

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Кривошеєва В.В., аспірант
Луганський національний аграрний університет*

Економічний розвиток України в даний час потребує кардинальних змін в розвитку ринку праці. Економіка країни змінюється завдяки впровадженню нових технічних та технологічних нововведень, які запозичень в інших країнах, але в нашій країні звертають дуже мало уваги на творчій потенціал робітників, що призводить до низької ефективності функціонування трудових ресурсів.

В зв'язку з посиленням конкуренції між підприємствами, що займаються однаковою діяльністю, а кінцева якість та своєчасність виготовлення продукції залежить від мотивації персоналу становиться зрозуміло, що правильно організований, та про мотивований персонал вирішує подальшу судьбу підприємства.

У сучасній науці мотивації відводиться провідна роль. Існує безліч різних теорій і моделей мотивації, які часом суперечать один одному. Серед них можна виділити Теорію потреб Абрахама Маслоу, Теорію очікувань Віктора Врума, Теорію Х і Y Дугласа МакГрегора, Теорію двох чинників Фредеріка Герцберга і інші. Однак керівникам організацій не варто шукати в цих роботах готових рецептів по мотивування персоналу, але, засвоївши для себе їх основні положення, необхідно виробити для себе свою програму мотивації персоналу.

Проаналізувавши потреби працівників на прикладі «Піраміди потреб Маслоу», можна зробити наступний висновок, що вищі потреби для робітників відступили на іншу план, їм цікаві лише потреби найнижчого рівня.

Усвідомлюючи всю значимість мотивації, менеджери з персоналу почали шукати нові методи нематеріальної мотивації співробітників.

Проаналізувавши висновки експертів можна виділити декілька правил нематеріальної мотивації:

1. Проаналізувати потреби робітників, та виділити тип мотивації (груповий чи індивідуальний).

2. Мотивація повинна охоплювати кожного працівника компанії.

3. Використовувані стимули повинні бути направлені на вирішення найважливіших задач фірми. Наприклад, для того, щоб стимулювати працівника на виконання, чи перевиконання плану, необхідно придумати змагання між підрозділами, чи працівниками.

4. Вся програма мотивації повинна бути безперервною, але при цьому, кожного разу оновлюватися.

Форми та способи мотивації потрібно обов'язково розвивати, оновлювати.

Робітників потрібно завжди спонукати до дій. Все управління в кінцевому рахунку зводиться до стимулювання активності інших людей.

Можливість виникнення двостороннього зв'язку між керівниками і підлеглими може служити додатковим стимулом. Якщо компанія прислухається до думки своїх співробітників, то відповідно зростає повага, і прихильність цих співробітників до своєї компанії.

Проблема мотивації постійна і до кінця не розв'язана, так як доводиться застосовувати всі нові і нові способи викликати у працівника інтерес до участі в процесі роботи компанії. Це постійний обов'язок менеджера – викликати у найманих працівників відчуття того, що вони більшою мірою переслідують свої власні, а не чужі цілі.

Таким чином, мотивація безпосередньо впливає на результати роботи персоналу. Але якими б не були чинники мотивації, необхідно, щоб їх поєднання було грамотним. І те, що є мотивацією для роботи сьогодні, завтра перестає залучати, тому що стає звичним.

Література:

1. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навч. посібник / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 1998. – 224 с.
2. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
3. Панасюк Б. Мистецтво управляти – дивитися вперед / Б. Панасюк // Урядовий кур'єр. – 2006. – № 220. – С. 5-6.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Крупіна С.В., к.е.н., доцент,
Атаманюк В.В.*

Одеська національна академія харчових технологій

В Україні проблеми конкурентоспроможності вітчизняних товарів, продукції, підприємств та національної економіки набагато гостріші, ніж у розвинених країнах світу. Багато вітчизняних технологій, продукції, послуг є неконкурентоспроможними, що не дає змоги ефективно конкурувати у системі світових господарських зв'язків.

Проблеми конкурентоспроможності у всій своїй багатогранності знаходяться в фокусі уваги науковців і фахівців, починаючи з самого початку існування ринкової економіки.

Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств. Діяльність підприємств в сучасних умовах ринкової економіки пов'язана з необхідністю завоювання і укріплення власних позицій в зовнішньому конкурентному середовищі.

Для успішного забезпечення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідно мати повну і достовірну інформацію про наявне конкурентне середовище, яке уявляє собою сукупність