

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК ПОМІЧНИК В УПРАВЛІННІ РОБОЧИМ ЧАСОМ

Старостіна Г.І.

*Науковий керівник: Хорошилова І.О., к.е.н., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У сучасних умовах одним з найважливіших інструментів підвищення адаптивності є впровадження технологій тайм-менеджмента як елементу системи управління персоналом для зростання ефективності використання робочого часу. Це обумовлюється зростанням у працівників підприємства повноважень, прийняття ними самостійних рішень, самостійної організації і планування своєї роботи, а також суттєвими змінами у діяльності підприємства. Управління часом – це технологія організації часу і підвищення ефективності його використання. Базові ідеї тайм-менеджменту полягають в тому, що основну увагу треба приділяти тому, куди повинен інвестуватися час, а не тому, як швидше робити справи. Отже, визначення пріоритетів – дуже важливе і складне завдання, воно зачіпає усі сфери управлінської діяльності, стосовно прийняття рішень.

Ефективне управління підприємством неможливе без глибокого розуміння і практичного застосування цих принципів в повсякденній діяльності, саме тому управління часом стає фактором забезпечення економічної стабільності та підвищення конкурентоспроможності підприємств, а також обумовлює актуальність дослідження.

Типовими підходами в управлінні часом є постановка пріоритетів, розбиття великих завдань та проектів на окремі дії та делегування іншим людям. Система управління часом складає поєднання процесів, інструментів, різних технік та методів. Вона є основною необхідністю для розвитку будь-якого проекту, оскільки саме це визначає тривалість завершення проекту та його масштаб. Функції тайм-менеджменту реалізуються керівником організації, службою управління персоналом, лінійним керівником, а головне – самим працівником та персоналом загалом з використанням принципів та методів тайм-менеджменту, з урахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів.

Грамотно побудована та організована управлінська діяльність має позитивний вплив на діяльність підприємства та дозволяє отримувати конкурентні переваги на ринку. Основними завданнями, які дозволяє розв'язати тайм-менеджмент є постановка мети діяльності, планування завдань на різні періоди діяльності, ведення обліку часу в процесі реалізації завдань. Послідовне застосування в практиці діяльності технологій тайм-менеджменту, дозволяє керівникові значно підвищити продуктивність і результативність своєї повсякденної діяльності.

Зазначені механізми потребують докладного вивчення, удосконалення з врахуванням найкращих зарубіжних практик та адаптації до особливостей функціонування вітчизняних підприємств.

Література:

1. Євтушенко Г.І. Аналіз стану управління робочим часом та шляхи підвищення ефективності застосування «тайм-менеджменту» в організації / Г.І. Євтушенко, В.М. Дерев'яно // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – № 1. – Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2014. – С. 88-96.
2. Гліб Архангельський, Маріанна Лукашенко, Тетяна Телегіна, Сергій Бехтерев «Тайм-менеджмент. Повний курс.». – 2013. – 312 с.
3. Холодницька А.В. Застосування технологій тайм-менеджменту в управлінні підприємством / А.В. Холодницька // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2013. – № 4 (70). – С. 261-268.

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Хутко Д.Ю.

Науковий керівник: Токар І.І., асистент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Вагомим економічним явищем, що визначає діяльність підприємств та їхню результативність в умовах ринкових відносин, є цінова політика, за якою формуються ціни на товари. Саме за допомогою цін визначаються величина і структура виробництва та споживання, обсяг прибутку і рівень рентабельності виробництва товарів, здійснюється вирішальний вплив на рух матеріальних і грошових потоків підприємств. Ціна є важливим фактором, який впливає на фінансову стабільність підприємств і служить засобом конкурентної боротьби на ринку збуту.

Цінова політика визначає економічні й організаційні заходи щодо встановлення цін, спрямовані на узгодження інтересів економічних суб'єктів ринкових відносин. Вона сприяє встановленню цін залежно від умов ринків збуту, величини власних витрат, дії конкурентів, зміни загальної кон'юнктури ринку та інших факторів. Сутність цінової політики полягає у логічному узгодженні мети діяльності підприємства та його можливостей.

Цінова політика підприємств сфери послуг впливає із загальних цілей їх фінансово-господарської діяльності короткочасного й тривалого характеру. Зокрема, політика економічного виживання й політика оптимізації прибутку мають переважно короткочасний характер, а політика утримання позицій на ринку та завоювання лідерства – тривалий характер. На практиці основна мета комерційної діяльності підприємств полягає здебільшого у передбаченні отримання максимальної величини прибутку впродовж певного відрізка часу: місяця, кварталу, року. Водночас таке уявлення про основну мету політики ціноутворення є недостатньо обґрунтованим, оскільки далеко не у кожному конкретному періоді діяльності торговельного підприємства постає завдання досягнення максимальної величини прибутку.