

Список використаних джерел:

1. Бабицький А. Моделі економічного зростання і проблема підвищення суспільної продуктивності праці / А. Бабицький. // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 1. – С. 22–28.
2. Гончаров В. М. Концептуальні проблеми ефективності праці в Україні // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2. – С. 33–37.
3. Кукурудза І. І. Політична економія: матеріали до лекцій та семінарів / Черкаський національний ун-т ім. Богдана Хмельницького. – Вид. 2-ге, доп. – Черкаси: Вид. від. ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. – 368 с.
4. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства // Науковий посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2000. – 268 с.
5. Муха Р. Продуктивність праці на підприємствах та основні напрями її підвищення / Р. Муха // Галицький економічний вісник. – Тернопіль: ТНТУ, 2015. – Том 48. – № 1. – С. 82–92.
6. Гринько Т. В. Управління трудовим потенціалом суб'єкта підприємництва / Т. В. Гринько // Management of economic systems. – Collective monograph – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2017. – P. 78–88.

Ютова К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ
НА ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Розвиток ринкової економіки та сучасні тенденції на ринку призводять до збільшення частки сфери послуг у загальному ВВП країни. З огляду на це питання підвищення ефективності діяльності підприємств, що надають різного роду послуги, зокрема, торгівельних підприємств, привертає все більше уваги.

За рахунок складнощів, що виникають у підприємств в сучасних ринкових умовах, підприємства мають скорочувати персонал та підвищувати якість використання трудових ресурсів. Тому керівникам торгівельних підприємств доцільно впроваджувати систему мотивації персоналу, враховуючи особливості торгівельних підприємств.

Мотивація – це готовність людей докласти максимальних зусиль з метою досягнення організаційних цілей, що зумовлена здатністю цих зусиль задовольняти певну індивідуальну потребу. Із таким тлумаченням пов'язано запровадження трьох ключових понять: зусилля, організаційні цілі та індивідуальна потреба [1].

Мотивація персоналу поділяється на пряму матеріальну, нематеріальну та моральну. Запровадження системи прямої матеріальної мотивації є найбільш простим та зрозумілим варіантом. Проте, його ефективність може бути недостатньою. Такий вид мотивації передбачає збільшення оплати праці в залежності від обсягу продажів. Таке заощадження може бути у формі відсотку від продажів, що додається до фіксованої заробітної плати працівника; додаткову оплату за

перевиконання плану підприємства усім його працівникам; премію за тривалу роботу на підприємстві (наприклад, більше року) і так далі.

Окремою проблемою, що заслуговує на увагу в рамках матеріальної мотивації персоналу, є встановлення кількісних цілей роботи підприємства: обсягів продажу, кількості клієнтів, обсягу виручки тощо.

Для мотивації персоналу багато керівників сьогодні запроваджують систему КРІ – ключових показників ефективності. КРІ можуть встановлюватись як для кожного працівника, так і для підприємства в цілому. Дане питання є актуальним, тому що система КРІ може як мотивувати персонал, так і навпаки. Якщо цільові показники розраховані недостатньо якісно і через певний час працівник розуміє, що його досягти неможливо, його продуктивність праці падає.

Система матеріального стимулювання персоналу призводить до короткострокового ефекту. Проте, у більш тривалій перспективі вона є недостатньо доцільною, тому що працівники із часом будуть вимагати все більшого відсотка, премії або покращення умов виплати додаткових коштів за роботу. В якийсь момент часу витрати на мотивацію у такому випадку будуть вищими за прибуток, який приносить підвищена продуктивність праці в той самий момент часу [2, с. 23].

Нематеріальна мотивація персоналу передбачає заощадження працівників, що несуть соціальний характер. Наприклад, керівництво може надавати: можливість формування гнучкого графіку роботи; знижок на покупки у мережі магазинів; можливість відвідувати навчання або стажувань для розвитку своїх професійних якостей; додаткові вихідні, тощо.

Таким чином, система нематеріального стимулювання завдає додаткових витрат підприємству, проте не дозволяє працівникові отримати фінансове заощадження у чистому вигляді.

Ще одним видом стимулювання персоналу та підвищення продуктивності праці є запровадження системи моральної мотивації. Для того, щоб така система мотивації була ефективною, керівник має бути висококваліфікованим та мати знання та вміння у психології. Тому що така система принесе свої плоди лише у разі грамотного формування засобів мотивації.

У випадку застосування моральної мотивації керівник може в усній або письмовій формі виказати похвалу працівнику. З такою метою на торгівельному підприємстві може бути запроваджена дошка пошани, звання найкращого працівника тижня/місяця/року тощо.

До системи морального стимулювання відносять також формування корпоративної культури на підприємстві [3]. Якщо цінності компанії підтримуються її працівниками, які, в свою чергу, зацікавлені у підвищенні своєї продуктивності праці для покращення показників діяльності підприємства, то такий колектив буде забезпечувати високу прибутковість у довгостроковому періоді.

Для формування колективних цінностей для згуртування колективу доцільно проводити корпоративні заходи, загальні мозкові штурми, інші неформальні заходи [4, с. 124].

Таким чином, в залежності від цілей підприємства, керівництво може використовувати ту чи іншу систему для мотивації персоналу. Проте, варто зазначити, що у чистому вигляді жодна система мотивації не буде мати успіху у довгостроковому періоді. Саме тому, керівництво підприємства має вдало поєднати елементи усіх систем, що було розглянуто з метою забезпечення підвищення продуктивності праці на тривалий час.

Список використаних джерел:

1. Дикань Н. В. Менеджмент: навч. посіб. для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ. Рекомендовано МОН / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко – К., 2008. – 389 с.
2. Козак К. Б. Мотиваційна політика підприємства як фактор його конкурентоспроможності / К. Б. Козак // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 1(17). – С. 21–24.
3. Польова В. В. Мотивація як фактор підвищення ефективності трудової поведінки працівників [Електронний ресурс] / В. В. Польова // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/eui_2014_1_90.pdf
4. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
5. Гринько Т.В. Управління трудовим потенціалом суб'єкта підприємництва / Т.В. Гринько // Management of economic systems. – Collective monograph – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2017. – P. 78–88.

Кердан В. Ю., Тімар І. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНІЧНИХ НОВОВВЕДЕНЬ

Інноваційний розвиток підприємств на основі використання досягнення НТП тісно пов'язаний з їх реконструкцією і технічним переозброєнням як центральними елементами НТП, найважливішою умовою процесу поширення інновацій, забезпечення ефективності їх використання. Оновлення виробництва на основі реконструкції і технічного переозброєння підприємств, що вимагають великих інвестицій і термінів реалізації, стає об'єктом управління. Оскільки модернізація виробництва є одним з найважливіших напрямків стратегії розвитку виробництва, вона сама повинна виступати в якості самостійного об'єкту управління. Це визначається рядом факторів технічного і організаційно-економічного характеру, розвитком управлінських відносин.

По-перше, необхідністю скорочення термінів проведення модернізації. Найчастіше продуктивність праці в результаті реконструкції виробництва зростає повільно, собівартість збільшується, а фондвіддача знижується. Через