

цьому отримує все ті ж блага, що і решта. Така несправедливість, безумовно, завжди засмучує і навіть підриває авторитет керівника, який не здатний або не бажає з цим нічого робити.

Висновки та пропозиції. Тому для досягнення найкращих результатів роботи компанії необхідно знайти ті мотиви, які рухають кожним співробітником в його трудовій діяльності, і створити йому такі умови, щоб він міг і хотів виконати поставлені перед ним завдання.

Рішення стратегічних завдань розвитку економіки України вимагає введення принципово нової системи мотивації трудової діяльності, яка повинна забезпечити зростання продуктивності праці, покращення її якості, соціально-економічну привабливість відповідних професій, зміну принципів соціальної підтримки і підвищення рівня соціального захисту працівників. Ефективна мотиваційна система виступає необхідною умовою інноваційного розвитку підприємства. Творчий потенціал працівників зумовлює креативну цінність інтелектуального капіталу підприємства, який містить у собі пов'язані з роботою знання і вміння, рівень освіти, професійну кваліфікацію, лояльність, творчі здібності, ціннісні настанови персоналу, його психометричні характеристики.

Список використаних джерел:

1. Башкатова Ю. И., Каптюхин Р. В., Звягина Л. В. Особенности мотивации персонала в современных корпорациях // Молодой ученый. — 2014. — №6.2. — С. 3-5.
2. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998. — 224 с.
3. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. - СПб.: Питер, 2013. — 352с.
4. Панасюк Б. Мистецтво управляти – дивитися вперед // Урядовий кур'єр. — 2006. — 22 листопада. — №220. — С. 5-6.

Куцик В. І., к.е.н., доц.
Мирошноченко А. І., студент
Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Однією з основних умов прогресивного розвитку підприємництва, поряд з адміністративним регулюванням та контролем, є система внутрішнього корпоративного управління, при чому його успішне здійснення залежить від вибраних керівництвом принципів, методів та стилю управління. У сучасних умовах господарювання одним із ключових фінансових джерел стабільного виробничого процесу, розширеного відтворення, інвестиційного та інноваційного розвитку підприємства є отримані ним фінансові результати діяльності. Тому саме

високопрофесійне та науково-обґрунтоване корпоративне управління фінансовими результатами є ключовим фактором забезпечення економічно-ефективного розвитку суб'єкта господарської діяльності.

Основна частина. Головною метою корпоративного управління фінансовими результатами на рівні підприємства є забезпечення підвищення їх якості, прибутковості, а також досягнення фінансової рівноваги. Якість фінансового результату підприємства визначається одним із двох наступних показників: якості позитивного фінансового результату (прибутку) або якості негативного фінансового результату (збитку), які прямо пропорційно залежать від рівня результативності діяльності суб'єкта господарювання [2, с. 168].

Таким чином, під час здійснення управлінської діяльності щодо фінансових результатів керівництву підприємства потрібно брати до уваги ціль його розвитку, яка залежить як від конкретних ринкових умов господарювання, так і від інтересів власників, а вже відповідно до неї формувати та реалізовувати управління фінансовими результатами.

Дослідження корпоративного управління фінансовими результатами діяльності підприємств є об'ємною та невід'ємною складовою процесу оптимізації системи управління як результатами суб'єкта господарювання, так і ним як цілісною та системною одиницею. Тому важливим залишається питання вибору та обґрунтування тих елементів якими саме треба керувати в процесі організації корпоративного управління фінансовими результатами підприємств, тобто об'єктів управління, аналізуючи які можна виділити три основні концепції їх трактування. Вони різняться залежно від, по-перше, процесів формування, розподілу та використання результатів, по-друге, абсолютних та відносних показників, та, по-третє, залежно від зв'язків

Кожна із концепцій визначає об'єкти корпоративного управління фінансовими результатами, що мають схожу та навіть однакову економічну чи управлінську природу, отже для них властиві подібні характеристики. Порівнюючи концепції видно, що вони відображають всі можливі варіанти впливу суб'єктів управління на об'єкти: на процеси формування, розподілу та використання; на абсолютні та відносні показники; на зв'язки між складовими елементами системи управління результатами.

Основними суб'єктами корпоративного управління фінансовими результатами є управлінський персонал підрозділів організаційної структури підприємства, що наділений відповідними повноваженнями і несе відповідальність за прийняття та реалізацію рішень, пов'язаних з управлінням результатами. Крім цього, суб'єкти управління результатом можна поділити на суб'єкти верхнього та нижнього рівнів, що визначається як множинністю відповідних об'єктів управління, так і значенням результату для підприємства. Суб'єктами верхнього рівня є керівники з реалізації продукції, із забезпечення підприємства необхідними факторами виробництва, підбору персоналу. Нижній рівень складає бухгалтерія, плановий відділ, відділ праці та заробітної плати [1, с. 53-55]. Така градація суб'єктів управління на два рівні поділяє їх на управлінський персонал, який забезпечує безперебійний процес виробництва (верхній рівень), та на персонал, що здійснює адміністративно-господарську діяльність (нижній рівень). Виходячи з цього, суб'єкти управління

результатами підприємства можна розділити на тих, які здійснюють основну та обслуговуючу діяльність.

Під час характеристики фінансових результатів діяльності підприємства потрібно визначити моральні та теоретичні засади ефективного корпоративного управління, тобто їх принципи, основними з яких є: цілеспрямованість; послідовність (передбачає поділ завдань та проблем за ступенем важливості); системність (грунтується на охопленні всієї системи управління результатами); комплексність (врахування економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів в управлінні результатами); орієнтація на процесний підхід (процес управління є загальною сумою всіх його функцій та дій спрямованих на управління результатами підприємства); динамічність (результати підприємства розглядаються в діалектичному розвитку, досліджуються причино-наслідкові зв'язки їх формування, проводиться аналіз минулих років та здійснюється прогноз на майбутнє); гнучкість та адаптивність системи; варіативність підходів до розробки управлінських рішень; своєчасність прийняття управлінських рішень; контроль [2, с. 168-169; 3, с. 176-177]. Таким чином, принципи корпоративного управління фінансовими результатами діяльності підприємства відображають важливі положення даного процесу з метою його раціоналізації реалізації.

Вивчаючи корпоративне управління фінансовими результатами діяльності підприємства потрібно проаналізувати сутність категорії «управління фінансовими результатами». При цьому, зауважимо, що багато вчених-економістів досить часто ототожнюють дані поняття, крім цього хоч і не прирівнюють зміст вказаних дефініцій, але й не вказують на суттєві відмінності. Таку ситуацію можна пояснити частковим ототожненням економічних та фінансових результатів, які мають схожу та подекуди однакову економічну природу.

Досить поширеним серед науковців є трактування корпоративного управління фінансовими результатами у двох аспектах: перший, що розглядає дану діяльність як функцію фінансового менеджменту, та другий – управління фінансовими результатами діяльності підприємства ототожнюється з процесом управління прибутком.

Таким чином, корпоративне управління фінансовими результатами є цілою системою організаційно-управлінських заходів, одним з елементів якої є управління прибутком, метою якого є визначення методів його найбільш ефективного формування, розподілу та використання, що забезпечує стабільний розвиток підприємства та приріст його ринкової вартості. Виходячи із частого ототожнення в науковій літературі процесу управління фінансовими результатами з управлінням прибутком, на нашу думку, науково-доцільним є подальше дослідження системи управління прибутком підприємства. Варто враховувати й інше. Економічним результатом є дохід підприємства, тому аналіз категорій «управління прибутком» та «управління доходом» є основними в системі корпоративного менеджменту фінансових результатів діяльності підприємства.

Висновки та пропозиції. Одним з ключових елементів корпоративного менеджменту підприємства є управління його фінансовими результатами. Управлінська діяльність передбачає собою вплив суб'єктів на об'єкти управління,

виконуючи при цьому такі функції корпоративного менеджменту, як планування, організація, мотивація та контроль. Отже, корпоративне управління фінансовими результатами – це процес цілеспрямованого впливу суб'єктів управління на об'єкти управління результатами підприємства для досягнення конкретної мети та виконання завдань управління, використовуючи при цьому функції управління та дотримуючись принципів ефективного управління фінансовими результатами діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т. Г. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій / Т. Г. Васильців, Т. А. Городня, Р. Л. Лупак // Інтелект ХХІ. – 2017. – Вип. 1. – С. 52-57.
2. Куцик В. І. Інструменти підвищення ефективності управління формуванням та використанням прибутку в цілях капіталізації підприємства / В. І. Куцик, Р. Л. Лупак, М. А. Годованюк // Бізнес Інформ. – 2017. – № 1. – С. 167-171.
3. Лупак Р. Л. Засоби та об'єкти державної політики зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому ринку України / Р. Л. Лупак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 20. – С. 173-178.

Левицький В.В., к.е.н., доц.
Поляк М.О., студентка
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМ МАРКЕТИНГОМ ПІДПРИЄМСТВА

Головною особливістю для розвитку економіки на сьогоднішній день є посилена конкурентна боротьба між виробниками як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, розвиток глобалізаційних процесів, які спричиняють підвищення активності техногенних змін, а це в свою чергу висуває вищі вимоги до підприємств у плані підвищення конкурентоспроможності продукції. Успіх роботи будь-якого підприємства залежить від його можливості реагувати і правильно аналізувати будь-які зміни, що відбуваються і відображати їх в стратегії перспективного розвитку, комерційній та товарній політиці підприємства у вигляді конкретних рішень управління. Відповідно, в таких умовах роль маркетингової діяльності значно підвищується і це зумовлює необхідність формування ефективного механізму управління корпоративним маркетингом підприємства, що забезпечуватиме реалізацію його конкурентної стратегії.

Значний внесок на формування та розвиток сучасної теорії і практики загального маркетингу зробили такі вчені-економісти: Т. Амблер, І. Ансофф, М. Бейкер, Б. Берман, Дж. Боуен, П. Друкер, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Т. Левітт, С. Маджаро, Дж. Мейкенз, М. Портер, Ф. Уэбстер, А. Хайем, Ф. Євдокімов, М.