

Застосування сучасних інформаційних технологій являється найважливішою умовою реалізації викладених вище принципів побудови інформаційної системи моніторингу ланцюга поставок [2]. Це перш за все:

- мережеві технології, які використовуються при побудові і використанні локальних і глобальних інформаційних мереж передачі даних;
- технології, використовувані при створенні баз даних та довідкові матеріалів, організація обробки даних, забезпечення санкціонованого доступу та захисту даних;
- геоінформаційні технології, що поєднують в собі можливості електронної картографії і баз даних. Вони використовуються для автоматичного вибору оптимальних маршрутів доставки вантажів і вирішення різноманітних транспортних завдань;
- GPS-технології застосовуються, як правило, в сукупності із супутниковим зв'язком для забезпечення централізованого контролю в реальному часі за місцем розташуванням та станом транспортних засобів та вантажів, для оперативного управління парком транспортних засобів;
- транспортно-складські технології, що використовують засоби автоматичної ідентифікації вантажів, тари, транспортних засобів.

Мережеві технології в системі моніторингу ланцюга поставок можуть бути використані:

- при створенні локальних мереж підприємств, що забезпечують єдиний інформаційний простір для служб відділів логістики партнерів у логістичній системі, розташованих на одній території;
- організації корпоративних і глобальних інформаційних мереж, що забезпечують єдиний інформаційний простір для віддалених служб та філій корпорації, а також для різних підприємств і організацій, які взаємодіють у складі ланцюга поставок з доставки вантажів.

Раціонально побудована інформаційна логістична система моніторингу ланцюга поставок повинна забезпечувати ефективний супровід руху товару в реальному масштабі часу і високу якість споживчого сервісу. Реалізація цієї мети вимагає системного підходу.

Основними завданнями системи моніторингу ланцюга поставок є:

- безперервний інформаційний моніторинг показників стратегічного, тактичного та оперативного логістичного плану;
- надання персоналу логістичної системи достовірної та оперативної інформації про хід логістичного процесу у ланцюзі поставок в реальному часі;
- широке впровадження електронного документообігу при організації інформаційного обміну в ланцюзі поставок;
- забезпечення електронного контролю за доставкою вантажів (рухом вантажів) і полегшення виконання митних процедур при експортно-імпортних операціях;
- забезпечення стеження за транспортними засобами і вантажем за допомогою супутникових систем зв'язку та навігації (GPS);
- інформаційно-аналітична підтримка сучасних технологій транспортування вантажів у ланцюзі поставок: інтермодальних, мультимодальних, змішаних, комбінованих, термінальних та ін.;
- використання систем автоматичної ідентифікації великих або укрупнених вантажних одиниць і транспортної тари при управлінні ланцюгом поставок;
- формування електронних повідомлень про підхід вантажу для попереднього узгодження графіка перевалки вантажу і свідоцтво про доставку товарів перевізнику, експедитору, митниці;
- доступ партнерів ланцюга поставок до телекомунікаційних засобів з виходом в українські та зарубіжні мережі.

Звичайно всі вище перераховані задачі системи моніторингу ланцюга поставок є не повним списком всіх можливих завдань. Адже для кожного підприємства будується своя індивідуальна система моніторингу ланцюга поставок на основних засадах. Така індивідуальна система моніторингу повинна включати основні завдання, які подані вище, проте додаються ще нові задачі та функції для виконання, - все це залежить від специфіки діяльності підприємства та структури побудови всіх систем даного підприємства.

Список використаних джерел

1. Ганеева Ж.Г. Мониторинг как практическая система. [Текст] – М.: Прометей, 2002. – 265 с.
2. Костенко О.П. Інформаційні системи і технології маркетингу / О.П. Костенко. – К.: Професіонал, 2008. – 320 с.
3. Сергеев В.И., Сергеев И.В. Логистические системы мониторинга цепей поставок [Текст]. Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 172 с.
4. Управление проектами. Зарубежный опыт [Текст] / Под ред. В.Д. Шапиро. – СПб.: ДваТри, 1993. – 528 с.

Ружицька Тетяна Віталіївна,

студентка економічного факультету напряму підготовки 6.030508 «Фінанси та кредит» Подільського державного аграрно-технічного університету,

м. Кам'янець-Подільський,

Науковий керівник: д.е.н., професор Чикуркова А. Д.

МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасному менеджменті дедалі більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства.

Постійні зміни в економічній та політичній сферах нашої держави створюють одночасно великі можливості і серйозні

загрози для кожної особистості та вносять значний рівень невизначеності в життя практично кожної людини. Тому, лише дієвий мотиваційний механізм, що відповідає сучасним умовам та є гнучким до швидких економічних змін, забезпечить ефективне використання трудових ресурсів.

Розробка і запровадження ефективних мотиваційних моделей сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. Також, це дозволяє вийти підприємству на економічно новий рівень розвитку та реалізувати свої можливості на вищому рівні.

Мотивування являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її. Мотивація праці являє собою прагнення працівника задовольнити свої потреби; в загальному розумінні – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які зумовлюють людину до трудової діяльності і надають їй цілеспрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей [2].

Система мотивації персоналу є однією з важливих складових як системи управління персоналом в організації, так і системи безпеки підприємницької діяльності.

Однією з найважливіших форм мотивації на підприємствах та організаціях є матеріальне стимулювання праці, яке являє собою процес формування і використання систем матеріальних стимулів праці та розподілу заробітної плати відповідно до дії закону розподілу за кількістю і якістю праці.

Сучасна практика зарубіжних та деяких українських підприємств свідчить про тенденцію до суттєвих змін в системі мотивації персоналу. Для працівників характерні інші ціннісні орієнтації спонукальних мотивів до трудової діяльності. При цьому на перший план висуваються самореалізація і саморозвиток (нематеріальна мотивація).

Нематеріальне стимулювання розвитку персоналу в організації, насамперед, направлене на задоволення мотиву збереження соціального статусу працівника в трудовому колективі завдяки залишенню за ним його робочого місця чи займаної посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним більш високої відповідальної посади, посилення зацікавленості працівника самим процесом опанування новими знаннями, вміннями та практичними навичками; поглиблення інтересу щодо професійного спілкування з професіоналами як в організації, так і поза її межами [1].

Основний ефект який досягається за допомогою нематеріальної мотивації – це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

До моральних способів мотивації відноситься визнання заслуг (особисте та публічне). Суть особистого визнання полягає в тому, що працівники, які позитивно виділилися у справах підприємства, згадуються в доповідях вищому керівництву фірми чи особисто представляються йому, одержують право підпису відповідальних документів, у розробці яких вони брали участь, персонально вітаються дирекцією з нагоди свят чи сімейних дат [3].

Створення мотиваційного середовища на підприємстві, насамперед, через забезпечення залежності винагородження працівника від досягнутих ним результатів і кваліфікації, максимально зацікавити людей у реалізації свого фізичного або інтелектуального потенціалу – головне завдання власників підприємств. Сьогодні потрібні нові механізми, які створюють могутні стимули для продуктивної праці та максимальної реалізації здібностей працівників.

Сприятливі впровадженню мотиваційного механізму діяльності працівників на підприємстві можна, зокрема, через:

- проведення внутрішньої діагностики ефективності діяльності персоналу;
- розробку мотиваційного механізму управління персоналом на підприємстві;
- перепідготовку, підвищення кваліфікації управлінського персоналу тощо.

Важливим аспектом у вищезазначених напрямках є залучення професійних зовнішніх консультантів консалтингових компаній, які спеціалізуються на управлінському менеджменті. Також, перевагу варто надавати вітчизняним консультантам, які безперечно знають глибинні причини існуючих управлінських проблем, пов'язаних із менталітетом, національними особливостями, та з огляду на це розробляють шляхи оптимального їх вирішення.

Список використаних джерел

1. Азарова А.О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві/ А.О. Азарова, О.А. Ковальчук// Економічний простір. – 2010. – № 5. – С. 53-58.
2. Іванченко Г.В. Особливості використання нематеріальних стимулів на вітчизняних підприємствах/ Г.В. Іванченко// Економіст. – 2010. – № 3. – С. 21-23.
3. Тужилкіна О.В. Підвищення вагомості нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні/ О.В. Тужилкіна// Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №9. – С. 37-41.

Руса́к Марія Олександрівна,

студентка спеціальності 6.030509 «Облік і аудит»
економічного факультету Подільського державного
аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Подорожна Т. С.

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ ЗА ЦИВІЛЬНИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ

Цивільний кодекс України (далі ЦК України) визначає юридичну особу як організацію створену і зареєстровану у встановленому законом порядку (ст. 80) [1].

Широке розуміння організації як уніфікованої єдності має чимало особливостей свого прояву. По-перше, юридична особа може створюватися і шляхом об'єднання осіб та/або капіталів, і однією особою. Тому бувають так звані компанії однієї особи, які також є організацією (наприклад, благодійний фонд, утворений одним засновником). По-друге тенденцію до уніфікації багатьох осіб, які об'єдналися для спільного досягнення певної мети, не можна розуміти