

Су Шуай

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Кожне підприємство від моменту свого створення до моменту ліквідації перебуває під дією як позитивного, так і негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що може супроводжуватись посиленням дисбалансу у його господарській діяльності, зниженням платоспроможності, ліквідності, втратою конкурентних позицій на ринку, банкрутством тощо. Аналіз статистичних даних свідчить, що більшість українських підприємств перебуває у кризовому стані, понад третина з них знаходяться на пізніх стадіях кризи та є потенційними банкрутами. Кризовими умовами господарювання для підприємства вважаються ті, що загрожують його подальшому функціонуванню та можуть призвести до його банкрутства або ліквідації. Тому в таких умовах господарської діяльності працездатність персоналу знижується, його зацікавленість в роботі зникає. Це призводить до зменшення його суспільної активності, знеособленості, інертності більшості працівників. У зв'язку із цим важливим завданням є створення належних умов для спокійної, ритмічної, продуктивної роботи персоналу підприємства для розкриття та розвитку здібностей, творчого потенціалу.

«Характерними для кризових умов є такі ознаки серед поведінки персоналу підприємства:

- звільнення і пошук нового місця роботи через низьку і нестабільну заробітну плату;
- щорічне збільшенням показника безробіття;
- зниження показника задоволеності працею через непорозуміння з керівництвом та нецікавими завданнями;
- збільшення показника плинності персоналу, через відсутність перспектив кар'єрного зростання;

– збільшення показника незадоволеності персоналу щодо умов праці» [1].

Тому, враховуючи всі ці ознаки, керівництво підприємства має правильно обрати види та методи стимулювання працівників. Деякі підприємства можуть дозволити собі матеріальне стимулювання праці у вигляді грошових винагород, премій, доплат до зарплати тощо. Інші підприємства більше опираються на нематеріальний тип стимулювання, використовуючи різноманітні способи, такі як подяки з боку керівництва, створення у працівника почуття необхідності та значимості для підприємства, надання додаткових вихідних, створення гнучкого графіку тощо. Зазвичай досить важко застосовувати всі ці методи стимулювання комплексно через кризові умови, в яких опинилось підприємство.

Через це сьогодні на багатьох підприємствах України застосовуються лише окремі елементи системи мотивації. Тому така система не має комплексного характеру, оскільки традиційно ці елементи не поєднані один з одним, використовуються окремо. Головним недоліком матеріальної системи мотивації є те, що вона має поточний, короткотерміновий характер, не націлена на майбутнє, на відміну від нематеріальної мотивації.

Ще однією проблемою є те, що на підприємствах рідко здійснюється процес мотивації на основі індивідуального підходу до винагородження, яке є основою дієвості будь-якої моделі мотивації як матеріальної, так і моральної, тому що в керівника та працівника різне бачення щодо важливості кожного стимулу. Більшість керівників надають перевагу використанню моральної моделі мотивації, а працівники навпаки – матеріальній моделі, оскільки вбачають в ній єдине джерело задоволення власних потреб [3].

Проаналізувавши процес формування системи стимулювання персоналу в кризових умовах господарювання підприємства, «можливо розробити відповідну схему заходів у певній послідовності:

– проінформувати персонал про ситуацію, що склалася на підприємстві; це приведе до мобілізації персоналу для продуктивної колективної роботи,

самовіддачі, а також впевненості кожного у важливості його ролі;

– змінити систему прийняття управлінських рішень, дозволити брати участь в їх обговоренні працівникам підприємства;

– визначити цілі, що дозволять процесу мотивації функціонувати безперебійно;

– застосовувати матеріальні стимули;

– забезпечити вчасне та раціональне навчання персоналу;

– підтримувати відповідний морально-психологічний клімат в колективі;

– інформувати про перші успіхи, що забезпечать задоволення власною працею та підтримає внутрішню мотивацію кожного робітника» [2].

Отже, мотивація виступає одним із основних чинників, які безпосередньо впливають на рівень та обсяг виробництва, результативність роботи, її якість, конкурентоспроможність підприємства та його продукції на ринку. Саме правильне та раціональне стимулювання працівників відіграє позитивну роль для підприємства, що функціонує в кризових умовах. Від того, як саме сформована мотивація праці на підприємстві, які дії робить керівництво з метою заохочення персоналу до праці, залежить успіх всього підприємства.

Список використаних джерел:

1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха / Харківський національний економічний ун-т. – Х.: ВД «Інжек», 2007. – 320 с.
2. Буряк П. Ю. Економіка праці й соціально-економічні відносини : навч. посіб / П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінська, М. І. Григорєва. – К. : Центр навч. л-ри, 2009. – 457 с.
3. Шегда А. В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: навч. посіб. / А. В. Шегда, М. В. Голованенко. – К. : Знання, 2008. – 271с.