життєвого циклу виробів, труднощі в отриманні коштів на дослідження і розробки, необхідність постійно збільшувати внутріфірмову гнучкість і адаптивність організації, впроваджувати нову форму кооперації [2].

Стратегічні рішення в нових умовах мають наступні характеристики: істотно впливають на здатність компанії приносити прибуток, торкаються компанії в цілому, приймаються найвищим виконавчим органом і радою директорів, мають довгострокових характер і тому приймаються не так часто, відбивають цінності вищого ешелону управління і обов'язково узгоджуються з корпоративною філософією і культурою організація.

Література.

1. Редченко, К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / К.І. Редченко. – Л. : «Новий Світ - 2000», «Альтаїр - 2002», 2003. – 272 с.

2. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : учеб. пос. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 319 с.

3. Василенко, В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посібн. / Василенко В.О., Ткаченко Т.І.; за ред. Василенка В.О. – 2-ге вид., виправл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 400 с.

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА

Калина Н. А., студент
Научный руководитель: Величко Я. И., ассистент
Харьковский национальный автомобильно–дорожный университет

В настоящее время в нашей стране наблюдается кризис труда. Труд перестал быть для многих людей смыслом жизни и превратился в средство выживания. В таких условиях не может идти речи ни о высокопроизводительном и эффективном труде, ни о росте квалификации работников и развитии их инициативы, ни о формировании сильной трудовой мотивации.

Человек включается в общественное производство не только из-за материальной необходимости, но и с учетом самых разных побуждений и интересов. Реальная эффективность любых экономических мероприятий определяется их воздействием на отношение людей к труду. Изменить это отношение в законодательном порядке нельзя, так как это длительный эволюционный процесс, но его можно ускорить, если трезво оценивать конкретную ситуацию и учитывать причины, ее породившие.

К сожалению, руководители редко принимают в расчет социальные последствия принимаемых решений, а сами решения часто носят не комплексный, а сугубо экономический или технический характер. Любой руководитель всегда осознает, что необходимо побуждать людей работать на организацию, но при этом считает, что для этого достаточно простого материального вознаграждения. Иногда такая политика бывает успешной, хотя, по существу, она не верна.

Классическое определение мотивации в менеджменте - это процесс побуждения себя и других людей к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Мотивацию трудовой деятельности можно рассмотреть, как процесс удовлетворения работниками своих потребностей и ожиданий в выбранной ими работе, осуществляемый в результате реализации их целей, согласованных с целями и задачами предприятия, и одновременно с этим как комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности труда работников.

В данном определении сочетаются два основных направления, обычно принимаемые руководителями в качестве тождества: мотивация и стимулирование. Часто, ставя перед работником какую-либо задачу, руководитель говорит работнику: «Я тебя простимулирую» или «Я тебя промотивирую». При этом он думает об одном и том же, то есть о вознаграждении работника за хорошо выполненную работу. На самом деле мотивация и стимулирование - это разные вещи, хотя и служащие для достижения единой цели - повышения эффективности труда работника.

Функция мотивации заключается в том, что она оказывает влияние на трудовой коллектив предприятия в форме побудительных мотивов к эффективному труду, общественного воздействия, коллективных и индивидуальных поощрительных мер. Указанные формы воздействия активизируют работу субъектов управления, повышают эффективность всей системы управления предприятием, организацией. Главная задача с точки зрения мотивационного процесса работников - это сделать их не столько обладателями средств производства, сколько владельцами своей собственной рабочей силы.

Стимулирование, с точки зрения руководства, является тактикой решения проблемы, удовлетворяющей определенные мотивы работника и позволяющей ему более эффективно трудиться. Мотивация и стимулирование, по сути, олицетворяют собой стратегию и тактику в военном искусстве. Мотивация, или мотивационная политика, - это стратегическая линия, направленная на достижение глобальных целей, стоящих перед работником, и сочетающаяся с целями предприятия. Например, работник хочет сделать деловую карьеру или расширить свои профессиональные знания, пройдя обучение за счет организации, в которой он работает, способствуя при этом своими знаниями и навыками ее развитию.

Способы достижения эффективного труда на предприятиях связаны с побуждениями людей. Побуждение - это ощущение недостатка в чем-либо, имеющее определенную направленность. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели.

Цель в этом смысле - это нечто, что осознается как средство удовлетворения потребности. Когда человек достигает такой цели, его потребность оказывается удовлетворенной, частично удовлетворенной или неудовлетворенной. Степень удовлетворения, полученная при достижении поставленной цели, влияет на поведение человека в сходных обстоятельствах в будущем. Люди стремятся повторять то поведение, которое ассоциируется у

них с удовлетворением потребности, и избегать такого, которое ассоциируется с недостаточным удовлетворением.

Следовательно, можно сделать вывод, что мотивация труда, несмотря на различие подходов, является одним из основополагающих методов управления персоналом, побуждающим работников к достижению целей, стоящих перед ними и организацией. Развитие рыночных отношений в нашей стране заставляет руководителей изменять существующие методы и формы хозяйствования во всех сферах современного менеджмента, и в первую очередь при управлении мотивацией труда персонала. Эти изменения необходимо базировать на существующих потребностях работников, которые, несмотря на сложное экономическое положение, не ограничиваются только материальной составляющей, а представлены во всем многообразии. Поэтому руководители, желающие добиться эффективной работы своих сотрудников, применяют не только методы экономического стимулирования и административного воздействия, но и уделяют большое внимание социально-психологическим методам.

МЕДІАТОРСТВО ЯК НОВОВВЕДЕННЯ В ТЕХНОЛОГІЇ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Клімашевська Н. П., студент
Науковий керівник: Босак О. В., к.е.н., доцент
Львівський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»

В останній час постає проблема побудови конструктивних безконфліктних відносин в організаціях, з метою покращення та збільшення продуктивності праці. Один з найбільш ефективних шляхів вирішення подібних конфліктів – це медіація [1]. Медіація має низку переваг, найголовнішою з яких є те, що вирішення конфлікту досягається шляхом ухвалення сторонами рішення на добровільній і рівноправній основі, що однаково влаштовує зацікавлені сторони.

Медіація характеризується відхиленням від усталених норм та правил задля комфорту учасників процесу, проте її структура, фази, основні прийоми й техніки залишаються незмінними. Надзвичайно важливим є те, що медіатор завжди залишається нейтральним і уникає ситуацій, за яких його дії можуть розцінювати як прихильне ставлення до однієї зі сторін. Основні характерні риси та переваги медіації представлені у таблиці 1[2, с. 34].

Володіючи владою стосовно підлеглих, керівник може реалізувати кожний із типів медіаторства (третейський суддя, арбітр, посередник, помічник, спостерігач).

Існує два підходи до розуміння ролі керівника в урегулюванні конфлікту. Перший полягає в тому, що керівникові доцільно орієнтуватися в конфлікті на роль посередника, а не арбітра.