

Необхідно пам'ятати, що при впровадженні конкретних методів мотивації обов'язково необхідно враховувати всі фактори, що визначають особливості направленості праці, рівня кваліфікації, трудовий стаж, вікові особливості та багато інших різних не менш важливих факторів.

Отже, можна зробити висновок, що для стабільного та ефективного розвитку як підприємства, так і економіки країни в цілому, необхідно використовувати не тільки майже всі основні, але й нестандартні та нові методи мотивації праці на підприємствах. А ефективність використання цих методів значною мірою залежить від розробки та впровадження вміло налагодженого мотиваційного механізму.

## **НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ**

**Полянська В.І., гр. БАЗ-49м**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Чаговець**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Від того, наскільки ефективно підприємство управляє своїми витратами, залежать його розвиток та успіх. Це стає особливо актуальним в умовах економічної кризи, дії дестабілізуючих факторів та невизначеності.

Матеріальні витрати складають в структурі собівартості продукції 65–75% залежно від галузі економіки. Висока собівартість продукції знижує конкурентоспроможність підприємства та змушує керівників шукати причини та резерви її зниження. Тому дослідження матеріальних витрат та подальше виявлення напрямів їх зниження може суттєво вплинути на фінансові показники діяльності будь-якого підприємства.

Зниження матеріальних витрат можна досягти завдяки правильному управлінню витратами. Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місць та носіїв з постійним контролем рівня витрат і стимулюванням їхнього зниження. Система управління витратами має функціональний та організаційний аспекти. Вона включає такі організаційні підсистеми: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат.

Для оцінки ефективності використання матеріальних ресурсів застосовують систему узагальнюючих та індивідуальних показників, виявлення взаємозв'язків між якими та комплексний аналіз є найважливішим завданням будь-якого дослідження. Для виявлення закономірностей у розвитку процесу використання матеріальних ресурсів і визначення більш значущих чинників мають використовуватись сучасні математичні методи, моделі, алгоритми та програми, що представляють собою в сукупності математичне забезпечення дослідження. В даний час існує досить велика кількість математичних методів, що застосовуються в дослідженнях. Серед них слід вказати методи математичної статистики (економетричного аналізу), оптимізації, експертних оцінок. У доповіді наводяться приклади побудованих факторних моделей на прикладі декількох підприємств харчової промисловості.

## **ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ АДАПТАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Рачкован О.Д., гр. БАз-49м**

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.А. Круглова**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Для визначення цілей та розробки адаптаційної стратегії важливим є визначення чинників, що її зумовлюють. Вважаємо, що з огляду розробки адаптаційної стратегії торговельного підприємства, у перебігу дослідження чинників зовнішнього середовища найбільшої уваги потребують чинники мікросередовища. Саме чинники мікросередовища формують середовище найближчого оточення, мікрооточення підприємства та у значній мірі відображають тенденції та проблеми функціонування та розвитку підприємств галузі, що є значущим безпосередньо для формування адаптаційної стратегії господарюючого суб'єкта. На відміну від мікро-, чинники макросередовища визначають загальні умови функціонування господарюючих суб'єктів, та, хоча й впливають на розвиток підприємства, проте не дозволяють визначити специфіку діяльності окремого господарюючого суб'єкта, що знижує значущість результатів такого аналізу для розробки стратегії та портфелю адаптаційних заходів.

Відзначимо, що в межах мікросередовища більшість авторів як основні виділяють такі його елементи як покупці, постачальники та конкуренти.