

In Ukrainian enterprises the main factors that prevent reviewing marketing strategies are: realistic planning problems, no implication of staff, lack of cross-functional harmonization and systematicness in the planning process. Note that marketing is a creative discipline that requires innovations and nonstandard approaches, but in Ukraine companies use intuitive approach and creative solutions predominance of analysis, research and strategic planning. The main attention is paid to the tactical effectiveness, resulting in a medium – and long-term failure or inefficiency of market activity. Therefore, the greater formalization of marketing will improve the efficiency of enterprise's strategic marketing activities in today's globalized market environment.

In modern conditions the strategic marketing becomes a key element in forming and maintaining business competitiveness. Saturation and stagnation in the market leads to reduction in effectiveness of traditional ways to impact on the consumer. Significant changes also caused by transformation of consumer's behavior related to the crisis. All these factors require the implementation of the enterprise's marketing strategic planning and, consequently, reviewing marketing investments and directing them into effective communication channels, reviewing of brands' positioning and optimizing business portfolios.

The current period is the most successful for the formation and strengthening of brands' capitals. It is necessary to take into account the global nature of competition in the Ukrainian market and the transformation of consumer behavior, which was the impetus of the global economic crisis.

**Трубникова М.М., Шумаева Е.А., к.гос.упр., доц.**

*ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»*

### **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА**

В мотивационном менеджменте инноваций важно то, что люди, создающие новое и глубоко заинтересованные в своей работе, обладают высокой внутренней мотивацией и менее подвержены влиянию внешних факторов. Мотивация становится центральной проблемой управления инновационно-ориентированными предприятиями, а создание условий для развития и более полного использования трудового потенциала приобретает ключевое значение для жизнеспособности бизнеса, поэтому в современных условиях, правительства различных стран инвестируют огромные средства в научные исследования и инновационную деятельность. Мотивация, как функция управления, представляет собой процесс, состоящий из комплекса мероприятий по активизации деятельности человека или коллектива, направленный на достижение индивидуальных или общих целей организации.

Проблемы мотивации, как важного направления формирования системы управления предприятием и инновационной деятельности персонала, постоянно привлекают внимание. Вклад в развитие теории стимулирования инновационной деятельности персонала внесли ведущие ученые В. Врум, Л. Портер, Э. Лоулер, Гендерсон, Д.Богиня, П. Беленький, О. Виханский, В. Герасимчук, И. Герчигова, В. Голиков, В. Гончаров, О. Гришнова, В. Гуменюк, М. Долишник, А. Калина, Г. Калитич, О. Кузьмин, А. Наумов, М. Семикина, Ф. Хмиль, М.Чумаченко и др. [1].

Залогом организации, которая хочет выжить в условиях жесткой конкуренции, должен быть постоянный поиск пути совершенствования своей деятельности. В такой ситуации следует уделять внимание рациональному использованию всех видов ресурсов, находящихся в распоряжении компании. Залогом успешной деятельности организации и важным ресурсом является ее персонал со своими навыками, умениями, квалификацией и идеями.

Инновация – это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком, которое является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Примером инновации является выведение на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем.

Мотивация инновационной деятельности выполняет важную задачу воздействия на поведение человека для достижения целей перспективного развития предприятия. Недостаток такой мотивации работников препятствует осуществлению инновационного процесса на предприятии, так как именно персонал осуществляет процесс преобразования научного знания в нововведение, делает возможным его промышленное использование [2].

Наиболее эффективным методом управления, который в настоящее время взят на вооружение управляющими многих стран, является мотивация. Она широко применяется на предприятиях Японии, на отдельных предприятиях США, Германии и других зарубежных государств. Но главное заключается в создании особой инновационной атмосферы в компании. Об этом много говорят зарубежные специалисты в области управления, а сейчас к осознанию этой проблемы пришли и украинские управленцы.

На основе передового зарубежного опыта сформулируем основные мероприятия по стимулированию инновационной деятельности персонала:

1. Создание особой инновационной атмосферы в компании, в которой уважается мнение всех сотрудников, выслушиваются разные точки зрения, что позволяет найти истину и развивать компанию. Работники стремятся постоянно вносить рационализаторские предложения, которые всячески поощряются. В фирме в среднем на одного работника приходится до 10 рационализаторских предложений в год. В последний день рабочей недели работникам выдается премия за рационализаторские предложения. Причем премии получают и те сотрудники, идеи которых были отвергнуты. Такой подход к поощрению инновационного мышления персонала является важным звеном системы мотивации компании.

2. Стимулирование рационализаторских предложений персонала в соответствии с их значимостью. Работники, внесшие наиболее удачные предложения, стимулируются в соответствии с их значимостью. При этом размер вознаграждения в зависимости от степени эффективности внесенного предложения составляет от 50 центов до 300-400 долларов за каждое. Благодаря постоянной, целенаправленной работе по развитию этого направления, и повышению заинтересованности, отдельные работники вносят в месяц до 90 предложений, то есть в среднем по 4-5 предложений в день.

3. Проведение групповых тренингов за счет компании, в процессе которых производится поиск решений проблемы.

4. Поддержка и развитие приемов, способов, которые бы вызывали соответствующие реакции, порождающие интенсификацию мыслительной деятельности. Один из японских изобретателей делает свои наиболее эффективные предложения, находясь в бассейне под водой. Как правило, наиболее интересные идеи, по его мнению, приходят к нему на исходе 4 минуты нахождения под водой. На его счету около 4 тысяч изобретений.

5. Вручение знаков отличия менеджеров свидетельствующих о том, что они руководят приоритетным направлением развития предприятия и поэтому любой работник из другой службы обязан при обращении к нему оказывать такому менеджеру соответствующую помощь [3].

Изменение экономических условий, в которых функционируют компании, повлекло за собой необходимость изменения стиля их деятельности. Это касается и всех внутренних процессов в компаниях. Если применяется инновационный подход в производстве, в сбыте, то необходимо его использовать и в отношении управления персоналом. То есть при постоянной, целенаправленной работе по поиску методик стимулирования инновационной деятельности работников предприятий, даст колоссальный эффект, позволяя при минимуме затрат получать максимальную отдачу.

#### **Литература**

1. Мотивация труда как один из наиболее важных элементов общей системы работы с трудовым потенциалом. - <http://www.topknowledge.ru/index.php>.
2. Шамина Л.К., Минченко Л.В. Мотивация персонала в системе функций инновационного менеджмента. - <http://www.ibl.ru/konf/021210/34.html>.

3. Орлов А.И. Стимулирование как эффективный метод управления // Российское предпринимательство. – 2000. – № 12 (12). – С. 20-27. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/9210/>.

**Трубнікова М.М., Міньковська М.В., к.е.н, доц.**

*ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»*

### **ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ І ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН**

Актуальність теми полягає в тому, що необхідно постійно оцінювати рівень зручності податкових систем різних країн світу при удосконаленні та реформуванні податкової системи в Україні. Аналізуючи переваги та недоліки податкових систем розвинених країн можна створити досконалу податкову систему у своїй країні котра орієнтована на потреби держави, і забезпечення людей, що в ній мешкають. Податкова система є частиною зовнішнього середовища, тому ефективність її функціонування є частиною вивчення удосконалення процесу менеджменту.

Проблемами оподаткування займалися економісти, філософи, державні діячі самих різних епох. На думку Хоми Аквінського (1226-1274 рр.) податки вживають, як дозволена форму грабежу. Ш. Монтеск'є (1689-1755 рр.) вважав, що ніщо не вимагає стільки мудрості і розуму, як визначення тієї частини, яку у поданих забирають, і тій, яку залишають їм. Спочатку податкова теорія була створена в рамках класичної економічної школи (А. Сміт, Д. Рікардо. Ж.-Б. Сей та ін.), в основі якої лежала концепція пріоритету пропозиції як фактора, що визначає попит через стан ринку ресурсів.

Нині податки у податковій системі – це не лише джерела бюджетних надходжень, але і найважливіші структурні елементи економіки ринкового типу. Очевидно, що без формування раціональної податкової системи, не пригноблюючої підприємницьку діяльність і що дозволяє проводити ефективну бюджетну політику, неможливі повноцінні перетворення економіки України [1]. Тому при порівнянні характеристик України і країн ЄС, можна визначити ефективні механізми по обчисленню податкових зборів з урахуванням особистостей ринкової економіки України.

На сьогодні податки дуже різноманітні за видами і утворюють досить розгалужену сукупність. Вони класифікуються за характером податкового вилучення (прямі і непрямі); по рівнях управління (державні, регіональні, місцеві, муніципальні); по суб'єктах оподаткування (податки з юридичних і фізичних осіб); по об'єктах оподаткування (податки на товари і послуги, податки на доходи, прибуток, приріст ринкової вартості капіталів, податки на нерухомість і майно і так далі); за цільовим призначенням податку(загальні, спеціальні).

Система оподаткування в Україні будується на принципах обов'язковості, рівнозначності і пропорційності, рівності і недопущення податкової дискримінації; стабільності, економічній обґрунтованості, рівномірності сплати і єдності підходу тому вона повинна забезпечити оптимізацію структури розподілу і перерозподілу національного доходу з метою стимулювання матеріального виробництва, підвищення його ефективності і на цій основі якнайповнішого задоволення державних і соціальних потреб [2].

При порівнянні складу податкової системи України з розвиненими європейськими країнами, встановлено, що особливо принципові відмінності відсутні, ще використовується приблизно один і той же перелік податків, що довели свою теоретичну і практичну спроможність (табл. 1).

В Україні з 2014 р. діятиме одна з найнижчих ставок податку на прибуток серед європейських країн, що сприятиме залученню іноземних інвестицій за рахунок дешевого капіталу. В якості особливості України можна вказати на те, що чинне законодавство не передбачає можливості застосування знижених ставок ПДВ, які отримали поширення в Європі. Наприклад, у Бельгії окрім основної застосовується знижена ставка ПДВ у розмірі 6%, Німеччини – 7%, Франції – 5,5%, Великобританії – 5%. Оскільки такі знижені ставки мають соціальну спрямованість (зазвичай вони застосовуються до продовольчих товарів,