

чинні процедури і регламенти, щоб надалі забезпечити еволюційний розвиток усіх компонентів управління. Такий підхід дозволить послідовно і планомірно удосконалювати якість корпоративної культури.

Практична реалізація такого великого комплексу заходів передбачає, в тому числі й спеціальні організаційні регламенти, як на рівні вищого керівництва підприємства, так і на рівні керівників середньої ланки і відповідальних виконавців, які повинні забезпечувати контроль всіх вимог регламентного управління. Таким чином, формуючи представлену технологію управління з ухилом на систему управлінського обліку та адміністративний апарат, організація отримує сучасний комплексний інструмент управління, здатний враховувати і прогнозувати динаміку економічних відносин.

Література:

1. Дедов О.А. Методология контроллинга и практика управления крупным промышленным предприятием. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 248 с.
2. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практич. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 208 с.

СУЧАСНА ТЕОРІЯ МОТИВАЦІЇ: ПОГЛЯД МОЛОДІ

Коваленко А.С., Жученко Д.Г.

Науковий керівник: Левченко Я.С., PhD, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Є така думка, що праця завжди була джерелом матеріальних і духовних цінностей, і з цього можна було зробити висновок, що проблема заохочення людей до праці ніколи не втрачала своєї актуальності.

У даній роботі було проведено розбір стимулювання і мотивації праці. Досліджувалися загальні поняття і відомості про мотивацію і стимулювання, а також основні теорії мотивації, і методи мотивації робочого персоналу.

На практиці методи мотивації завжди були пов'язані з конкретним рівнем розвитку виробництва, наявними суспільними умовами, потребами. Однак протягом тисячоліть людство, намагаючись змінити поведінку людини, керувалося не науковими підходами, а методом «спроб і помилок» [1].

У сучасних умовах розвитку суспільства і економіки актуальною залишається проблема впровадження ефективної системи мотивації торговельного персоналу, яка дійсно зможе спонукати працівника до ефективного і якісного виконання своєї роботи, яка сприятиме узгодженню особистих цілей співробітника, цілей підрозділів і вищого керівництва, яка спроможна утримати висококваліфіковані кадри і т.д., що в кінцевому підсумку зможе привести до збільшення результативної діяльності торговельного підприємства. Мотивація персоналу є найбільш складним виглядом мотивації. На чинники мотивації роблять величезний вплив групові цінності – цінності

певної групи людей в певний період часу. Ефективна мотивація персоналу є одним з найбільш істотних чинників конкурентоспроможності сучасних підприємств.

Наприклад теорія мотивації Фредеріка Герцберга. Ця теорія з'явилася в зв'язку із зростаючою необхідністю з'ясувати вплив матеріальних і нематеріальних факторів на мотивацію людини. Фредерік Герцберг створив двохфакторну модель, що показує задоволеність роботою [2].

Система мотивації праці на підприємстві відіграє одну з провідних ролей з усіх внутрішніх факторів що впливають на розвиток підприємства, організації. Системи заохочень повинні формувати в працівників відчуття справедливості матеріальних винагород і сприяти підвищенню зацікавленості працівників у поліпшенні не тільки індивідуальної роботи, але і роботи в «ділових стосунках» з іншими співробітниками [1]. Працівники повинні бачити чіткий взаємозв'язок між результатами. Система стимулювання праці повинна бути максимально тісно пов'язана з результатами роботи працівника, і відображати ступінь його відповідальності за результати. Виплати, залежні від результатів роботи можна розглядати як матеріальний стимул. Працівник повинен знати за що він отримує винагороду та з чого складається його платня.

Для формування належного ставлення до праці необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, що є джерелом самовдосконалення, основою професійного та службового зростання. Система мотивації повинна розвивати почуття належності до конкретної організації. Відповідне ставлення до робочого процесу та свідоме поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці й застосовуваними стимулами. Впроваджувати заходи потрібно послідовно, потрібно перевіряти чи сприяють вони мотивації чи ні, якщо ні, то потрібно переглянути альтернативні варіанти.

Розглянемо основні стимули для підтримки мотивації торгового персоналу. Система оплати продавців, де основну частину становить відсоток з продажів, може привести, до нав'язування товару. У менеджерів із закупівель оплата за системою «фіксована частина плюс преміальні» може привести до надто тісних контактів із постачальниками. Якщо персоналу буде незрозуміло чи невідомо, за що їх заохочують і як вони можуть впливати на розмір своєї заробітної плати, критерії оцінки їх діяльності не об'єктивні, а критерії постійно змінюються, мотиваційного ефекту не буде досягнуто.

Щодо ефективності впровадження системи мотивації праці варто розробляти алгоритми прийняття правильного управлінського рішення, що згодом приведе до поліпшення прибутку та якості робочої сили. На конкретному прикладі ПрАТ «Миколаївцемент» було показано, до чого може призвести введення додаткових методів стимулювання праці працівників [3].

Виходячи з результатів дослідження можна зробити висновок, що на сьогодні стимулювання персоналу має великий вплив на продуктивність підприємства і створення сприятливого оточення для нового персоналу і його підготовку. Не можна застосовувати загальну концепцію для усіх працівників.

Тому головне правило ефективного стимулювання та мотивації є індивідуальний підхід до кожного співробітника, оскільки тільки так можна досягти максимальних результатів у діяльності персоналу та підприємства загалом.

Література:

1. Функції мотивації в системі управління. URL: [Error! Hyperlink reference not valid.](#)
2. Мотивація персоналу. URL: <https://www.freepapers.ru/73/motivacya-personalu/143489.902802.list1.html>.
3. Коваленко А.С., Жученко Д.Г. Шляхи удосконалення системи мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах (на прикладі ПрАТ «Миколаївцемент»). *Економічні перспективи: збірник студентських наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. Харків, 2019. №11 (2). С. 101-106.

АНАЛІЗ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ОСОБЛИВОСТІ, СЛАБКІ ТА СИЛЬНІ СТОРОНИ

Коваленко А.С.

*Науковий керівник: Солопун Н.М., к.е.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сьогодення не існує чіткого розмежування підприємців за віковими категоріями, як і окремої повної статистики про молодіжне підприємництво, але чітко можна визначити як розглядаються перспективи розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Молодіжне підприємництво визначається як інструмент, що забезпечує зростання зайнятості, залучення молодих людей в господарську діяльність, їх соціалізацію та самореалізацію.

Мета цієї роботи є виокремлення особливостей, недоліків та переваг молодіжного підприємства, аналіз причин недосконалості системи становлення підприємцем і надання практичних рекомендацій з вирішення визначених проблем.

Проблемами молоді та молодіжного підприємництва займаються такі вітчизняні вчені як Ю.О. Белкін, М.Ф. Головатий, В.А. Головенько, І.Л. Демченко, Н.М. Комарова, О.М. Костенко. Проте, незважаючи на численні публікації, присвячені визначенню та вирішенню проблем зайнятості молоді, питанню молодіжного підприємництва як засобу підвищення рівня зайнятості молоді приділено ще недостатньо уваги. Ми вважаємо, що молодіжне підприємництво займає важливе місце в економіці провідних країн, бо являє собою інструмент подолання загальносвітової проблеми – проблеми молодіжного безробіття, яка гостро стоїть останнім часом. Молоде покоління, як правило, відрізняється креативним мисленням, що виявляється вигідною характерною особливістю для підприємницької діяльності.