

ефективних співробітників згодом беруть в постійний штат, що по суті виключає витрати на підбір високоякісного персоналу. І для співробітників лізинг несе ряд переваг. Він дає шанс отримати добре оплачувану постійну роботу (за статистикою 10% тимчасових співробітників отримують пропозицію працевлаштування) плюс безперервний стаж і гарантовану оплату відпусток і лікарняних.

Існує три види оренди персоналу. Це власне лізинг (staff leasing), висновок персоналу за штат (outstaffing) і підбір тимчасового персоналу (temporary staffing). Перший термін спочатку був пов'язаний з тимчасовим використанням співробітників не прийнятих в штат, але передбачає подальше їх працевлаштування на постійній основі. Однак, виходячи з ситуації, що на вітчизняному ринку праці практики, прийом в штат відбувається порівняно рідко, обмежуючись лише орендою. Через це на нашому ринку відбувається поступове змішання лізингу з аутстафінгу, який, будучи терміном, похідним від англійських слів «out» і «stuff», має на увазі постійне використання позаштатного персоналу. Нарешті, останній термін - temporary staffing - використовується тоді, коли необхідний тимчасовий персонал на недовгий термін від 1 до 3 місяців, наприклад, при відпустці або хворобі штатного співробітника. У всіх трьох випадках зовнішні фахівці працюють усередині компанії, лізингове агентство не бере на себе відповідальність за ведення бізнес-процесів. Тому не варто плутати оренду співробітників з аутсорсингом, адже він має на увазі повну передачу частини бізнес-задач на зовнішнє обслуговування. У цьому випадку за результат відповідають співробітники компанії аутсорсера.

У вартість лізингу персоналу входять: зарплата працівника, податки на працівника, які виплачує агентство лізингу, гонорар агентства.

У лізингу персоналу перспективне майбутнє, так як він дозволить багатьом компаніям підійти виважено до вирішення питання про оптимальне використання персоналу в діяльності організації.

ПОДРЕЗ О.І., аспірант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ШЛЯХИ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОКСОХІМІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми сталого розвитку промислових підприємств присвячено багато наукових праць, дисертаційних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Але залишаються недостатньо визначеними питання щодо формування теоретичного

та інструментального апарату впровадження сталого розвитку у діяльність коксохімічних підприємств.

Діяльність цих суб'єктів господарювання характеризується складністю матеріально-технічної бази, технологічністю виробництва та високою вагою змінних витрат у структурі собівартості продукції. Окрім цього, коксохімічні підприємства мають значні витрати на здійснення заходів з охорони навколишнього середовища. Їх територіальне розташування ставить їх у залежність від результатів проведення антитерористичної операції в Україні, від вартості та якості вугілля, що закупляє країна за кордоном, тощо [1].

Таким чином, на ефективність та стабільність діяльності коксохімічних підприємств впливають багато факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тому питання їх сталого розвитку є актуальним та своєчасним.

Під сталим розвитком коксохімічних підприємств розуміється стійкій та стабільний процес якісних (прогресивних) змін у роботі підприємства, який відбувається під впливом суперечностей зовнішнього та внутрішнього середовища, вимагає здійснення збалансованого розвитку за проектами та сферами діяльності на протязі коротко- та довгострокового періоді часу.

Досягнення сталого розвитку може здійснюватися різними шляхам, але в економічній літературі термін «шляхи розвитку» взагалі не розглядається. В монографії Д.В. Райко виділяються форми та види розвитку, що залежить від «специфіки об'єкту, механізму розвитку, джерела і спрямованості, до яких віднесено: екстенсивний (виявлення і збільшення того, що вже існувало) та інтенсивний (виникнення якісно нових форм); екзогенний (розвиток, що визначається лише ззовні, навколишнім світом) та ендегенний (розвиток, джерело якого знаходиться усередині об'єкта, що розвивається); еволюційний (повільні, поступові, неявні зміни в структурі об'єкта – кількісні зміни) і революційний (раптові, різкі, стрибкоподібні, докорінні зміни в структурі об'єкта – якісні зміни); прогресивний (розвиток уперед) і регресивний (розвиток назад)» [2].

Такий підхід доказує, що в економічній літературі недостатньо чітко визначено поняття «шляхи досягнення сталого розвитку», під яким розуміється характер та напрям здійснення змін у діяльності підприємства.

Безумовно, кожне підприємство має визначити власні шляхи досягнення сталого розвитку, які базуються на перерахованих вище чотирьох пар, але для остаточного їх визначення доцільно визначити фактори негативного впливу та суперечності, що виникають у процесі діяльності коксохімічного підприємства. На цій основі побудувати інструменти управління сталим розвитком, за допомогою яких досягається сталий розвиток.

Список літератури:

1. Черепанова В.О. Удосконалення класифікації факторів впливу на діяльність вітчизняних промислових підприємств / В.О. Черепанова, М.С. Магомедов // Матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. «Перспективні напрями наукових досліджень – 2015» (Братислава, Словаччина, 17-22 жовтня 2015 р.). – Київ :

Вид-во «Центр навчальної літератури», 2015. – С. 123-124.

2. *Райко Д.В.* Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація [Текст] : монографія. – Х. : ВД «ІНЖЕК» , 2008. – 632 с.

МОРГАЙ Л.В., магістрант, м. Харків, НТУ ХПІ,

РІДКОЗУБОВА А.В., магістрант, м. Харків, НТУ ХПІ

КРЕАТИВНІСТЬ – ШЛЯХ ДО УСПІХУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Креативність – це складне, неоднозначне, багатопланове явище, яке охоплює різні теоретичні та практичні напрямки дослідження. Деякі науковці зазначають, що його дослідження само по собі вимагає креативної дії [1].

Підприємства та стартапи сьогодні становляться необхідною економічною складовою. Про них говорять, пишуть та їх обговорюють. Розвиток свого бізнесу – це певний тренд, якому потрібно слідувати. Тим не менш, це виходить далеко не у всіх. Можливо, справа в тому, що бізнесмени не можуть правильно визначити напрям своїх дій, який хотіли б розвивати. Зовсім недавно в світі з'явилося нове поняття – креативне підприємництво (creative entrepreneurship). Можливо, саме креативність допоможе знайти інноваційні підходи до бізнесу. Саме цим і обумовлюється актуальність даної теми.

Слід зазначити, що креативний менеджмент – є процесом створення нової системи знань, вмінь та навичок[1]. З іншого боку - це ефективне управління структурами, процесами та ресурсами для досягнення заданих цілей з використанням нестандартних (творчих) підходів. Цілями креативного менеджменту є оцінка творчого потенціалу особистості, створення творчої атмосфери в колективі, формування груп експертів, покликаних оцінити ті або інші попередньо розроблені пропозиції, створення тимчасових колективів із творчих особистостей.

Креативність в управлінні потрібна в тому випадку коли для прийняття рішень недостатньо стандартних рішень; коли потребується багатомірне системне бачення проблемних ситуацій (генерація необхідної різноманітності); коли «все пов'язано з усім»; коли потрібен вибір більш життєздатних рішень та створення інноваційних продуктів або послуг.

Серед методів, що застосовуються для вирішення завдань роботи творчим шляхом є направлення на посилення креативних та евристичних здібностей людини та метод, спрямований на формалізацію логіко-аналітичної діяльності людини.

Специфічними особливостями підприємницької творчості є багатогранна основа, усвідомлена творча спрямованість, своєрідний механізм реалізації прийнятих рішень.

Основними поняттями креативного підприємництва є підприємницька команда, кожен член якої приймає активну участь в управлінні та має особистий