондів. Здійснюючи модернізацію системи енергопостачання виробництва, підприємства одночасно вирішують низку важливих завдань: підвищення ефективності виробництва, економії дорогих енергоресурсів, зменшення викидів в атмосферу, підвищення безпеки обладнання і праці, тощо. Виходячи з вищевикладеного, управління енергоефективністю підприємств можна вважати елементом ресурсної теорії, основним завданням якої є підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання шляхом управління використанням будь-яких ресурсів, що необхідні для забезпечення його функціонування.

У контексті управління енергоефективністю промислових підприємств заходи з енергозбереження мають відповідати наступним вимогам:

1. Масштабність. Необхідно охопити усі можливі сфери діяльності підприємства, що причетні до виробництва, розподілу та споживання ПЕР, виявити сфери виникнення ризиків з метою зниження ступеня невизначеності до мінімуму.

2. Мінімізація. Підприємство повинно мінімізувати кількість можливих ризиків та загроз, що пов'язані з неефективністю функціонування системи енергетичного менеджменту за допомогою різноманітних сучасних методів управлінського впливу (контролю, моніторингу, внутрішнього аудиту тощо).

3. Адекватна реакція. Підприємство має швидко реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що призводять до виникнення реального ризику чи загроз безпеці функціонування підприємства за рахунок ефективної організації робіт з розробки стратегії розвитку підприємства.

Промисловість має достатньо великий потенціал до скорочення енергоспоживання. Відповідно до Національного плану дій з енергоефективності, до 2020 року в Україні використання енергоресурсів у цій сфері має бути зменшено на 25%. Крім цього, у 2016 році Україна приєдналась до Паризької угоди та взяла на себе підвищені зобов'язання щодо зменшення викидів

парникових газів в атмосферу [3]. В цих умовах, нагальною постає потреба створення стимулюючого механізму державної підтримки промислового сектору. Наприклад, кошти від податку за викиди вуглецевого газу мають акумулюватися у спеціальному фонді державного бюджету і використовуватись виключно для фінансування заходів з енергозбереження та впровадження відновлювальних джерел енергії на підприємствах. Подібні механізми вже більше 25 років успішно працюють в Норвегії, Данії, Фінляндії, Швеції де довели свою ефективність. У цих країнах частка відновлюваних джерел енергії у енергетичному балансі на сьогодні складає від 31% до 69%.

Підводячи підсумок слід відзначити, що резерви енергозбереження в народному господарстві країни оцінюється в більш, ніж 27 млн. тонн нафтового еквіваленту, що відповідає майже 30 млрд. кубометрів природного газу. Отже, Україна має величезний потенціал підвищення енергоефективності – більше 10 млрд дол. США, проте зниження енергоємності економіки в порівнянні з розвинутими країнами світу, відбувається занадто повільно.

Література

1. Дідук О.В. Альтернативна енергетика – шлях до енергонезалежності / О.В. Дідук // Офіційний сайт компанії «Альянс «Нова енергія України», розділ «Блоги», стаття «Альтернативна енергетика – шлях до енергонезалежності»
2. Всеукраїнський загальнополітичний освітянський тижневик «Персонал Плюс» / С.І. Черевко // «Персонал Плюс» – 2013. – № 17(220) [Електронний ресурс]: <http://sacee.gov.ua/uk/news/817>

Суліма А.Д., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Процеси управління людьми здійснювались у всіх цивілізаціях і різних соціумах. Управління персоналом – це специфічна функція управлінської діяльності, головним об'єктом якої є люди, що входять в певні соціальні групи, трудові колективи. Як суб'єкт управління виступають керівники і спеціалісти, які виконують функції управління стосовно своїх підлеглих. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних, організаційно економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства. Планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів є основним змістом управління персоналом.

Управління персоналом – це і наука, і мистецтво ефективного управління людьми в умовах їх професійної діяльності. Це система принципів, методів і механізмів оптимального комплектування, розвитку й мотивації та раціонального використання персоналу. Управління персоналом повинно відповідати концепції розвитку підприємства, захищати інтереси працівників і забезпечувати

дотримання законодавства про працю при формуванні, закріпленні (стабілізації) і використанні персоналу [1, с. 15].

Ефективне управління персоналом, як правило, будується на основі певних принципів. Ось деякі з них:

1. Взаємна довіра керівника і колективу, добрі стосунки між співробітниками.
2. Правильне співвідношення поставлених завдань і здібностей людини.
3. Матеріальне й моральне заохочення персоналу («позитивне підкріплення»).
4. Самостійність підлеглих, делегування їм відповідальності за досягнення результатів.
5. Турбота за психічний та фізичний стан підлеглих, їх професійне зростання.
6. Поступове досягнення кінцевих цілей через виділення проміжкових результатів.
7. Контроль за досягненням результатів. Успішна діяльність підприємства за умов жорсткої ринкової конкуренції залежить від творчої активності робітників. Тому головним завданням менеджера є мотивація персоналу.

Відомий американський учений Абрахам Маслоу довів, що потреби людей мають певну ієрархію. За ступенем значимості вони розміщуються в такому порядку: 1) фізіологічні (спрага, голод, сон); 2) потреба в безпеці; 3) соціальні потреби (любов, належність до певної соціальної групи); 4) потреба в повазі (самоповага, успіх); 5) потреба в самовираженні. Маслоу стверджує, що найсильніша потреба визначає поведінку до тих пір, поки вона не задоволена. Задоволена потреба вже не діє як фактор мотивації. Одним із найдієвіших мотиваторів виступає винагорода за досягнуті результати. Це може бути правильно організована оплата праці, грошові премії за ініціативу, подарунки, пам'ятні знаки тощо.

На деяких підприємствах для всіх співробітників устанавлюються однакові додаткові пільги (при різній зарплаті) на відпустку, розподіл прибутку, умови соціального страхування. Відзначаючи важливість цього, управляючий однією з найуспішніших компаній США Томас Тирралл говорить: «Усі ми розуміємо, що досягти чого-небудь можна тільки спільними зусиллями. В інших компаніях є досить багато управлінців, які не бажають відмовлятися від своїх пільг. Я можу порівняти їх з людиною, яка розповідає своїм дітям про шкідливість куріння з цигаркою у роті».

В арсеналі засобів ефективного управління персоналом важливе місце займає система заходів щодо створення привабливого образу підприємства, виховання у людей почуття гордості за належність до престижного підприємства. Серед них: пенсії та допомоги від підприємства, оплата медичного обслуговування, харчування, організація відпочинку та розваг, пільговий продаж товарів, послуг, акцій тощо [2, с.521].

Управління персоналом – багатогранний і виключно складний процес, який характеризується своїми специфічними особливостями і закономірностями. Управлінню персоналу властива системність і завершеність на основі комплексного вирішення проблем, їх відтворення. Системний підхід передбачає врахування взаємозв'язків між окремими аспектами проблеми для досягнення кінцевих цілей, визначення шляхів їх вирішення, створення відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування та організацію системи [3, с. 567].

Система управління людськими ресурсами постійно розвивається й удосконалюється. На кожному етапі розвитку суспільства вона повинна

приводитись відповідно до вимог розвитку продуктивних сил, вносячи корективи в окремі її елементи. Управління персоналом забезпечується взаємодією керуючої та керованої системи.

Головними елементами системи управління є люди, які одночасно виступають об'єктом і суб'єктом управління. Здатність людських ресурсів одночасно виступати як об'єктом, так і суб'єктом управління – основна специфічна особливість управління. Отже, соціально економічна система являє собою єдність керуючої та керованої систем, а механізм управління – це сукупність відносин, форм та методів впливу на формування, розподіл і використання трудових ресурсів у державі. Система управління персоналом в організації складається з комплексу взаємопов'язаних підсистем (елементів) [1, с. 21].

У практиці управління персоналом в останні роки чітко просліджується переплітання різних його моделей: американської, японської і західноєвропейської. В цьому проявляється процес інтернаціоналізації сучасного менеджменту. Важливим етапом цього процесу стали асиміляція ідей системного підходу, розробка різних моделей організації, як системи — не тільки функціонуючої, але й такої, що розвивається, на основі яких сформувався новий підхід у кадровому менеджменті – управлінні людськими ресурсами. В сучасній теорії і практиці управління персоналом на фірмах індустріально розвинутих країн домінують два діаметрально протилежних підходи американський і японський [4, с.345].

Отже, управління персоналом – це і наука, і мистецтво ефективного управління людьми в умовах їх професійної діяльності. Це система принципів, методів і механізмів оптимального комплектування, розвитку й мотивації та раціонального використання персоналу. Управління персоналом повинно відповідати концепції розвитку підприємства, захищати інтереси працівників і забезпечувати дотримання законодавства про працю при формуванні, закріпленні (стабілізації) і використанні персоналу. Люди виконують спеціальну роль в організації. З одного боку, вони є творцями організації, визначають її цілі і вибирають методи досягнення цих цілей, а з другого – люди є важливим ресурсом, який використовують всі організації для реалізації власних цілей. В цій якості персоналу необхідне управління. Управління персоналом являє собою особливу сферу управління у зв'язку зі специфікою його об'єкта – людини. В Європі і США чітко визначені службові обов'язки інженера, техника і робітника. Обидві моделі – американська і японська мають як «плюси», так і «мінуси». Тому у світовій практиці намітилась тенденція застосування змішаної системи управління людськими ресурсами.

Література

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом. – К.: Кондор, 2005. – 308 с.
2. Ніколенко Ю.В. Основи економічної теорії. – К.: ЦУЛ, 2003. – 521 с.
3. Основи економічної теорії: Підручник / А.А. Чухно, П.С. Єщенко, Г.Н. Климко та ін.; За ред. А.А. Чухна. – К.: Вища шк., 2001. – 606 с.
4. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.

МІСЦЕ І ЗНАЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління – це системно впорядкований процес, організована система, тому всі процедури, операції, заходи та інші дії, що в цілому є сенсом функцій управління, перебувають у нерозривному взаємозв'язку, а персонал, який їх виконує, – у постійній взаємодії. В управлінні підприємством будь-якої галузі економіки існує певний взаємозв'язок функцій, зумовлений логічною послідовністю управлінського процесу. Дослідники вважають, що можна чітко виділити три його стадії. На першій визначають мету функціонування об'єкта, встановлюють кількісні характеристики розвитку; на другій – здійснюють контроль за станом проміжних або кінцевих результатів, якими оцінюють ступінь досягнення мети; на третій – регулюють відхилення, що виникають при цьому [5, с. 81].

Управління підприємством, як процес є цілеспрямованим впливом на працівників, а через них – на матеріально-речові елементи виробництва та інші економічні об'єкти за допомогою властивих йому функцій. Його здійснюють в інтересах досягнення цілей об'єктом управління шляхом формування цілей і команд, регулювання відхилень від заданого стану, вирішення багатьох інших питань, що становлять суть управлінського процесу. Організаційні проблеми та можливості поглиблення взаємозв'язку функції обліку з іншими функціями управління ґрунтовно розглянуто у роботі [6]. Визначення мети розвитку об'єкта, досягнення на шляху до неї певних економічних показників пов'язано з виконанням великої і складної роботи з економічного моделювання його бажаного стану. Проте обґрунтовані планові моделі завжди базовані на даних прогнозу, в основу якого покладено результати економічної діяльності підприємства за попередній період, тенденції його внутрішнього розвитку, цілі й обмеження, зумовлені зовнішнім середовищем. Все це супроводжується використанням інформаційної бази, яку формує бухгалтерський облік.

У дослідженні управлінських аспектів обліку і розв'язанні методологічних проблем його взаємодії з функціями планування, контролю, економічного аналізу істотне значення має розгляд загального циклу управління економікою підприємства – його змісту, сфери застосування, взаємозв'язку між функціями та об'єктами управління. Крім того, надзвичайно важливо з'ясувати такі питання: є облік самостійною чи загальною функцією управління, чи можна розглядати його з двох боків – як функцію управління і як інформаційну систему. Відповіді на ці питання мають важливе теоретичне та методологічне значення [3, с. 16]. Тим більше, що в публікаціях останніх часів облік не вводять до складу загальних функцій, а ставлять в одному ряду з конкретними функціями – виробництвом, персоналом, маркетингом і т.ін. Все це свідчить про актуальність та нагальність дослідження місця і значення бухгалтерського обліку в управлінні підприємствами.

У теорії управління ще не досягнуто єдиної думки про склад функцій. Немає і щодо належності обліку до функцій управління. Висловлюють думки про

виділення обліку в самостійну функцію, об'єднання його з контролем, необґрунтованість введення обліку до загальних функцій управління, хоча факт його участі в управлінському циклі визнають, визначення його як найважливішої складової частини інформаційної системи, тлумачення його як найголовнішої функції управління, про пріоритет функції обліку в гарантуванні економічної безпеки тощо.

На перший погляд, не мають значення як недооцінка обліку в різних класифікаціях, так і перебільшення його ролі в управлінні виробництвом. Облік міцно займає своє місце в управлінському процесі незалежно від того, на яких позиціях стоять дослідники. Проте визначення його місця в теоретичному аспекті важливе для повного й чіткого опису функції обліку під кутом зору вимог управління, відмежування завдань обліку від завдань, притаманних іншим функціям; у методологічному – для розроблення концепцій, що визначають розвиток обліку з точки зору інтересів і вимог розвитку всієї системи управління виробництвом.

На рахунках бухгалтерського обліку міститься інформація, необхідна для здійснення функцій контролю, аналізу, регулювання й планування. При цьому, не можна вважати, що облік поєднує в собі функції економічного аналізу, регулювання, планування. Можна, на думку Б.І. Валуєва, лише стверджувати, що діяльність бухгалтерії є багатофункціональною, проте дана обставина ніяк не змінює змісту кожної функції управління. Облік не поглинає функцію контролю. Ці дві функції органічно пов'язані й чітко взаємодіють як одна з одною, так і з іншими функціями управлінського циклу.

Як уже було зазначено, в літературі традиційними є дискусії щодо складу та ієрархії функцій управління і, деякі автори відносять облік до спеціальних функцій, що діють паралельно з так званими загальними функціями управління; зокрема, на думку Н.Д. Байкова, основними (загальними) функціями є планування, організація, координація, контроль і стимулювання [1, с. 121]; С. Ченаш і В. Ченаш виділили: планування, прогнозування, організацію, регулювання, координування, стимулювання, контроль [7, с. 13-14]; Т.П. Карпова зазначила такий склад: планування, контроль, оцінка безпосередньо організаційної роботи, внутрішні інформаційні зв'язки і стимулювання [4, с. 39]; І.О. Бланк до основних функцій управління активами відніс вироблення стратегії розвитку, створення ефективних інформаційних систем, аналіз, планування, стимулювання та контроль [2, с. 76-79]. Проте, на наш погляд, відокремлювати облік від загальних функцій управління недоречно й нелогічно. На підтвердження нашої думки є кілька доказів.

По-перше, в економічній сфері діяльності облік виступає як загальна функція на всіх рівнях управління. У галузі виробництва нема економічної системи, управління якою можливе без здійснення функції обліку. Ведення обліку, узагальнення і групування інформації, отримання зведених облікових даних – усю цю складну роботу здійснюють на всіх щаблях управління як на мікро-, так і на макрорівнях.

По-друге, облік у промисловості ґрунтований на єдиній для всіх систем методологічній основі, що дозволяє як робити узагальнення на макроекономічному рівні з метою отримання інформації про стан справ у галузі, так і здійснювати порівняльний міжгалузевий економічний аналіз.

I, по-третє, дані бухгалтерської звітності використовують для аналізу, планування, контролю та регулювання на всіх без винятку рівнях управління промисловістю. Тому облік не можна виводити з циклічного процесу управління будь-якою економічною системою навіть на стадії теоретичного аналізу [5, с. 80-81].

Система управління цілеспрямовано впливає на об'єкт за допомогою функцій, взаємозв'язок яких утворює замкнений цикл управління: економічний аналіз – планування – облік – контроль – регулювання – стимулювання – економічний аналіз – планування і так далі [3, с. 6-8].

Отже, облік – одна з основних функцій управління, що створює інформаційні можливості, необхідні для виконання функцій контролю, аналізу, планування, регулювання, для життєдіяльності управлінського циклу. Цим і визначено його місце й значення у системі управління економікою підприємства.

Література

1. Байков Н.Д. Функции управления социалистическим производством. – В кн.: Теория управления социалистическим производством / Под ред. О.В. Козловой. – М.: Экономика, 1979, С. 117-130.
2. Бланк И.А. Управление активами. – К.: Ника–Центр, Эльга, 2002. – 720 с. – (Серия «Библиотека финансового менеджера». Вып. 6).
3. Валуев Б.И. Проблемы развития учета в промышленности. – М.: Финансы и статистика, 1984. – 215 с., ил.
4. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 350 с.
5. Пугаченко О.Б. Облік процесів матеріального забезпечення в системі управління хлібопекарними підприємствами : дис. кандидата екон. наук: 08.00.09 / Пугаченко Ольга Борисівна. – О., 2008. – 220 с.
6. Пугаченко О.Б. Організаційні проблеми та можливості поглиблення взаємозв'язку функції обліку з іншими функціями управління процесами сфери матеріального забезпечення / О.Б. Пугаченко // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – № 3 (53). – Ч. 2. – С. 218-222.
7. Ченаш С. Финансовый менеджмент / С. Ченаш, В. Ченаш. – К.: Украинская Консалтинговая Сеть, 2002. – 92 с.

Фесечко С.В., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

МОЛОДІ ФАХІВЦІ ТА ПРОБЛЕМА ПОШУКУ РОБОТИ

Випускники вузів, отримавши освіту, стикаються з проблемою працевлаштування. Адже роботодавці бажають бачити у своєму штаті співробітників з досвідом роботи. Молоді фахівці традиційно є однією з найбільш висококонкурентних категорій пошукачів. За даними дослідницького центру Міжнародного кадрового порталу, на одне робоче місце претендує 4-5 кандидатів.

Молоді фахівці – в числі тих, хто найактивніше розміщував резюме в першому кварталі поточного року. Загальна кількість резюме від спеціалістів без досвіду роботи становить 22% від загальної кількості.

Найбільш охоче молодь приймають на посади менеджерів з продажів, операторів колл-центрів, кур'єрів і позиції адміністративних працівників (секретарів, асистентів, офіс-менеджерів). Однак аби втриматися на цій роботі, співробітникам необхідно показувати високі результати. Ці фахівці також потрапляють під скорочення, якщо їх внесок у бізнес-результати компанії незначні. Варто відзначити, що досить високий рівень зарплати компанії пропонують саме менеджерам з продажів, фахівцям по роботі з клієнтами і тим, хто готовий розвивати бізнес.

Стосовно найбільш затребуваних професій, то цей перелік залишається без кардинальних змін протягом тривалого періоду. Менеджери з продажу, ІТ-фахівці, продавці та маркетологи, офіс-менеджери і керівники регіональних представництв користуються попитом як і рік тому. Низька конкуренція стабільно фіксується також серед представників робітничих професій, тому сьогодні цим фахівцям знайти роботу досить легко.

Найвища конкуренція спостерігалась у Києві та Київській області, а також у Дніпропетровську, Одесі, Львові, Полтаві та Харкові. Простіше знайти роботу жителям західних регіонів України – Львова, Івано-Франківська, Тернополя, Волині, а також Хмельницького.

Адже велика кількість фахівців одного напрямку може призвести до перенасичення ними ринку. Так, наприклад, сталося свого часу з юристами і бухгалтерами. Сплеск затребуваності таких фахівців спровокував зростання кількості випускників цих професій. Це призвело до надзвичайного перенасичення ринку праці такими співробітниками і високої конкуренції серед них сьогодні при пошуку роботи [1].

Інша причина криється в тому, що молоді люди хочуть отримати все й відразу. Для української молоді характерні завищені вимоги щодо зарплати, особливо в тих випадках, коли вони вважають, що майбутній роботодавець хоче від них занадто багато. Також проти молодих кандидатів грає недоречна скромність, коли вони стверджують, що не мають досвіду роботи. Тим часом будь підробіток або волонтерська робота - це той досвід, на підставі якого роботодавцю буде простіше скласти думку про молодого кандидата.

Істотна частина українських безробітних – це молоді люди, які тільки-но закінчили навчання, – вони не вміють шукати вакансії, не знають, як проходити співбесіду. Тим часом ці навички є дуже важливими, як важливі й приклади інших молодих людей, які шукали роботу або, наприклад, відкривали власну справу.

Серед інших причин довгих пошуків експерти називають невміння спілкуватися та взагалі знижену мотивацію до пошуку роботи.

Відсутність необхідних знань і навичок також стає перепоною для працевлаштування. Зокрема, серед знань, які сьогодні вимагає від молоді ринок, – це вміння працювати за комп'ютером.

На ринку існує потреба в молодих спеціалістах, котрі знайомі з новими інформаційними технологіями та здатні ефективно їх використовувати при вирішенні професійних завдань. Проте багато молодих спеціалістів з нетехнічних освітою мають лише теоретичні знання та замало практичного досвіду роботи з програмами, в той час як роботодавці розраховують на те, що молодь добре знайома з комп'ютером.

Експерти зазначають: кожен шостий молодий українець не здатен на рівних конкурувати на ринку праці тому, що сучасна академічна освіта не встигає за вимогами ринку. Молоді фахівці, не володіючи необхідними практичними вміннями, змушені додатково підвищувати свій професійний рівень. Але оскільки не всі мають таку можливість, багато залишаються без роботи.

Зробивши висновок, можна виділити певні правила, які потрібно зробити молодій людині для працевлаштування:

- правильно вибрати спеціальність, орієнтуючись не тільки на свої здібності, але і на потреби ринку праці.
- отримати необхідні професійні знання.
- опанувати комп'ютер не на рівні користувача Інтернету та онлайн-ігор, а більш професійно - хоча б Word і Excel;
- мотивувати себе до праці, зрозуміти, для чого потрібна робота;
- скласти правильне резюме, скориставшись порадами фахівців;
- звернутися за допомогою до фахівців Центру зайнятості, вивчити досвід пошуку роботи інших людей;
- знизити свої очікування щодо зарплати - доходи на першому місці роботи дуже рідко бувають високими [2].

Література

1. Молоді фахівці та проблеми пошуку роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/vnz/51896/>
2. Проблеми пошуку першого місця роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://trud.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=398801

Філіна Т. студентка
(науковий керівник – канд. екон. наук,
доцент Глевацька Н.М.)
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ ТА МЕТОДИК ОЦІНКИ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Емоційний інтелект – це психологічна концепція, яка виникла в 1990 році. Дослідження показують, що сьогодні саме від емоційного інтелекту (EQ) залежить успіх кожного топ-менеджера в бізнесі.

Емоційний інтелект (EQ) – це здатність вірно усвідомлювати і управляти своїми емоціями та емоціями співбесідниками, і на цій основі вибудовувати успішну взаємодію з оточуючими [1].

Емоційний інтелект як риса особистості являє собою рису особистості, що тісно зв'язана з рівнем підсвідомості, та відображає здатність людини до самоусвідомлення власних емоцій, що забезпечується добрим контактом між свідомістю та підсвідомими переживаннями людини [1].

На сьогодні не існує єдиного підходу до визначення структурних

компонентів емоційного інтелекту. Однією з найбільш широко використовуваних є модель здібностей, що включає в себе чотири основних компоненти: сприйняття емоцій; використання емоцій; розуміння емоцій; управління емоціями [2].

Всі компоненти наведеної моделі пов'язані між собою і мають однаково велике значення для реалізації практичного потенціалу емоційного інтелекту [2].

1. Сприйняття емоцій:

– відображає комплексну здатність людини до розпізнавання емоцій іншої людини не тільки за вербальними сигналами, а й за мімікою, позою, жестами, гучністю й тоном голосу та іншими невербальними ознаками;

– сприйняття і розпізнавання власних емоцій та емоцій інших людей є найбільш базовим аспектом емоційного інтелекту, що робить можливим подальшу роботу, спрямовану на аналіз емоційної інформації;

– людина, яка знаходиться у хорошому контакті з власними емоціями та переживаннями, набагато легше зможе ідентифікуватися з іншою людиною і зрозуміти сутність її емоційного стану;

– менеджер, який погано розуміє власні емоції і переживання, а також не здатен до розпізнавання емоційних станів і проблем своїх підлеглих, цілковито втрачає можливість до керування емоційним життям власного колективу.

2. Використання емоцій:

– вказує на здатність людини до використання емоцій з метою стимуляції різних видів інтелектуальної діяльності, таких як вирішення конкретних проблем та й просто розмірковування;

– використання емоцій стає на пригоді бізнес-лідеру в ситуаціях, коли необхідно розв'язати в короткий термін складне багатокomпонентне завдання, що потребує великих витрат часу та уваги до окремих деталей;

– понижений емоційний фон сприяє виконанню методичної, акуратної роботи, що потребує до себе особливої уваги. Добрий настрій сприяє прояву креативного мислення та творчої активності;

– лідер з добре розвиненим емоційним інтелектом володіє здатністю до використання змін власного настрою для вирішення різнопланових практичних завдань [1].

3. Розуміння емоцій:

– являє собою здатність не тільки до розуміння «мови емоцій», а й до оцінки особливостей співвідношення між емоціями, здатність бачити різницю між емоціями (наприклад, різницю між станом захоплення та щастям);

– включає в себе здатність до розуміння та вербального опису специфіки зміни емоційних станів;

– бізнес-лідер може добре розпізнавати емоції та особливості їх перегляду на напівсвідомому рівні й взаємодіяти з оточуючими, спираючись на несвідоме інтуїтивне відчуття емоційних особливостей тієї чи іншої ситуації, це буде свідчити про недостатність розвиненості його здатності до розуміння емоцій як компоненту емоційного інтелекту. Тільки свідомий аналіз, що починається з вербалізації та детального опису емоційної сторони ситуації, може свідчити про розвинену здібність до розуміння емоцій.

4. Управління емоціями:

– відображає здатність людини до управління власними емоційними станами та емоційними станами інших людей;

– через «трансляцію» позитивних станів підлеглим бізнес-лідер тим самим забезпечує позитивну соціально-психологічну атмосферу в колективі, яка не тільки покращує самопочуття співробітників, а й позитивно впливає на ефективність праці.

Всі існуючі методики діагностики емоційного інтелекту можна розділити, виходячи з моделі емоційного інтелекту, на які вони спираються, а саме: [3]

– модель здібностей (Дж. Майера, П. Саловея/ MSCEIT (Mayer Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test);

– змішана модель (Д. Гоулман);

– модель рис особистості (К. Петридіс).

Розглянемо більш докладніше означені методики.

MSCEIT (Mayer Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test), Дж. Майер, П. Саловея, Д. Карузо: складається з серії історій-завдань, сфокусованих на емоційних переживаннях, які піддослідному необхідно оцінити. До складу методики входять 8 субтестів, 130 пунктів [4]. Має чотири шкали, згідно моделі емоційного інтелекту Майера-Саловея: сприйняття емоцій; використання емоцій; розуміння емоцій; управління емоціями.

ECI (Emotional Competence Inventory), Д. Гоулман, Р. Бояціс Складається з тверджень, що відображають різні аспекти емоційного інтелекту, згода з якими оцінюється за 7-бальною шкалою. Методика складається з 63 пунктів [5]. Дозволяє діагностувати рівень розвитку 18 компетенцій, що є складниками емоційного інтелекту та об'єднуються в чотири кластери: самосвідомість; самоменеджмент; розуміння соціальних процесів; управління відносинами.

TEIQue (Trait Emotional Intelligence Questionnaire) Має форму самозвіту досліджуваного. Розглядає 15 факторів та містить 144 пункти [6]. Дозволяє діагностувати рівень розвитку 15 факторів емоційного інтелекту за моделлю К. Петридіса: адаптивність, асертивність, здатність до сприйняття емоцій (своїх та чужих), здатність до демонстрації емоцій, управління емоціями інших, регуляція власних емоцій, імпульсивність, здатність до підтримки теплих відносин з іншими, самоповага, самомотивація, соціальна обізнаність, стрес-менеджмент, емпатичність як риса особистості, щасливість як риса особистості, оптимізм.

Всі методики та їх аналоги дозволяють досить вичерпно продіагностувати особливості емоційного інтелекту. Разом з тим вони мають ряд недоліків, що ускладнюють можливості їх використання:

– жодна з наведених методик не була належно перекладена та адаптована до українських реалій;

– більшість методик мають дуже велику кількість пунктів, що вимагає великих часових витрат для їх проведення та обробки;

– методики залишають недостатньо простору для самоаналізу досліджуваного в ході виконання методики.

Література

1. Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство. Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Дэниел Гоулман, Ричард Бояцис, Энни Макки. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 301 с.

2. Cooper A., Petrides K. V. A psychometric analysis of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire- Short Form (TEIQue-SF) using Item Response Theory / A. Cooper, K. V. Petrides // Journal of Personality Assessment. – 2010. – P. 449-457.

3. Стейн С., Бук Г. Преимущества EQ. Эмоциональный интеллект и ваши успехи / Стивен Дж. Стейн, Говард И. Бук. – Баланс Бизнес Букс, 2007. – 384 с.
4. Mayer J. D., Salovey P., & Caruso D. R. Emotional intelligence: New ability or eclectic traits? / J. D. Mayer, P. Salovey, & D. R. Caruso // American Psychologist, 63(6). – 2008. – P. 503–517.
5. Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство. Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Дэниел Гоулман, Ричард Бояцис, Энни Макки. – М. : Альпина Паблшер. – 2012. – 301 с.
6. Petrides K. V., Pita R., & Kokkinaki F. The location of trait emotional intelligence in personality factor space / K. V. Petrides, Pita R. & Kokkinaki F. // British Journal of Psychology. – 2007. – P. 273-289.

Яремчук Л.О., студентка
Центральноукраїнський національний
технічний університет
м. Кропивницький

ЕФЕКТИВНЕ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ОПАЛЕННЯ, ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

Енергетична незалежність держави – це рівень самостійності керівництва держави у формуванні та здійсненні політики, не залежної від зовнішнього і внутрішнього втручання та тиску, що виходять із сфери діяльності паливно-енергетичного комплексу. Цей рівень визначається станом готовності паливно-енергетичного комплексу держави щодо протистояння дестабілізуючій дії внутрішніх і зовнішніх чинників, що створюють загрозу незалежній політиці держави у сфері енергозабезпечення національного господарства (економіки та населення).

На сьогодні, на жаль, українська енергетика постає в очах українського суспільства здебільшого у негативному світлі та часто заполітизована. Багатьма питаннями з енергетичного поля спекулюють самі чиновники, тим самим ще більше загострюючи ситуацію. Споживачі не мають турбуватися, чи достатньо в країні вугілля та газу для опалення, це сфера відповідальності відповідних структур та уряду, який адмініструє ці питання.

Однією з головних проблем енергетичного сектору в Україні є опалення житлового сектору, де втрачається близько 60% енергії або 3млрд\$ щорічно. В 2015-2017 роках цю різницю фінансує Державний Бюджет за рахунок накопичення зовнішніх запозичень.

Із наближенням опалювального сезону зростає зацікавлення громадян ідеєю відключення від послуги централізованого опалення та гарячого водопостачання і переходу на індивідуальне, автономне. Адже індивідуальний тип опалення відкриває багато можливостей для споживача: по-перше, можна самостійно контролювати температуру повітря у приміщенні, по-друге, суттєво економити при оплаті комунальних послуг, по-третє, бути повністю незалежними від опалювального сезону. Ще однією безумовною перевагою автономного опалення є постійна та перебійна наявність гарячої води. Також використовуючи індивідуальний тип опалення власник самостійно вирішує якому виду палива надати перевагу, що на разі є дуже важливим моментом, оскільки вартість

імпортного газу постійно зростає, тому в цілях економії можна придбати твердопаливний котел, який працює за рахунок біопалива такого як деревина, пелети, брикети та ін.

Однак, не звертаючи увагу на прихильність народу до автономного опалення, державні органи влади наполягають на ефективності центрального виду опалення. Для того аби залучити більше прибічників влада схвалює нові закони та створює нові проекти, такі як, «Фонд енергоефективності» чи Програма «теплих» кредитів для утеплення квартир, адже головним аргументом незадовільного теплопостачання за рахунок центрального типу опалення вважається недостатній рівень утеплення будівель. Проте головною проблемою ЦО є теплові мережі, а саме їх фізичний знос, висока аварійність тепло генеруючого обладнання та неефективне використання ресурсів, що призводить до значних втрат тепла.

Основні втрати тепла спричинені:

- ККД мережевих насосів, що забезпечують рух теплоносія по тепломережі;
- втратами тепла по довжині тепломережі (спосіб прокладання та ізоляція трубопроводів);
- гідравлічним налаштуванням тепломережі;
- аварійними та нештатними ситуаціями з втратою теплоносія.

Загальна величина втрат в мережах не повинна перевищувати 5-7%, а фактично може досягати 25%.

Для запобігання таких втрат необхідно здійснити реконструкцію або повну заміну існуючого обладнання, оскільки лише 29% тепломереж України мають задовільний стан, бо термін їх експлуатації менше 10 р. Однак, на жаль, на це потрібна велика сума грошей, якої наша влада на разі виділити не може.

Якщо звернути увагу на тарифи комунальних послуг ЦО, то можна побачити певні зміни, наприклад, централізоване постачання гарячої води за умови підключення рушникосушарок до систем гарячого водопостачання коштує 84,45грн/м³, що на 1,35 грн дорожче ніж тариф минулого опалювального періоду (за відсутності рушникосушарок – 78,08грн/м³, що зросла на 1,37 грн відповідно). Централізоване опалення для мешканців житлових будинків з будинковими та квартирними приладами обліку теплової енергії становить 1414,45грн/Гкал, що на 2,51 грн дешевше відносно попереднього періоду, а централізоване опалення для мешканців житлових будинків без будинкових та квартирних приладів обліку теплової енергії знизилось в ціні на 0,6грн і становить 32,91грн/м² на місяць протягом опалювального періоду.

Хоча раніше влада виступала противником автономного виду опалення цього року, а саме 9 листопада 2017 року, Верховна Рада дозволила відключатися від централізованого теплопостачання поквартирно, ускладнили цю систему низкою правил та вимог та найбільш не втішним залишається такий висновок, що встановлення автономного опалення в окремих квартирах багатоквартирних осель збільшує собівартість опалення для тих, що залишаються споживачами централізованого теплопостачання, адже коли вони не сплачують за послуги, що надаються до будинку, це відбивається на собівартості для решти споживачів, що мешкають поруч.

Якщо задатися питанням: що є більш вигідним для держави?, то мабуть ні для кого не стане секретом, що вигіднішим буде автономний вид опалення, адже

кожен споживач самостійно обирає обсяг використання ресурсу і самостійно за нього сплачує, в такому випадку не потрібно буде віддавати величезні суми заборгованостей за користування послугами деяких громадян з державного бюджету і не виникатиме причини для нових закордонних позик.

Комплексне вирішення проблем енергонезалежності – один із найбільш вірогідних для України шляхів успішного подолання економічної та енергетичної криз. Вирішення цієї проблеми дозволить нашій державі зменшити залежність її економіки від імпорту енергоресурсів, вивести з експлуатації низку генеруючих потужностей, провести технологічне переозброєння енергомістких галузей та структурну перебудову господарських комплексів, сформувати оптимальні рівні само енергозабезпечення регіонів та галузей, створити вітчизняну галузь із випуску та впровадження конкурентоспроможного енергозберігаючого обладнання, суттєво обмежити вплив техногенних чинників на навколишнє середовище, забезпечити соціально-побутові потреби людини.

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У ХХІ СТОЛІТТІ

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
29 листопада 2017 р.**

Науковий редактор – Семикіна М.В.
Технічний редактор – Збаржевецька Л.Д.
Комп'ютерний набір і верстка – Онищук О.В.
Дизайнер обкладинки – Чумаченко О.С.