

дозволяє учаснику ринку створити значущу та ефективну маркетингову програму для свого цільового ринку.

Кінцевою точкою руху всіх матеріальних цінностей є споживач. Так чи інакше, особливо в умовах ринкової економіки, споживач стає схожим на негласного «лідера» компанії, впливаючи на процес управління своїми уподобаннями та поведінкою.

Список використаних джерел:

1. Зозулев А.В. Поведение потребителей. -Киев: Знання, 2004.
2. Соломон М.Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынках: Пер. с англ. – СПб.: 000 ДиаСофтЮп, 2003. – 784 с.
3. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: Вильямс, 2001

Перерва Б. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ
ПІДПРИЄМСТВА**

Підприємство являє собою складну соціально-економічну систему, яка об'єднує між собою матеріальні аспекти, людські ресурси та інформаційні зв'язки. Організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, її фінансова стійкість та всі показники діяльності залежать від забезпеченості підприємства кваліфікованими кадрами і їх раціонального використання. Персонал підприємства, висока продуктивність праці допомагають у збільшенні виробництва, використанні обладнання, роботі механізмів, зниженню витрат і зростанні прибутку.

Принципи управління трудовими ресурсами – правила, основні положення і норми, яким повинні слідувати керівники та фахівці в процесі управління трудовими ресурсами. Управління трудовими ресурсами повинно відповідати наступним принципам [1]:

- науковий, демократичний централізм, відповідність плану, єдність порядків;
- централізації й децентралізації, поєднання індивідуального і колективного підходів, функціонального, лінійного і цільового управління;
- контроль за виконанням рішень.

Багато всесвітньо відомих фірм та корпорацій сьогодні керуються принципами, які залишалися незмінними протягом десятиліть. Один із головних – кожен працівник заслуговує на повагу. Цей принцип, сформульований на початку минулого сторіччя, але використовують його і сьогодні на всіх рівнях управління.

Незважаючи на вітчизняні та зарубіжні методи управління трудовими ресурсами, майже всі підприємства тепер розробляють власну стратегію управління. Одні – на першому етапі створюють численний відділ, який керує персоналом із застосуванням новітніх технологій, а інші – довгий час не можуть створити певну систему чи стратегію регулювання.

Як відомо, в європейських підприємницьких організаціях управління трудовими ресурсами направлено переважно на технологічні методи, натомість, в українських – здебільшого на розсуд та досвід менеджерів. Вони ставлять в основу кадрову політику та найголовніша ціль – створити оптимальний баланс. Перша складова балансу – ефективна соціальна програма яка підтримує, відповідає потребам співробітників та мотивує їх. Друга – система підпорядкування і покарання, яка встановлює рамки й терміни досягнення корпоративних цілей.

Систематичний розгляд проблеми мотивації праці співробітників потребує врахування таких факторів:

- особисті якості працюючих;
- значення виконаних робіт;
- характеристика ситуацій, які відбуваються на роботі;
- висловлювання задоволення роботою.

Є кілька способів підвищити ефективність управління трудовими ресурсами. На підставі досліджень їх можна розбити на п'ять відносно незалежних складових:

1. Матеріальне стимулювання. Мотиваційний механізм заробітної плати відіграє велику роль, але її постійне підвищення не допомагає підтримувати трудову активність на потрібному рівні та підвищувати продуктивність праці.

2. Покращення умов праці. Умови праці служать потребою та мотивом для роботи з певною прибутковістю. Вони можуть бути як фактором, так і наслідком певної продуктивності.

3. Поліпшення організації праці. Це охоплює: постановку цілей, розширення робочих функцій, збагачення персоналу, ротацію виробництва, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці, вивчення часу, що витрачається співробітником на виконання роботи, темпу роботи, посилення зворотного зв'язку [1].

4. Залучення співробітників до процесу управління. Кожен, хто приходить в колектив, знає, що він має можливість стати партнером.

5. Ні грошовим стимулам. Цей спосіб заохочення включає:

- моральне стимулювання;
- організаційне стимулювання.

Як висновок, управління персоналом – це складна наука, яка включає в себе складові, що забезпечують успішну роботу підприємства, елементи, способи впливу, систему покарань та заохочення, які в кінцевому результаті приведуть до прибутку. Важливим елементом є відповідність трудовому законодавству. Управління трудовими ресурсами має враховувати концепцію розвитку підприємства та захищати інтереси співробітників. Досвід європейських компаній показує, що важливою складовою ефективної діяльності – є підвищена увага до співробітників. Успіх залежить від багатьох складових, серед яких пріоритетними є мудрі рішення керівника, креативність менеджерів та злагоджена робота в команді.

Список використаних джерел:

1. Актуальные проблемы управления персоналом и их возможные решения на основе мотивации. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.klubok.net/pageid504.html>
2. Грішнова О.А., Наумова О.О. Оцінювання персоналу: сучасні підходи до забезпечення ефективності // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. – Т 2. Управління персоналом в організаціях. Київ: КНЕУ. 2005. 435с.
3. Управление персоналом. Как быть и что делать? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.finansy.asia/articles/upravlenie-personalom-kak-byt-i-chto-delat>

Погрібний Р. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФАКТОРИНГ ЯК МЕТОД ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ
ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Одна із головних складових майна підприємства – оборотні активи. Їхній стан та ефективність використання – один із головних факторів успішності діяльності підприємства. Можлива ситуація, коли керівництво приділяє недостатньо уваги структурі оборотних активів. Це може призвести до наступних наслідків: надлишок чи нехватка матеріальних запасів (як продукції, готової до відвантаження, так і сировини й матеріалів для її виготовлення), завелика кількість безнадійних торгів, перевага кредиторської заборгованості над дебіторською. Проте, якщо оптимізувати цю структуру, зазначенні наслідки не настануть, та підприємство матиме можливість безперервного виробництва продукції та впевненої її реалізації.

Задля появи та подальшого збільшення дебіторської заборгованості підприємства ключове значення має підбір майбутніх покупців і визначення умов оплати, котрі передбачаються в контрактах. Для постійних клієнтів можна надавати можливість оплати товарів в кредит. Створюючи політику кредитування покупців власної продукції, підприємство зобов'язане визначитися по низці ключових питань, до яких можна віднести: умови та терміни кредитування; стандарти кредитоспроможності; система використання резерву по сумнівних або безнадійних боргах; система збору платежів (системи покарання недобросовісних контрагентів та процедури взаємодії з ними у разі порушення умов оплати; показники, котрі свідчать про наявність та суттєвість порушень) [1].

Факторинг є методом фінансування, котрий полягає у наданні можливості підприємству отримувати контрактну оплату достроково, не чекаючи на дату виплати платежів. Компанія, що надає послугу з факторингу, по суті, викупає у підприємства-продавця її дебіторську заборгованість, одразу ж перераховуючи гроші натомість. Причини слабого охоплення факторингом малих і середніх суб'єктів підприємництва є наступні [4]:

– низька якість і непрозорість бухгалтерської звітності малих і середніх суб'єктів підприємництва, а також умисне приховування повної інформації про заборгованість. Найчастіше підприємці спеціально погіршують свої показники для зниження податків;