

Головним джерелом цих переваг є використання ресурсів (матеріальних і нематеріальних) інших компаній для досягнення успіху на ринку [3].

Враховуючи вище зазначене, процес ухвалення рішення про передачу ключових функцій на аутсорсинг повинен бути економічно обгрунтованим, доцільним та контрольованим і передбачати нижчезазначені етапи роботи:

1. Визначення потенційних функцій для передачі в аутсорсинг.
2. Оцінювання власних можливостей компанії стосовно виконання даних функцій.
3. Дослідження ринку послуг із аутсорсингу виокремленої функції з метою визначення потенційних партнерів.
4. Визначення потенційних партнерів по аутсорсингу.
5. Дослідження доцільності і можливості передачі функції в аутсорсинг.
6. Вибір кандидатів на переговори.
7. Оцінка ефекту від впровадження аутсорсингу.
8. Зіставлення внутрішніх і зовнішніх можливостей.
9. Прийняття рішення «робити самому чи купувати?» та його юридичне оформлення.
10. Прийняття управлінського рішення щодо «старого» персоналу.
11. Розробка механізмів контролю за діяльністю аутсорсингової компанії.

Таким чином, в умовах жорсткої конкуренції, глобалізації, росту інформаційного обміну аутсорсинг є засобом у сфері управління, який забезпечує стійкість і конкурентоспроможність промислового підприємства на ринку.

Список літератури:

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство / А.В. Бусыгин. - М.: Дело, 2000. – 324 с.
2. Кадыев Т. Аутсорсинг и развитие компании. Материалы конференции «Управление в России: Отказ от иллюзий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // http://www.Iteam.Ru/publications/strategy/section_17/article_725/
3. Каледжян С.О. Аутсорсинг: делегирование управления в стратегии развития компании / С.О. Каледжян. - М.: Дело, 2002. – 253 с.
4. Obloj K. Strategia nowoczesnej firmy a wykorzystanie outsourcingu. Materiały na konferencje: Outsourcing. Usprawnienie funkcjonowania firm poprzez obsługę zewnętrzną. - Warszawa: Institute for International Research, 1999. - S. 83.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Кравець О.Ю., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери
Соколинська А.І., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

Управління персоналом підприємства – багатогранний і виключно складний процес, що має специфічні особливості та закономірності. Знання їх вкрай необхідне

керівникам і спеціалістам сучасного виробництва, працівникам кадрових служб і соціального розвитку для постійного забезпечення підвищення якості та ефективності праці. Управління персоналом містить у собі цілий комплекс заходів, пов'язаних з професійним просуванням працівників та формуванням персоналу, а також його плануванням, аналізом показників праці, витрат на персонал, вивченням ринку трудових ресурсів, а також внутрішніх джерел розвитку персоналу, забезпеченням соціально-психологічних умов взаємодії підрозділів, взаємовідносинами у колективі, запобіганням конфліктів.

Основні задачі з управління персоналом на стадії інтенсивного зростання організації полягають у наступному:

1. Залучення нових, висококваліфікованих співробітників.
2. Модернізація і впровадження корпоративної культури.
3. Адаптація нових співробітників і утримання старих.
4. Різноманітна мотивація співробітників.

Для забезпечення конкурентоспроможності головне – це зменшувати витрати на одиницю продукції. Тому найважливішим трудовим показником стає частка витрат на персонал у вартості продукції. Особливого значення планування витрат на персонал набуває ще й тому, що з розвитком суспільства практично єдиним товаром, який буде неухильно дорожчати, стає робоча сила. У зв'язку з цим на кожному підприємстві потрібно створювати чітку і прозору систему показників праці та витрат на персонал, що дає змогу здійснювати аналіз та планування діяльності, а також оцінювати свою конкурентоспроможність на науковій основі.

Основні принципи побудови системи стимулювання персоналу підприємств:

1. Необхідно чітко визначати умови та показники, за якими встановлюється розмір премії.
2. Необхідно розподіляти умови і показники стимулювання на основні і додаткові (вирішальне значення для розв'язання задач і поставлені перед конкретним працівником).
3. Наслідком невиконання основних показників та умов преміювання завжди є не виплата премії. За невиконання додаткових умов і показників керівники можуть зменшувати премії до 50% нарахованої суми.
4. Показники та умови преміювання повинні відповідати завданням діяльності підприємства і реально залежати від трудових зусиль колективу (окремого працівника).
5. У процесі побудови системи преміювання необхідно чітко встановлювати рівень показників та умов, що є підставою для нарахування і виплати премій.
6. Важливою складовою побудови преміальної системи підприємства має бути економічне обґрунтування розмірів премій і визначення коефіцієнта ефективності застосовуваної системи преміювання.

В управлінні персоналом визначають сукупну трудову дієздатність його колективу, ресурсні можливості праці облікового складу підприємства виходячи з

їхнього віку, фізичних можливостей, наявних знань і професійно-кваліфікаційних навичок. Тому основними напрямками дослідження персоналу організації є: аналіз якості складу кадрів, оцінка рівня управління кадрами, оцінка стану плинності кадрів.

Список літератури:

1. Виноградський М.Д. Управління персоналом / М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва А.М. Виноградська, О.М. Шканова. – К.: Центр учбової літератури, 2006. – 260 с.
2. Давиденко Н.М. Фінансовий менеджмент підприємств / Н.М. Давиденко // Фінанси України. – 2004. – №6. – С. 90-93.
3. Крушельницька О.В. Управління персоналом: [підручник] / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук – К.: Кондор, 2003. – 296 с.

**УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИМОГ РИНКУ**

*Папіж Ю.С., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Гевкан Ю.О., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

Організація збуту в системі підприємства і його управління виконує вельми важливу роль шляхом забезпечення зворотного зв'язку виробництва з ринком, є джерелом інформації про попит і потреби споживачів.

В процесі діяльності підприємства проблема управління збутом розв'язується вже на стадії розробки політики фірми. Мова йде про вибір найефективнішої системи, каналів і методів збуту стосовно конкретно певних ринків. Це означає, що виробництво продукції з самого початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найсприятливіші умови. Тому розробка збутової політики має на меті визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару. Це припускає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення намічених кінцевих результатів.

Система збуту підприємства може бути побудована різним чином:

- 1) Традиційна система збуту – складається з незалежного виробника, одного або декількох оптових торговців і одного або декількох роздрібних торговців. Всі учасники системи самостійні і не підконтрольні іншим, переслідують мету максимізації прибутку тільки на своїй ділянці збутової системи.
- 2) Вертикальна система збуту – діє як єдина система, включає виробника, одного або декілька оптових і роздрібних торговців, які переслідують загальні цілі.