**Іваніченко В'ячеслав Валерійович. Стимулювання працівників за випуск конкурентоспроможної продукції на підприємстві : Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. — Х., 2006. — 224арк. : табл. — Бібліогр.: арк. 187-200**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Іваніченко В. В. Стимулювання працівників за випуск конкуренто-спроможної продукції на підприємстві. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Харківський національний економічний університет. Харків, 2006.  У дисертаційній роботі удосконалено зміст економічного стимулювання в умовах ринкової економіки, який враховує економічні інтереси учасників виробничих відносин щодо підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропоновано відповідні економічні важелі підвищення конкурентоспро-можності продукції в напрямках економічного стимулювання діяльності підприємства і суб’єктів ринкового середовища.  Розроблено модель оцінки рівня стимулювання працівників та спосіб визначення розміру винагороди працівників за кінцеві результати діяльності підприємства з урахуванням економічних інтересів щодо виробництва конкурентоспроможної продукції. Удосконалено модель фінансового забезпечення випуску продукції, яка враховує витрати на її конкурентоспроможність та можливі джерела фінансування виробничого процесу. | |
| |  | | --- | | У дисертаційній роботі представлено нове вирішення науково-практичних завдань щодо матеріального стимулювання працівників у процесі виробництва конкурентоспроможної продукції на підприємстві. В процесі проведення досліджень були отримані наступні результати.  1. Розвиток економіки України і зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції багато в чому залежать від того, наскільки обґрунтованою і дійовою є система економічного стимулювання. У якості суб’єктів стимулювання виступають учасники виробничих відносин: підприємство-виробник (в особі його власників), держава (виконавча і законодавча влада), підприємства-конкуренти (виробники та посередники з продажу продукції) і споживачі продукції. Об’єктами стимулювання є підприємства (в особі його власників) і працівники підприємства.  2. Для кожного суб’єкта стимулювання характерні свої напрямки впливу на об’єкт стимулювання, в яких за допомогою відповідних економічних важелів створюються умови для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.Так,на рівні держави це державне регулювання економічних відносин. Підприємства-конкуренти стимулюють підприємство за такими напрямками, як фінансове забезпечення, маркетингова політика, організація виробничого процесу, а споживачі стимулюють підприємство своїм платоспроможним попитом. Що стосується власників підприємства, то вони стимулюють своїх працівників оплатою їх праці.  3. На основі вивчення і зіставлення різних підходів щодо змісту поняття „конкурентоспроможність продукції” зроблено висновок, що конкурентоспро-можність продукції на ринку визначається взаємозв’язком економічних інтересів підприємства і споживача. Для того, щоб здійснити випуск конкурентоспроможної продукції необхідно враховувати наступні умови: наявність продукції-аналога та конкурентної боротьби, формування показників продукції, відповідність вимогам ринку, задоволення потреб споживача, придбання продукції споживачем. В дисертації відображена класифікація показників оцінки конкурентоспроможності продукції, а в групу цінових показників обґрунтована необхідність включення показників економічної ефективності виробництва й реалізації продукції.  4. Економічні інтереси учасників виробничих відносин спрямовані на розширення можливостей задоволення їх різноманітних потреб, що передбачає в умовах ринкової економіки вибір найбільш ефективних напрямів розвитку виробництва. Ефективність сучасного виробництва багато в чому визначається можливістю випускати підприємствами конкурентоспроможну продукцію. В умовах ринкової економіки необхідно більш обґрунтовано підходити до використання економічних інтересів, які властиві таким учасникам виробничих відносин, як держава, підприємство і споживач. Якщо для держави основними економічними показниками виступають показники валового внутрішнього продукту і доходної частини бюджету, то для споживача – це ціна, якість продукції та витрати на її споживання. Реалізація економічних інтересів власників підприємства здійснюється через комплекс економічних показників, які зумовлені стратегічною метою підприємства на певному етапі його розвитку. Для працівників підприємства показником їх економічних інтересів є заробітна плата.  5. Більшість сучасних систем оплати праці має одну загальну рису: при них набагато більша частка заробітку працівника попадає в „ризиковану”, перемінну, нестабільну величину, і вся оплата в цілому набагато більше залежить від кінцевого результату діяльності підприємства.  6. Здійснення економічного стимулювання підвищення конкурентоспро-можності продукції передбачає оцінку наступних показників, які характеризують: 1) рівень конкурентоспроможності продукції; 2) використання економічних важелів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції; 3) рівень стимулювання працівників за випуск конкурентоспроможної продукції. В процесі дослідження визначено та проаналізовано відповідні показники. Стимулювання працівників за випуск конкурентоспроможної продукції на підприємствах характеризується системою показників, які відображають взаємозв’язок економічних інтересів власників і працівників підприємства.  7. Моделювання оцінки рівня стимулювання працівників включає наступні етапи: 1) встановлення показників, що виражають економічні інтереси власників і працівників підприємства; 2) визначення показників взаємозв’язку економічних інтересів і на їх основі побудова показників, які характеризують рівень стимулювання працівників; 3) оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства; 4) оцінка показників рівня стимулювання працівників підприємства та економічна інтерпретація отриманих результатів; 5) побудова факторних моделей взаємозв’язку економічних інтересів і аналіз впливу відповідних чинників на рівень стимулювання працівників; 6) практичне використання результатів аналізу.  8. Сучасна концепція управління персоналом на підприємствах України повинна виходити з того, що люди є важливим економічним ресурсом підприємства, джерелом прибутку, конкурентоспроможності продукції і підприємства загалом. В роботі дістав подальший розвиток спосіб визначення величини винагороди працівників за випуск конкурентоспроможної продукції, що доводить доцільність їх стимулювання шляхом встановлення винагороди за результати діяльності підприємства.  9. На підставі застосування моделі фінансового забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції обґрунтована можливість підприємства здійснювати всі необхідні витрати, пов’язані з виробництвом, реалізацією і підвищенням конкурентоспроможності продукції, а також отримувати при цьому запланований прибуток. Зрештою, це дозволяє здійснювати відповідне винагородження стимулювання працівників за отримання кінцевих результатів діяльності підприємства. | |