

Література:

1. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник: підручник. – 2-ге вид., випр., доп. – К.: Академвидав, 2016. – 464 с.
2. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова: навчальний посібник. – 3-є вид., випр. – К.: Кондор, 2014. – 598 с.

МОТИВАЦІЯ ЯК ЧАСТИНА КОРПОРАТИВНОЇ (ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ) КУЛЬТУРИ ТА МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Прокопенко М.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Культура організації існує незалежно від того, чи застосовуються спеціальні методи її формування керівництвом підприємства.

Корпоративна культура повинна бути сформована за допомогою застосування певних методів, підтримуватися і зміцнюватися керівником постійно.

Формування корпоративної культури сьогодні – один з найважливіших елементів системи управління і стимулювання персоналу.

Під мотивацією розуміють готовність людей проявляти зусилля для досягнення цілей організації в ім'я задоволення своїх власних індивідуальних потреб.

Мотивація трудової активності формується завдяки дії внутрішніх чинників людини – потреб, і зовнішніх – стимулів. Найбільш ефективна система мотивації спрямована на стимулювання внутрішніх чинників особи людини.

Теорії А. Маслоу свідчать, що люди спираються на п'ять видів потреб :

- потребу в самореалізації, особистій владі;
- потребу в повазі;
- потребу в причетності до певної соціальної групи;
- потребу у безпеці;
- фізіологічні потреби [1].

Стимуляторами ефективної праці зазвичай виступають мотиватори, здатні викликати у індивіда почуття задоволеності своєю працею, внаслідок чого підвищується рівень мотивації співробітників.

Мотивування праці починається в процесі соціалізації індивіда, за допомогою засвоєння цінностей і норм етики і моралі, шляхом особистої участі в трудовій діяльності у рамках школи і сім'ї.

У цей період життя індивіда створюються основи відношення до трудової діяльності як до цінності, створюється система цінностей, привласнюються такі трудові якості, як: ініціативність, дисциплінованість, відповідальність.

Процес мотивування трудової діяльності – важливий чинник ефективної роботи, фундамент для трудового потенціалу працівника. Трудовий потенціал – міцне фізичне і моральне здоров'я і мотиваційний потенціал.

Система мотивації праці містить наступні групи методів: правові, соціально-економічні, організаційно виробничі, адміністративні, соціально-психологічні, інформаційні.

Правові методи включають систему правил, дотримання яких повинне гарантуватися правовими нормами, що містять відомості про належне, дозволене, стимульовану, заохочувану або заборонену поведінку працівників. Соціально-економічні методи націлені на створення гнучкої системи фінансового стимулювання співробітників. Організаційно-виробничі методи спрямовані на створення сприятливих умов для трудової діяльності працівників. На стосунках органів управління і підлеглих базуються адміністративні методи. Соціально-психологічні методи спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку виробничої демократії, комфортного психологічного клімату в колективі. Інформаційні методи спрямовані на підвищення рівня інформованості працівників відносно виробничого і позавиробничого життя підприємства.

Реалізація методів посилення мотивації до праці припускає:

- недопущення виникнення ситуацій, при яких інтереси працівників можуть приходити в протиріччя з інтересами фірми;
- зв'язку заохочення співробітника з тим видом діяльності, яка призводить до збільшення продуктивності роботи підприємства в цілому;
- участь співробітників в розробці показників, по яких оцінюються результати діяльності;
- публічне визнання заслуг співробітників, чії результати праці перевершують середні показники та дозволяють створювати «приклади для наслідування»;
- виплату працівникові відсотка прибутку, отриманої від збільшення продуктивності праці;
- роз'яснення посадових обов'язків працівників [2].

Також є ряд методів, які можуть бути використані для формування організаційної культури підприємства:

- поведінка керівника, яка є прикладом для наслідування інших співробітників;
- заяви, заклики, декларації керівництва;
- постійне підвищення кваліфікації персоналу;
- критерії відбору в організацію.
- широке впровадження корпоративної символіки.

Формування організаційної культури підприємства є однією з найважливіших складових успіху підприємства, оскільки правильний вибір стратегії формування організаційної культури і системи мотивації праці веде до успішного формування стратегічних цілей в короткостроковому і довгостроковому періоді.

Література:

1. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
2. Андрушків Б.М. Основи менеджменту / Б.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Львів: Світ, 2015. – 296 с.

ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*Пушкарь Т.А., к.е.н, доцент
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Глобалізація як суспільне явище все більше знаходить свої прояви в сучасних економічних процесах. Становлення глобального світового господарства визначає нову парадигму підприємницької діяльності, змінюючи види і форми сучасного підприємництва. Інформатизація суспільства, зростання значення і, відповідно, вартості інформації як ресурсу, зміщення частини сучасного бізнесу у інформаційний простір багато в чому зумовлюють сучасні форми і види підприємницької діяльності. На думку автора [1] глобалізація та інтелектуалізація виробництва викликана значними темпами і масштабами інновацій. На основі інноваційних процесів розвиваються інформаційні технології, які зв'язують різноякісні технології, послуги, пропозиції в єдине комунікативно-функціональне середовище [1].

Автор [2] визначає чітко визначені тенденції економічної глобалізації. До їх числа автор відносить функціонування глобальних ринків, зміни в структурі транспортних потоків на основі розвитку інформаційних мереж, переведення всіх національних і міжнародних трансакцій, а також різноманітних фінансових, банківських, страхових і торгових операцій у глобальну мережу [2, с. 261].

Автор [3] зазначає, що глобалізація не тільки змінює фундаментальний світовий економічний порядок, але і формує нову глобальну економічну культуру, економічну свідомість нового типу [3, с. 191].

Унікальна роль інформації, яка формує і розвиває єдиний суспільний інформаційний простір, поряд із поглибленням економічної глобалізації, визначає новітні підходи до підприємницької діяльності. Інформаційний простір, перестає бути тільки джерелом інформації. Він стає місцем здійснення підприємницької діяльності, особливістю сучасного етапу розвитку якої є:

1. значний рівень його інформатизації;
2. широке представлення у мережі Інтернет;
3. активне використання інформаційного простору для маркетингових досліджень, рекламних компаній тощо;
4. розширення можливостей ділової комунікації спілкування, підвищення оперативності вирішення питань;