

| 1 | 2 | 3 |
|--------------|--------------------------------|--|
| D – доставка | DAT – поставка на терміналі | Продавець виконав поставку, коли товар доставлено на термінал покупця. Продавець зобов'язаний сплатити витрати, пов'язані з перевезенням товару на зазначений термінал |
| | DAP – поставка в пункті | Продавець виконав поставку, коли товар доставлено в зазначений покупцем пункт. Продавець зобов'язаний сплатити витрати, пов'язані з перевезенням товару до зазначеного продавцем пункту |
| | DDP – доставка зі сплатою мита | Продавець передає в розпорядження покупця в зазначене місце товар, що пройшов митне очищення і що не розвантажений з транспортного засобу. Продавець зобов'язаний нести всі витрати та ризики, пов'язані з транспортуванням товару |

Таким чином, з таблиці можна зробити висновок, що правила Інкотермс-2010 відіграють дуже важливу роль у регулюванні збутової діяльності підприємства, оскільки визначають умови постачання продукції при перетині кордону.

Варто зазначити, що у 2012 році Президентом України було підписано Закон про "Про внесення зміни до Закону України "Про розвиток літакобудівної промисловості" щодо державної підтримки збуту авіаційної техніки вітчизняного виробництва". Законом передбачені заходи державної підтримки збуту авіаційної техніки цивільної авіації вітчизняного виробництва [10].

Отже, проведене дослідження дало можливість проаналізувати правові аспекти здійснення збутової діяльності в Україні. Дослідження показало, що правове регулювання збутової діяльності здійснюється у двох напрямках, а саме: регулювання збутової діяльності на зовнішньому та на внутрішньому ринках. Подальшому дослідженню підлягає вивчення правових засад збутової діяльності на підприємствах різних галузей.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Кальченко А. Г. Логістика : підручник / А. Г. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с. 2. Гурч Л. М. Логістика : навч. посібн. / Л. М. Гурч. – К. : ДП "Видавничий дім "Персонал", 2008. – 560 с. 3. Маркетинг : навч. посібн. / за ред. Л. А. Мороз. – Львів : Державний університет "Львівська політехніка", 1999. – 244 с. 4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 5. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>; 6. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 26.11.1993 р. № 3659-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 8. Митний кодекс України від 13.03.12 р. № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 9. Правила Інкотермс-2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ametall.com.ua/getfile.php?act=file&id=52>. 10. Президент України підписав закон о государственной поддержке сбыта авиационной техники отечественного производства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rbc.ua/rus/news/economic/yanukovich-podpisal-zakon-o-gospodderzhke-sbyta-aviatsionnoy-26062012153600>.

УДК 005.32:331.101.3

Павлюк В. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано методи стимулювання праці, визначено проблеми стимулювання праці в вітчизняних підприємствах, обґрунтовано, які методи доцільно розвивати на цих підприємствах. Досліджено розвиток та перспективи стимулювання персоналу, його вплив на підвищення ефективності функціонування підприємства.

© Павлюк В. А., 2013



Аннотация. Проанализированы методы стимулирования труда, определены проблемы стимулирования труда на отечественных предприятиях, обосновано, какие методы целесообразно развивать на этих предприятиях. Исследованы развитие и перспективы стимулирования персонала, его влияние на повышение эффективности функционирования предприятия.

Annotation. The methods of stimulating labour the analysed, the problems concerning the incentives for domestic firms are defined, the methods which are appropriate to develop at these enterprises are proved. The development and perspectives of staff motivating, its impact on improving the performance of an enterprise are studied.

Ключові слова: стимулювання, персонал, трудовий потенціал, підприємство, ринок.

Управління організацією базується на взаємодії різних систем, серед яких головною, що приводить до дії інші, є система управління персоналом. В умовах трансформації економіки невірність багатьох проблем з управління персоналом є чинником недостатньої ефективності діяльності підприємств. Саме тому на даному етапі розвитку України слід звернути увагу на стимулювання персоналу.

Системи винагороди, стимулювання та мотивації – це найважливіші інструменти в руках керівництва, що забезпечують приналежність колективу до реалізації планів підприємства в цілому. Стимулювання розглядається як процес створення умов, які впливають на поведінку людини або групи людей і дозволяють залучити їх до активної праці на своїх робочих місцях.

Дослідженням проблем стимулювання праці займалися такі вчені, як: М. Вебер, К. Мацусіта, А. Моріта, У. Оучі, Т. Кампанела, Г. Маблі, Р. Оуен, А. Сен-Симон, Ф. Енгельс, К. Маркс, Ленін В. І., Т. Мор, Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Воробйова О. К., Заборська Л. Д., Міщенко А. П., Шершньова З. Е., Оборська С. В.

На думку автора, методи стимулювання, а саме те, як ними користуватись, потребують удосконалення, оскільки це шлях до розвитку та процвітання підприємства.

Метою статті є розробка рекомендацій зі стимулювання персоналу підприємства як ключового інструмента підвищення ефективності його функціонування.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення ефективного функціонування промислового підприємства шляхом управління персоналом.

Предметом дослідження виступає система управління персоналом як об'єктивно функціонуюча цілісна структурна складова менеджменту підприємства.

Згідно з метою дослідження, у статті реалізовано такі завдання:

- 1) проаналізовано методи стимулювання праці персоналу;
- 2) розглянуто методики стимулювання праці закордонних підприємств;
- 3) розроблено рекомендації щодо стимулювання персоналу вітчизняних підприємств.

Детально розроблена система стимулювання ефективності і якості праці дозволить мобілізувати трудові потенціали, створення необхідної зацікавленості працівників у зростанні індивідуальних результатів, прояву творчого потенціалу, підвищенні рівня їхньої компетентності, виразитись в зниженні питомої ваги живої праці на одиницю продукції й підвищенні якості виконуваних робіт.

Слід розглянути декілька методів стимулювання праці.

Заохочення – це метод вираження суспільної позитивної оцінки поведінки і діяльності працівників. Він закріплює позитивні навички і звички. Дія заохочення заснована на пробудженні позитивних емоцій. Саме тому воно вселяє впевненість, створює добрий настрій, підвищує відповідальність. Види заохочення досить різноманітні: схвалення, похвала, подяка, премія, нагорода, важливе доручення [1, с. 110].

Схвалення – це найпростіший вид заохочення. Схвалення можна висловити жестом, мімікою, позитивною оцінкою поведінки чи роботи, довірою у вигляді доручення, схваленням перед колективом. Довіра та повага вселяють впевненість у своїх силах, почуття власної гідності. Заохоченням більш високого рівня є вдячність, нагородження тощо, які викликають і підтримують стійкі позитивні емоції, дають довгочасні стимули на тривалу і наполегливу працю [1, с. 111].

Змагання – це метод спрямування природної потреби людини у суперництві й пріоритеті на виховання потрібних їй і суспільству якостей. Змагаючись, люди швидко засвоюють досвід суспільної поведінки, розвивають фізичні, моральні та естетичні якості.

Метод покарання є найбільш відомим, але ставлення до цього методу досить суперечливе і неоднозначне. Існують полярні погляди – від суттєвого посилення покарань до повної їх відміни.

Покарання – це метод психологічного впливу, який повинен попереджувати небажані вчинки, гальмувати їх, викликати почуття провини перед собою та іншими людьми. Відомі види покарань, пов'язані з накладанням додаткових обов'язків, позбавленням або обмеженням певних прав, вираженням морального осуду, звинувачення. Практикуються різноманітні форми покарань: несхвалення, зауваження, догана, попередження, стягнення, звільнення та ін. [1, с. 115].

Оцінюючи в цілому різні концепції трудової мотивації персоналу, слід зазначити, що ряд їхніх положень і рекомендацій містять значні резерви підвищення ефективності трудової діяльності. Таким є подання школи "людських відносин" про посилення ролі соціально-психологічних факторів у мотивації трудової поведінки.

Так, відносини між працівниками фірми істотно впливають на кінцеві результати праці. Використовуючи соціально-побутові стимули, можна управляти поведінкою працівника. Своєчасне визнання досягнень у праці створює психологічний мікроклімат для працівників, надихає працювати їх із ще більшим ентузіазмом.

Основні положення методу "збагачення робіт", концепції "соціальних систем" про необхідність пошуку шляхів найбільш повного сполучення інтересів індивіда та організації, при збігу яких відпадає необхідність постійно спонукати до ефективної праці, а залишається лише функція спостереження й коректування трудової діяльності. Працівник безпосередньо ототожнює себе з фірмою, на якій він працює та усвідомлює важливість своєї праці [2, с. 50].

Регулювання методів впливу на персонал залежить від ситуації на виробництві. Різні ситуації припускають і різні підходи для їхнього рішення.

Світовий рух відбувається у перейнятті досвіду, так і сполучення наявних методів для одержання нового якісного результату в стимулюванні праці: створення й пропаганда на фірмі культури високої якості праці й належне заохочення, ідентифікування особистості працівника з цілями й завданнями фірми, розкриття в працівника почуття відповідальності за свої вчинки. Найбільш характерними тут є японські методи стимулювання персоналу, що сприяють досягненню вражаючих результатів у розвитку виробництва за різними напрямками. Керівники японських підприємств здійснювали свої завдання, застосовуючи традиційні методи управління до нових умов, та за допомогою засвоєних ними теорій та методів американського управління. Після Другої світової війни основні риси японської системи управління визначають ряд концепцій, відсутніх в американській моделі. Найважливішими є система довчного найму та процес колективного прийняття рішення. Японське суспільство загалом однорідне і пронизане духом колективізму. Японці завжди думають від імені груп. Особистість усвідомлює себе раніше, насамперед, як члена групи, а свою індивідуальність – як індивідуальність частини цілого.

Низька ефективність системи стимулювання праці в Україні зумовлена як наслідками довготривалої економічної кризи, так і прорахунками у здійсненні ринкових реформ, реформуванні політики оплати праці і доходів. У результаті виникли протиріччя між застарілими підходами у заохоченні персоналу підприємств до результативної праці і сучасними потребами виробництва в Україні. В цих умовах зростає необхідність у науковому пошуці дієвого механізму стимулювання трудової діяльності персоналу, підпорядкованого цілям зростання продуктивності праці, поліпшення якості продукції (робіт), забезпечення на цій основі прискореного економічного розвитку.

При створенні на підприємстві системи стимулювання праці необхідно взяти за основу домінуючі мотиви трудової діяльності. Для наших співвітчизників у даний час головним мотивом є матеріальний фактор. Однак це не означає, що ефективність праці залежить тільки від нього; стимули до праці пов'язані в багатофакторну систему.

На різних підприємствах у даний час розробляються свої системи критеріїв та показників для оцінки праці різних категорій співробітників. На погляд автора, кожному підприємству доцільно було б розробити власні кількісні нормативи та якісні характеристики за кожним із таких показників і критеріїв. Вони повинні враховуватися при оцінці ділових якостей і кваліфікації працівників, а також при вирішенні питань про оплату праці. Крім показників, загальних для всіх категорій працівників (рівень освіти, обсяг спеціальних знань, стаж роботи на даній або аналогічній посаді), рекомендується для кожної групи працівників передбачити особливі показники і критерії оцінки.

Нематеріальне стимулювання як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства має величезний потенціал. Це особливо відноситься до категорій працівників творчої праці, якими, наприклад, є наукові працівники, винахідники та ін. На жаль, у нашій країні зроблено лише перші кроки щодо запровадження комплексної програми цього виду стимулювання. До нематеріальних стимулів, які застосовуються в Україні, можна віднести: соціальні стимули, а саме престижність праці, можливість професійного і службового зростання; моральні, тобто повага з боку оточуючих, нагороди; творчі – це можливість самовдосконалення та самореалізації.

Важливим інструментом нематеріального стимулювання виступають корпоративні свята, особливо із залученням членів сім'ї співробітників. Презентації та інші акції, спрямовані на демонстрацію успіхів фірми, також повинні проходити за участю членів колективу для формування у них почуття причетності до спільної справи [3, с. 10].

Практичне втілення системи мотивації та стимулювання працівників відбувається завдяки використанню широкого кола методів: економічних, адміністративних, організаційно-виробничих, морально-психологічних, соціальних. Отже, кількість методів є достатньо великою, а спектр дії дуже широкий, тому обсяг їх використання на підприємствах обирається залежно від багатьох чинників, найсуттєвішими з яких є: чисельність і структура персоналу, організаційна культура, поточні результати господарської діяльності, етап життєвого циклу підприємства.

Але реальність сьогодення свідчать, що на більшості вітчизняних підприємств складається ситуація, коли існуюча система мотивації та стимулювання є перешкодою розвитку працівників і, як наслідок, усього підприємства. Саме тому керівнику підприємства, перш за все, необхідно приділяти увагу своєму персоналу, адже саме людська праця може зробити підприємство найкращим.

На основі проведеного дослідження отримано висновок, що для успішної реалізації системи стимулювання праці необхідне пов'язання матеріального і нематеріального стимулювання з потребами кожного конкретного члена трудового колективу. Стимулювання трудової активності персоналу необхідно ставити як важливий чинник зростання продуктивності праці, підвищення ефективності виробництва.



На сучасному етапі розвитку світової економіки, якому притаманні прискорення світової економічної динаміки, часті зміни пріоритетів працівників, поширення самомотивації та трансформація ментальності, варто приділити більше уваги умовам праці людини. Раціональне забезпечення мотивування працівників підприємств у змозі підвищити ефективність діяльності вітчизняних підприємств, що вимагає проведення подальших досліджень у цьому напрямі.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

Література: 1. Виноградський М. Д. Управління персоналом : навч. посібн. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 504 с. 2. Воробйова О. К. Оцінка системи стимулювання праці на підприємствах торгівлі м. Донецька / О. К. Воробйова // Торговля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДДКІ, 2009. – С. 69–70. 3. Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посібн. / А. П. Міщенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 336 с. 4. Заборська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії : навч. посібн. для студ. екон. спец. / Л. Д. Заборська. – Х. : Консул, 2010. – 208 с. 5. Шершньова З. Е. Стратегічне управління : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисципліни / З. Е. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 2008. – 232 с.

Токмін Д. Л.

УДК 339.333

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВПЛИВ ТОРГОВЕЛЬНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ЗБУТУ ТОВАРІВ

Анотація. Досліджено вплив торговельно-логістичних посередників на організацію збуту товарів. Розглянуто і проаналізовано позитивні та негативні аспекти співпраці виробника з торговельно-логістичним посередником.

Аннотация. Исследовано влияние торгового-логистических посредников на организацию сбыта товаров. Рассмотрены и проанализированы положительные и отрицательные аспекты сотрудничества производителя с торгового-логистическим посредником.

Annotation. The article investigates the impact of trade and logistics intermediaries on the organization of goods distribution. The pros and cons of cooperation of a manufactures with trade and logistics intermediary are studied and analysed.

Ключові слова: логістична діяльність, посередник, збут, ринок, канали збуту, ланцюги постачань, торговельно-логістичний посередник.

В умовах конкуренції одним з основних напрямів виживання і розвитку підприємств є розширення ринків збуту, що вимагає формування різних каналів розподілу товарів. Канали розподілу ґрунтуються на принципах логістичної інтеграції, які знайшли своє основне відображення в логістичних ланцюгах постачання. Ключовими суб'єктами каналів розподілу є різноманітні торговельно-логістичні посередники, які забезпечують просування товарів від виробника до кінцевого споживача.

Дослідженню ролі, місця та особливостей взаємодії виробників із торговельно-логістичними посередниками у процесі збуту товарів присвячені роботи багатьох вчених, а саме: Балабанової Л. В., Гаджинського А. М., Крикавського Є. В., Ніколайчука В. Є., Окландера М. А., Сергєєва В. І. та ін.

Мета статті – дослідити вплив торговельно-логістичних посередників на організацію збуту товарів та показати доцільність використання послуг посередників у сучасній ринковій економіці.

Посередництво займає ключове місце в організації економічних відносин між суб'єктами ринку, створюючи найбільш сприятливі умови для усіх учасників процесу товароруку з урахуванням їх можливостей та існуючої на ринку економічної ситуації. За рахунок посередництва забезпечується розширення ринку збуту, підвищується надійність постачання та якість обслуговування кінцевих споживачів. За даними міжнародних джерел, до 80 % світового обігу товарів і послуг здійснюється за допомогою посередників [1].

Розрізняють торгове та логістичне посередництво [2]. Завдяки торговельним посередникам підприємства-виробники розширюють ринки збуту та асортимент товарів, активно реалізують товари, швидше реагують на зміну попиту, що зумовлює збільшення товарообігу, а отже, і їх доходів та прибутків.

В умовах товарного ринку багато підприємств-виробників намагаються формувати непрямі канали збуту своїх товарів із залученням різних торговельних посередників, що пояснюється такими чинниками, як:

© Токмін Д. Л., 2013