

3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
4. Бельтюков Е. А. Выбор стратегии развития предприятия : учеб. пособ. / Е. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова. – О. : ОНПУ, 2002. – 279 с.

**Корецька А. О., к. держ. упр. Величко Л. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Швидкий розвиток науково-технічного прогресу призвів до постійно мінливих умов ринку та необхідності швидкого реагування на зміни та адаптацію до нових умов навколишнього середовища. Організації, які хочуть конкурувати в даному середовищі повинні прагнути підвищити продуктивність та мотивацію праці в організації.

Основним капіталом кожного підприємства, яке функціонує на ринку, є персонал, оскільки це рушійна сила організації. Його потрібно сприймати як елемент, який має реальний вплив на успіх компанії. Отже, при управлінні людськими ресурсами необхідно враховувати одну з основних функцій управління – мотивацію, яка є однією з чотирьох основних функцій управління, крім планування, організації та контролю.

На сьогодні, працівник найкращою мотивацією вважає матеріальне заохочення. Після цього пріоритетами є: бонуси, професійний розвиток, просування, реалізація власних ідей.

Система мотивації працівників призначена для винагородження своїх співробітників у відповідності з їхнім внеском, навичками та компетенцією та їх ринковою вартістю. Система винагороди працівників реалізується через різні типи та рівні оплати, пільги та інші форми матеріального заохочення. Система мотивації включає фінансові винагороди (фіксована та гнучка оплата) та нефінансові винагороди (визнання, похвали, досягнення, відповідальність та особистий ріст).

Існує багато форм фінансових винагород. Стимули, що базуються на показниках виконання бюджету, якості чи інших заходів, можуть бути використані

як швидкі фінансові стимули. Більша частина компаній використовують план фінансової компенсації, щоб мотивувати своїх співробітників.

Змагання з продажу – це короткострокові програми стимулювання, що є ефективним мотиваційним інструментом, якщо він ретельно та точно розроблений. Конкуренція з продажу повинна мати точну мету. Такою метою є збільшення продажів за короткий термін або залучення нових клієнтів. При проведенні конкурсу з продажу доцільно дотримуватись таких принципів: кожен з продавців повинен мати однакову можливість виграти, працівники не можуть використовувати неетичні методи для досягнення своїх цілей [2].

Сучасні розвинуті підприємства розробляють таку модель, в рамках якої високого рівня мотивації можна досягти за допомогою системи нефінансових винагород, надаючи можливості для навчання та розвитку. Отже, наведемо одні з найпоширеніших методів нефінансової мотивації.

Визнання – це оцінка діяльності команди чи окремого працівника. Це підхід, який демонструє вдячність за особливі або додаткові зусилля, зроблені співробітником всередині організації. Визнання має дві важливі цілі: заохотити працівника чи команду продовжувати або повторювати поведінку та закликати інших працівників робити те ж саме.

Визнання, як формальне так і неформальне (усне) є найбільш економічно ефективним способом стимулювання працівників для досягнення високих показників діяльності організації. Тим не менше, коли визнання діє ізольовано від компенсації та справедливості, це часто призводить до втрати більшої частини своєї цінності.

Можливості для просування – роботодавець повинен завжди надавати можливості професійного росту своїм працівникам.

Посилення повноважень працівника – стимулювати співробітника може його участь у вирішенні ряду важливих завдань. Наприклад, якщо керівництво вирішить придбати нову техніку для заводу, то до прийняття остаточного рішення треба спитати точку зору працівників.

У контексті динамічних змін, які відбуваються в сучасному ринковому середовищі відбуваються значні зміни системи мотивації персоналу на

підприємствах. Успіх компанії залежить від продуктивності праці її працівників, а отже від ефективної моделі мотивації, яка сформована на підприємстві: розвитку творчої ініціативи співробітників, створення умов для можливості безперервного навчання, використання гнучкого робочого часу та ін. [1; 3].

Отже, передумовою успішної роботи підприємств та їх подальшого розвитку є використання програм мотивації як основи культури організації.

### **Список використаних джерел:**

1. Величко Л. А. Управління мотивацією праці на підприємствах сфери обслуговування / Л. А. Величко // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України / за заг. ред. д. е. н., проф. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К. О., 2017. – С. 120–128.
2. Гриньова В. М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства : моногр. / В. М. Гриньова, І. А. Грузіна. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2007. – 184 с.
3. Grynko T., Krupskyi O., Koshevyi M., Maximchuk O. Modern Concepts of Financial and Non-Financial Motivation of Service Industries Staff // Journal of Advanced Research in Law and Economics; Craiova Vol. 8, Iss. 4(26), (Summer 2017): 1100-1112.

**Корса І. А., к. держ. упр. Величко Л. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара(Україна)*

## **НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Світовий економічний розвиток в останні десятиліття, внаслідок стрімкого поширення новітніх інформаційних технологій в різні сфери людської діяльності характеризується наростанням процесів глобалізації та інтернаціоналізації. Бізнес-процеси виходять за межі національних економік, підвищуючи доступність якісних товарів все більшій кількості споживачів, роблячи споживачів все вибагливішими до якісних характеристик продукції та послуг. Це спонукає виробників до пошуку способів вдосконалення продукції і процесів, до виведення на ринок нових зразків, які можуть змінювати структуру споживчих потреб.

Актуальність проблеми ефективного управління інноваційною діяльністю є безумовною і для промислових підприємств, переважна більшість із яких працює на ринках із високим рівнем конкуренції. І, зважаючи на те, що саме