

підвищувати свій рівень. Керівництво повинно розуміти, чого воно хоче від того чи іншого працівника. Як результат - працівник, який отримує справедливу винагороду, від початку ставиться до своєї роботи відповідальніше й ініціативніше. Це може стати на підприємстві основою управління персоналом [4, с.285].

Слід звернути увагу на те що, допоміжною формою винагороди персоналу є премія, яка як економічний важель, доповнює заробітну плату. Якщо основна заробітна плата стимулює зростання, в більшості випадків, кількісних показників, то премія зацікавлює у покращенні якісних показників, показників кінцевих результатів роботи в цілому.

Отже, важливо в сучасних умовах відновити стимулюючий вплив як основної заробітної плати, яка вважається засобом залучення до праці, так і преміальних та соціальних виплат, які сприяють високопродуктивній праці.

Висновки. Формування механізму управління персоналом - проблема невідкладна й потребує якнайшвидшого вдосконалення й пристосування до об'єктивних умов сучасності. Механізм управління відіграє важливу роль в підвищенні продуктивності праці та ефективності функціонування розвитку підприємств. Тільки в цьому випадку можна забезпечити їх конкурентоспроможність та реальне входження в міжнародні економічні структури.

#### **Список використаних джерел**

1. Завадський І. Фактори мотивації персоналу в менеджменті / І. Завадський, Л. Червінська // Економіка України. - 1999. - №9. - С. 53-59.
2. Малік М. Й. Кадровий потенціал аграрних підприємств: управлінський аспект / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк. - К.: ННЦ "ІАЕ", 2005. - 370 с.
3. Малік М.Й. Мотивація виробничої діяльності в аграрній сфері економіки (методологія і організація) / М.Й. Малік. - К.: ША УААН, 1995. - 177 с.
4. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навчальний посібник / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. - К.: Кондор, 2003. - 296 с.

**Глушкова Світлана Олександрівна,**

студентка спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит» економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету,  
м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к. е. н., доцент Будняк Л. М.

### **НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ**

Наявність у достатньому обсязі фінансових ресурсів, їх ефективне використання, забезпечують міцний фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та ліквідність. У зв'язку з цим найважливішим завданням підприємств є пошуки резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найбільш ефективно їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства в цілому.

Резервами збільшення власних фінансових ресурсів та ефективності їх використання можуть виступати: новітні підходи до поведінки на споживчому ринку, підвищення рівня взаємовідносин з постачальниками товарів та споживачами, раціональна організація господарської діяльності, ефективне управління підприємством, розширення чи скорочення виробництва та реалізації продукції, зростання норми прибутковості, рівня

рентабельності тощо. Вище зазначені резерви повинні бути направлені на збільшення прибутку підприємства, як основного джерела формування ресурсів підприємства.

За проведеними розрахунками резервами збільшення прибутку у кооперативі «Дари природи» Шепетівського району Хмельницької області є зниження закупівельної ціни, збільшення ціни та обсягів реалізації товарів. Основними шляхами мобілізації вище зазначених резервів є:

1) По групі зниження ціни закупівлі – скорочення кількості посередників при закупівлі товарів; використання системи цінкових знижок у процесі закупівлі партій товарів; закупівлю окремих товарів за кордоном при сприятливому співвідношенні курсів національної та іноземної валют; здійснення прямих товарообмінних (бартерних) операцій при сприятливому співвідношенні рівня цін на взаємозамінні товари; закупівлю партій товарів на сезонних розпродажах; розвиток власного виробництва.

2) По групі підвищення ціни реалізації – здійснення ефективної цінової політики підприємства на споживчому ринку; використання сприятливої торгової кон'юнктури в окремі періоди року; скорочення частки товарів, які реалізуються за регульованими цінами у рамках окремих асортиментних груп;

експорт конкурентоздатних товарів з урахуванням співвідношення курсів національної та іноземної валют; розширення продажу товарів у попередній період, початок сезону (ціни найвищі); реалізацію окремих груп товарів на товарних біржах та аукціонах.

3) По групі зростання обсягів реалізації товарів – здійснення ефективної маркетингової політики в галузі збуту товарів; диверсифікацію асортименту шляхом внесення до переліку взаємодоповнюючих та взаємозамінних товарів; регіональну диверсифікацію діяльності (розширення регіону збуту); надання споживчого кредиту при реалізації товарів тривалого користування; розширення системи додаткових торгових послуг, пов'язаних із реалізацією товарів; використання ефективних рекламних заходів.

На базі проведених досліджень сформовано напрямки покращення використання фінансових ресурсів – збільшення обсягу реалізації продукції; скорочення витрат на реалізацію продукції шляхом усунення перевитрат на закупівлю і реалізаційні матеріали, усунення понадпланових відходів та невиправданих і непродуктивних витрат; постійне зниження позареалізаційних витрат; реалізація невикористаних матеріалів, невстановленого і невикористовуваного устаткування; інтенсифікація праці працівників і завантаження устаткування; впровадження прогресивних форм організації праці; точне і своєчасне виконання договорів по постачанню продукції; обдумана дивідендна політика; знання механізму впливу фінансового левериджу на рівень прибутковості власного капіталу і рівень фінансового ризику.

### **Список використаних джерел**

1. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: Навчальний курс. / І.А. Бланк – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2006. – 528 с.
2. Василик О.Д. Теорія фінансів: [Підручник] / Василик О.Д. – Київ: НІОС, 2002.- 416 с.
3. Раицкий К. А. Економіка підприємства: Підручник для вузів. - 4-е вид. перераб. і доп. - М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і Ко» ,2003-1012 с.

**Головатинська Ольга Василівна,**