

Основну мету управління оборотними активами доцільно трактувати таким чином: забезпечення оптимальних обсягів усіх складових, які сприятимуть підвищенню економічної вигоди підприємства. Визначення такої мети пов'язане з двома основними фактами. По-перше, швидка зміна зовнішнього середовища обумовлює прийняття рішень щодо обсягів всіх складових оборотних активів та пропорції між ними, які повинні забезпечувати безперервність діяльності підприємства та забезпечувати достатній рівень його ліквідності, платоспроможності. По-друге, управління оборотними активами має спрямовуватися на забезпечення потенційної можливості отримання підприємством грошових надходжень від використання кожної їхньої складової [3, 128].

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки справляє значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, залучених підприємством. Це пояснюється тим, що тривалість обороту основних і оборотних засобів суттєво відрізняється через принципові відмінності за характером участі у виробничому процесі основних та оборотних фондів. Якщо перші неодноразово беруть участь у процесі виробництва, то оборотні фонди – один раз, повністю споживаючись у кожному його циклі. Обороти основних фондів вимірюються роками, водночас оборотні фонди і фонди обігу протягом року здійснюють, як правило, декілька оборотів. Отже, оборотні активи, що обслуговують оборот оборотних фондів і фондів обігу, багато в чому визначають загальні темпи й ефективність виробництва [4, 75].

Отже, успішне управління оборотними активами має важливу роль для розвитку підприємств. Воно дає змогу визначити оптимальний обсяг та структуру оборотних активів, зменшити витрати на фінансування та підтримку певного їх обсягу, забезпечити ліквідність та платоспроможність підприємства, виробити оптимальний обсяг товарно-матеріальних запасів, покращити управління дебіторською заборгованістю та грошовими коштами та ін., що в підсумку дає прогрес не тільки для підприємств, а й для економіки країни загалом.

Джерела та література

1. Єйбоженко О. Система управління оборотними активами підприємства. *Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ*. 2013. № 5. С. 231.
2. Велкова І. Ю. Сучасні методики розрахунку показників ефективності використання оборотних активів підприємств АПК. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 1. С. 47.
3. Швець Ю. О., Скворцова А. В. Управління оборотними активами підприємств. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. № 13. С. 128.
4. Золотухін Є. В. Оцінка ефективності використання оборотних активів підприємств електротехнічної галузі. *Управління розвитком*. 2013. № 18. С. 75.

Лихач Е. – студент

Науковий керівник: к. е. н., доц.
Т. Данилюк
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Засади становлення та розвитку проектування соціосистем підприємства

Розв'язання завдань, зв'язаних з виходом із соціально-економічної кризи, потребує повної мобілізації внутрішніх резервів, посилення соціального управління економікою, що неможливо без активного дослідного пошуку і своєчасного усвідомлення суті соціально-економічних процесів, які відбуваються у сфері виробництва. Важливу роль у цьому відіграють соціологічні

служби, або, як їх називають, служби соціального розвитку самих трудових колективів, підприємств, організацій [1].

Служба соціального розвитку являє собою функціональний структурний підрозділ підприємства, призначений для виявлення й використання соціальних резервів виробництва, організації роботи із соціального управління. Організаційно така служба оформлена по-різному, залежно від розмірів і соціального потенціалу підприємства, його відомчої належності, сукупності регіональних і місцевих соціальних умов. Найпоширеніший тип служби – заводська лабораторія соціологічних досліджень (майже половина всіх служб). Такі служби зазвичай складаються із 1–5 чоловік, більшість із них – соціологи (близько 80 %) та психологи [1].

Управлінський статус служби залежить від розмірів підприємства, від компетентності, ініціативи та авторитету керівника і працівників служби. А це своєю чергою зумовлює ієрархічність, внутрішню будову, організаційну структуру служби соціального розвитку.

На великих підприємствах соціологічна служба складається з декількох рівнів, кожний із яких вирішує свої завдання. Перший рівень утворює відділ соціального розвитку і планування з трьома підрозділами: бюро соціального планування, бюро соціологічних досліджень і бюро стабілізації кадрів. Їхнім завданням є розробка соціального розвитку колективу об'єднання в цілому, координаційне керівництво соціологічними групами в підрозділах [3].

На другому рівні працюють соціологічні групи на заводах, що входять до складу виробничого об'єднання. Вони вирішують завдання соціального розвитку у своїх колективах, проводять мікродослідження та консультування працівників.

Третій рівень складають суспільний актив і спеціально підготовлений штат в особі помічників начальників цехів з кадрів, майстрів і бригадирів, інженерів-організаторів. Їхнім завданням є забезпечення реалізації планів соціального розвитку в первинних трудових колективах.

Служба соціального розвитку підприємства працює в тісному контакті з іншими службами та підрозділами: з економічною, фінансовою, кадровою, технологічною службами, з дирекцією і громадськими організаціями. Кожній зі служб тією чи іншою мірою властива діяльність щодо соціального управління. Однак кожна з них діє на якій-небудь вузькій ділянці – збут, виробництво, кадри, господарські питання тощо.

Соціологічна служба підприємства проводить соціологічні дослідження на підприємстві і на підставі всебічного вивчення соціально-психологічних проблем праці, побуту і відпочинку трудящих розробляє й реалізує заходи для виявлення і використання соціальних резервів зростання обсягів та ефективності виробництва, удосконалення управління соціальними процесами. Вона організовує роботу з управління соціальним розвитком трудових колективів, методичного забезпечення цього розвитку, координує розробку й реалізацію комплексних соціальних програм і технологій [2].

Соціологічна служба підприємства є незалежним підрозділом, підпорядкованим його керівникові чи першому заступнику керівника, а на підприємствах з великою кількістю працівників – головному соціологу, права і обов'язки якого встановлюються на рівні інших головних спеціалістів підприємства [2].

Структуру і штати служби затверджує керівник підприємства залежно від загальної кількості працівників підприємства, функцій і обсягу виконуваних соціологічною службою робіт. До її складу можуть входити соціологи, психологи, спеціалісти з профорієнтації, організації та управління виробництвом та інші фахівці.

На практиці соціологів найчастіше включають у структури відділів кадрів, організації праці та заробітної плати, планово-виробничий відділ, АСУ, бюро технічної інформації тощо. Утворення таких служб значною мірою залежить від керівника підприємства, розуміння ним важливості соціальних завдань. Проте ефективніше ці служби працюють тоді, коли діють автономно. У складі інших підрозділів вони, як правило, виконують ще роботу, що не відповідає їхнім функціям. Якщо взяти за критерій оцінки ефективності роботи соціологічної служби кількість проведених досліджень і запроваджених заходів, то найбільш ефективним, як свідчить практика, є її підпорядкування заступнику директора з кадрів [2].

Призначення соціолога як фахівця реалізуються в його функціях, котрі зв'язані з функціями соціології. Вони конкретизують загальні абстрактні уявлення про функції соціології як науки. Детальний розгляд їх сприятиме ліпшому усвідомленню змісту роботи соціолога на підприємстві.

Отже, удосконалення управління соціальними процесами та підвищення рівня роботи у сфері соціального розвитку трудових колективів є важливим в процесі становлення соціально-психологічного клімату в колективах. Важливу роль у цьому мають відігравати соціологічні служби, або, як їх називають, служби соціального розвитку самих трудових колективів, підприємств, організацій.

Джерела та література

1. Пушкар Р. М. Менеджмент: теорія і практика підручник. 2-ге вид., переробл. і доп. Тернопіль: Карт-бланш, 2010. 498 с.
2. Федорова Н. Н. Организационная структура управления предприятием: учеб. пособие. Москва: ТК Велби, 2012. 256 с.
3. Чернявський А. Д. Організаційне проектування: навч. посіб. Київ: МАУП, 2014. 160 с.

Майборода В. – аспірант кафедри менеджменту
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні

Розвиток туризму в Україні є ключовим завданням євроінтеграційного курсу держави, що має забезпечити відкритість вітчизняної економіки. Створення нових робочих місць, розвиток середнього та малого бізнесу, збереження та відновлення природних територій, надходження валютних коштів до бюджетів усіх рівнів, розвиток інфраструктури є значним соціально-економічним ефектом від розвитку туристичних послуг. Це потребує чіткого визначення стратегічних пріоритетів розвитку туристичних послуг в Україні, що буде першоосновою на шляху підвищення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Покращення соціально-економічної ситуації завдяки позитивному впливу конкурентоспроможних туристичних послуг на всі сфери життя буде досягатись шляхом визначення стратегічних пріоритетів розвитку туристичних послуг в Україні:

- досягнення європейських і світових параметрів співвідношення якості послуг і цін на ці послуги;
- зростання темпів розвитку туристичних послуг і розширення на цій основі сфер зайнятості населення;
- розвиток ринкових механізмів в туристичній сфері;
- підвищення якості туристичних послуг, що сприятиме зростанню соціального ефекту;
- залучення зовнішніх інвестицій до реалізації програм регіонального розвитку;
- розвиток підприємництва та туристичного бізнесу;
- активізація природоохоронної діяльності для створення нормальних умов проживання населення і екологічної безпеки території;
- реалізація масштабних заходів щодо реставрації та збереження пам'яток історії, культури, відтворення традицій і звичаїв народу;
- комплексний підхід до підвищення якості прийому туристів та сервісного обслуговування;