

на цільову аудиторію підприємства, брак коштів тощо) [1]. Отже, основними перевагами digital-технологій в маркетингу є можливість максимізації результату при оптимальних витратах, що забезпечується можливістю рекламодавця контролювати інтерес до своєї продукції і послуг за рахунок лічильника переходів на сайт, підрахунку способів переходу на сайт і т.п. Також важливим фактором є можливість максимального включення цільової аудиторії в покази рекламних повідомлень, використання в якості рекламного майданчика ресурсів лідерів думок і т.д. Основним негативним моментом digital-технологій комунікацій в маркетингу є новизна цього напрямку і відсутність перевірених методичних розробок [6-7].

Література:

1. Хмарська І. А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. №21. С. 434–441.
2. Дорош-Кізим М. М., Дадак О. О., Гачек Т. С. Інструментарій цифрового маркетингу в умовах розвитку інформаційної економіки. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького*. 2019. №92. С. 104–109.
3. Окландер М. А., Романенко О. О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. С. 362–371.
4. Матвіїв М. Я. Нова парадигма маркетингу підприємств в умовах глобалізації : монографія. Т.: Економічна думка, 2013. 415 с.
5. Рубан В. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. № 30. С. 143–146.
6. Рябов І. Б., Шевкопляс І. М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. С. 143–146.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Щербанюк В.Л., Петрик А.В.
Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У сучасних умовах ринкової економіки головним завданням керівників на підприємстві є процес управління в цілому: координація різних функцій, їхнє узгодження; підбір керівників відповідних служб і підрозділів; організація ієрархії управляючої системи. Проблеми мотивації персоналу завжди вважались актуальними в економічному розвитку, так як працівники хочуть мати комфортні та безпечні умови, постійний розвиток, гарну заробітну плату, а

працювати навпаки менше. У силу цього постає задача перед керівництвом – знайти компроміс між умовами роботи та оплатою праці, таким чином, щоб задовольняли, як керівництво так і робітників в цілому.

Проблему здійснення мотиваційної діяльності на підприємствах розглядали у своїх роботах такі вчені-економісти як А. Сміт, Д. Мак-Клелланд, М. Сирникова, Ф. Тейлор, Ф. Герцберг, А. Маслоу, Д. Богиня, К. Альдерфер, А. Колот, В. Гриньова, Д. Мак-Грегор, М. Дороніна, О. Новікова., В. Ковальов, О. Козлова, І. Кузнецов та інші.

Шлях до ефективного управління людиною проходить через розуміння його мотивації. Тільки знаючи, що рухає людиною, що спонукає її до діяльності, які мотиви покладено в основу її дій можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління людиною. Для цього необхідно знати як виникають, або викликаються ті чи інші мотиви, як і яким чином мотиви можна привести до дії, як здійснюється мотивація людей [1].

Керівництво підприємства повинно вважати персонал найціннішим ресурсом – адже лише персонал може нескінченно удосконалюватись. Мотивація персоналу є одним з найважливіших факторів, що впливають на розвиток персоналу, а отже і підприємства в цілому. Високий ступінь вмотивованості підлеглих, нинішні керівники повинні ставити на перші місця в ряді внутрішніх факторів підвищення конкурентоздатності своєї діяльності [2].

Система мотивації на рівні підприємства має базуватися на певних вимогах, а саме:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх.
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- забезпечення можливостей для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників, тобто створення програм навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікації;
- підтримування в колективі атмосфери довіри, заінтересованості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками та робітниками [3].

Поза сумнівом, одним з основних чинників мотивації персоналу для виконання роботи є оплата праці, виступаюча у формі заробітної плати.

Ряд завдань, які стоять перед системою оплати праці: підвищення інтенсивності праці робітника; зацікавленість працівника у збільшенні інтенсивності праці, для досягнення високого кінцевого показника діяльності підприємства; диференційований підхід в оцінці праці працівника; контроль та оцінка діяльності співробітника; попередження відхилень у роботі персоналу, пов'язаних зі ставленням до виконання службових обов'язків та регламенту підприємства; залучення колективу в оцінку діяльності працівника.

Однак, при розробленні системи мотивації найбільш поширеною помилкою є її розроблення на тривалий термін. У цьому випадку з часом вона перетворюється на систему заохочень, яка передбачає винагороду за вже досягнуті результати, водночас як система мотивації покликана мотивувати персонал до досягнення цілей, визначених завдань, подолання труднощів. Тому необхідно періодично переглядати системи мотивації. При розробленні нової програми повинні враховуватися недоліки, помилки, зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, визначатися нові цілі та завдання.

У процесі дослідження встановлено, що складні умови сьогодення вимагають від керівників підприємств системного бачення у вирішенні проблем розвитку підприємств та досягненні цілей управління персоналом, пов'язаних із мотивацією діяльності та стимулюванням до праці.

Таким чином, підприємство може розраховувати на успіх, якщо воно володіє певною кількістю працівників відповідних спеціальностей, які можуть реалізувати свої знання, навички і здібності на практиці. Здатність ефективно використовувати потенціал працівників залежить від умов праці та їх зацікавленості у належному виконанні своїх обов'язків, тобто від розвиненості системи мотивування на підприємстві, що в свою чергу сприятиме підвищенню результативності праці та забезпеченню життєздатності підприємства.

Література:

1. Основи менеджменту: підручник. Вид 2-ге, випр. доп. Ф.І. Хміль. К.: Академвидав, 2007. 576 с.
2. Радько С. Г. Теоретические основы управления трудовым потенциалом: учеб. пособие. СПб.: «Просвещение», 2007. 318 с.
3. Коритко С., Миронов Ю. Формування системи мотивації праці на підприємстві. URL: <http://kerivnyk.info/2012/05/korytko.html>. Назва з екрану (дата звернення: 19.02.2021).