

7. Кендюхов О. В. Паблік рилешнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки : монографія / О. В. Кендюхов, К. Ю. Ягельська. – Донецьк, 2001. – 228 с.

8. Пасека А.С. HR-брендинг в системі управління персоналом / Пасека А.С., Красномовец В.А. // Вісник ЧДІЕУ.– 2012. - № 4(16). - С. 132-137.

9. Бэрроу С. Бренд работодателя. Лучшее из бренд-менеджмента – в работу с кадрами / С. Бэрроу, Р. Мосли; перевод с англ. Орешкиной А. М. – М. : ООО «Группа ИДТ», 2007. – 195 с.

10. Мокіна С. М. Підходи до розуміння та визначення поняття бренда роботодавця / С. М. Мокіна // Бізнес Інформ. - 2014. - № 2. - С. 238-242.

11. Маркетинг персоналу: формування та реалізація на підприємствах: монографія / Криворучко О. М., Гладка О. І. ; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. - Харків : ХНАДУ, 2015. - 206 с.

12. Семикіна М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення / М.В. Семикіна // Науково-економічний та суспільно-політичний журнал ; Національна академія наук України «Демографія та соціальна економіка». – 2008. – Вип. 2. – С. 94–103.

13. Кондрацька Л. П. Методологія побудови системи управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили / Л. П. Кондрацька // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 12. – С. 169 – 180.

14. Samia N. HR-Branding [Електронний ресурс] / Samia Naqvi. – Режим доступу : <http://www.scribd.com/doc/37500312/HR-Branding>

15. Graeme Martin. Employer branding – time for some long and “hard” reflection? / M. Graeme // Research insight. Employer branding: the latest Fad or the future for HR? CIPD. 2009 – P. 18–23.

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Рибачок С. А., аспірант

Науковий керівник: Макаренко С. М., к. е. н., доцент

Херсонський державний університет

В сучасних умовах розвитку національної економіки особливої актуальності набуває активізація інноваційно-інвестиційних процесів

на рівні підприємств як складових економічного життя адміністративно-територіальних одиниць країни. В майбутньому наявні конкурентні переваги будуть втрачені тими суб'єктами господарювання, яким не вдалося оцінити важливість безупинної і багатоаспектної реалізації інновацій. Це характерно особливо для такої галузі, як легка промисловість.

Легка промисловість є однією із найважливіших галузей виробництва непродовольчих товарів, яка здійснює задоволення потреб населення, забезпечуючи його тканинами, одягом, взуттям та іншими предметами споживання, а також використовується в інших галузях промисловості у вигляді сировини і допоміжних матеріалів [1]. Про потенційне значення легкої промисловості для економіки країни свідчить те, що в 1990 році вона забезпечувала майже 11 % обсягів всієї промислової продукції України. Але через існуючі на той час диспропорції у розвитку сировинних підгалузей, суттєве зменшення прямої державної підтримки, через низку помилок, допущених у процесі приватизації та реструктуризації державних підприємств, через різко збільшений обсяг імпорту товарів легкої промисловості (в основному азійського походження), які зайняли 70-80 % внутрішнього ринку, підприємства легкої промисловості потрапили у складну кризову ситуацію, основою якої стала загальна економіко-фінансова криза та невідповідність товарно-фінансових сталих зв'язків підприємств вимогам ринкової трансформації виробництва [2].

Необхідною умовою забезпечення економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості є постійне впровадження інноваційного обладнання та залучення передових інноваційних технологій. Для цього, в першу чергу, потрібне збільшення обсягів залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у розвиток підприємств галузі. Доки сумарні витрати на оплату праці працівників в Україні, транспортування, страхування, зберігання сировини, матеріалів та кінцевої продукції, проходження необхідних митних процедур тощо будуть меншими за витрати на оплату праці безпосередньо в країні, де планується здійснювати реалізацію основного обсягу виготовленої кінцевої продукції, доти іноземні інвестори будуть зацікавлені у створенні виробничого процесу на території України.

Також потрібно враховувати, що перманентне розроблення та впровадження комплексу заходів щодо удосконалення управління

часовими ресурсами у виробництві є одним із основних напрямів підвищення прибутковості господарської діяльності за рахунок зростання продуктивності праці, більш ефективного використання наявних виробничих фондів і мінімізації постійних витрат в розрахунку на одиницю продукції. Оптимізація часового навантаження та визначення його граничної межі для працівників підприємства при одночасному забезпеченні виконання норм з виробництва продукції в розрахунку на одну годину дозволить не лише знизити рівень травматизму (соціальний ефект), браку та відходів при виготовленні продукції (економічний ефект), а й сприятиме отриманню більшої задоволеності від виконаної роботи, нормалізації психологічного клімату в колективі, що, як наслідок, може призвести до зростання рівня продуктивності праці.

При визначенні оптимального часового навантаження для працівників необхідно враховувати можливі коливання розмірів граничної продуктивності праці та витрат на оплату праці. Зазначене дозволить не лише максимізувати продуктивність праці в розрахунку за одну годину праці, а й дозволить створити необхідний резерв часу для належної релаксації та відтворення працівників на даній виробничій ділянці, і збільшити продуктивність праці в розрахунку за одну годину праці.

Література.

1. Макаренко С. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств шляхом оптимізації ресурсоспоживання (на прикладі легкої промисловості): дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами»; Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2010. 214 с.

2. Олійник Н. М., Макаренко С. М. Актуальні проблеми легкої та текстильної промисловості України та шляхи їх вирішення. *Проблеми легкої і текстильної промисловості України*. 2005. № 1 (10). С. 11–14.