

Секція 20. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ОЦІНКИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

Аллабердисв Я., гр. рЕП-41

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Колмакова**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Для комплексної та достовірної оцінки діяльності працівників харчування та торгівлі необхідно враховувати безліч факторів. Аналіз публікацій свідчить про те, що в наш час існує значна кількість систем показників, які в різній мірі характеризують ті або інші сторони діяльності працівників підприємства. У більшій мірі поширені системи показників за результатами роботи. Але ключові критерії успіху в багатьох випадках лежать поза межами фінансів і економіки підприємства. Тому останнім часом одержали розвиток системи показників, які намагаються відобразити та врахувати всі ключові фактори, від яких залежить якість, кількість та своєчасність виготовлення продукції (виконання робіт, надання послуг).

До найбільш відомих сучасних наукових теорій щодо формування систем показників у наш час відносяться: управління по цілям (МВО – Management by Objectives); система збалансованих показників (BSC – Balanced Scorecard); ключові показники ефективності діяльності (KPI – Key Performance Indicators).

Найпоширенішою є система збалансованих показників, запропонована американськими професорами Р. Капланом і Д. Нортонем у 1990 році – Balanced ScoreCard (BSC). BSC широко використовуються на підприємствах транспорту та зв'язку, легкої, харчової промисловості, але досить вузько (майже не застосовується) на підприємствах будівельної галузі. На думку автора, це відбувається саме тому, що новітні методи та методології не адаптовані до особливостей підприємств будівельної галузі в Україні.

За кордоном при розробці системи оцінки використовується детальний специфічний підхід, для кожного підприємства свій і державні органи не приймають участі у відносинах, що складаються, між працівниками і підприємцями.

Оцінка, принципи і форми оплати праці регулюються профспілками і підприємцями і заносяться в колективний договір. Оцінка діяльності працівника дозволяє кількісно і якісно охарактеризувати працю та визначити інтенсивність її виконання.

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анікєєва А.М., гр. Е-47м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **М.В. Чорна**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Формування конкурентних стратегій один з найсуттєвіших та найскладніших етапів процесу стратегічного планування. За сучасних умов подолання наслідків кризових явищ і визначення шляхів подальшого розвитку, формування ефективних конкурентних стратегій підприємств різних галузей національного господарства стає одним з основних завдань. За визначенням американських дослідників, питома вага конкурентної стратегії в загальній стратегії фірми становить близько 80%.

У результаті проведеного теоретичного аналізу представлених у сучасній фаховій літературі підходів до визначення конкурентної стратегії встановлено, що найбільш повною та доречною для сучасних умов економічного розвитку України є наступна позиція. Конкурентну стратегію доцільно розглядати як формування та реалізацію цілей і задач підприємства (виробника, експортера тощо) за кожним окремим ринком та/або його сегментом, а також за кожним товаром на певний період часу для здійснення виробничо-комерційної діяльності у повній відповідності до ринкової ситуації та можливостей підприємства.

У процесі формування конкурентної стратегії можна виділити вхідні (ті фактори, аналіз яких передуює розробленню конкурентної стратегії, тобто фактори маркетингового середовища та цілі фірми) та вихідні (стратегічні рішення щодо комплексу компонентів маркетингу, який містить чотири складові, а саме: товар, ціна, збут, просування) елементи.

Основне призначення конкурентної стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі фірми з її можливостями, вимогами споживачів; використовувати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Таким чином, дуже важливою ланкою успішної роботи підприємства на сучасному вітчизняному ринку є розробка економічно обґрунтованої ефективної конкурентної стратегії. Правильний вибір стратегії полегшує оцінювання поточного і перспективного стану ринку, визначення стратегічних зон господарювання підприємства, його внутрішніх ресурсів і конкретних можливостей.