

міжбюджетних відносин [Текст] / М.М. Василичин // Фінанси України, 2009. - №7. - С. 125-128. 3. Ісмаїлов А.Б. Бюджетний процес та напрями його удосконалення [Текст] / А.Б. Ісмаїлов // Фінанси України, 2008. - №8. - С. 26-28. 4. Швець В.Я. Концептуальні підходи до вдосконалення системи міжбюджетних відносин [Текст] / В.Я. Швець // Фінанси України, 2005. - №5. - С.23 – 31. 5. Януль І.Є. Бюджетний процес як фактор фінансової стабілізації [Текст] / І.Є. Януль // Фінанси України, 2001. - №8. - С.68-71.

Bibliography (transliterated): 1. *Zakon Ukrainy «Derzhavnij bjudzhet Ukraini na 2013 rik»* [Текст]: СР/0180: Ofic. Visnik Ukraini №2. - К.: 2013. -233s. 2. Vasilishin M.M. *Formuvannja miscevih bjudzhetiv ta obgruntuvannja mizhbjudzhetnih vidnosin* [Текст] / М.М. Vasilishin // Finansi Ukraini, 2009. - №7. - С. 125-128. 3. Ismailov A.B. *Bjudzhetnij proces ta naprjami jogo udoskonalennja* [Текст] / A.B. Ismailov // Finansi Ukraini, 2008. - №8. - С. 26-28. 4. Shvec' V.Ja. *Konceptual'ni pidhodi do vdoskonalennja sistemi mizhbjudzhetnih vidnosin* [Текст] / V.Ja. Shvec' // Finansi Ukraini, 2005. - №5. - С.23 – 31. 5. Janul' I.E. *Bjudzhetnij proces jak faktor finansovoi stabilizacii* [Текст] / I.E. Janul' // Finansi Ukraini, 2001. - №8. - С.68-71

Надійшла до редколегії 14.03.2014

УДК 331.101.3:656.2

В.Г. ЯКОВЕНКО, канд. екон. наук, доц., Українська державна академія залізничного транспорту, Харків;

В.І. КУДЕЛЯ, канд. екон. наук, доц., Українська державна академія залізничного транспорту, Харків

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні фактори, що визначають вплив мотивації персоналу на підвищення продуктивності праці та ефективності роботи підприємства. Представлено основні грошові та не грошові фактори мотивації праці.

Ключові слова: мотивація праці, управління персоналом, мотивація персоналу.

Вступ. В умовах формування нових механізмів господарювання, орієнтованих на ринкову економіку, перед підприємствами постає необхідність враховувати вимоги та закони ринку, застосовувати нові типи економічної поведінки. В зв'язку з цим зростає вклад кожного робітника в кінцевій діяльності підприємства. Одна з головних задач для підприємств різних форм власності – пошук ефективних способів управління працею, забезпечуючи активізацію людського фактору. Визначаючим фактором результативності діяльності людей є мотивація.

Досвід передових країн світу доводить, що жодну із задач управління у будь-якій сфері діяльності неможливо реалізувати без зацікавленості в її вирішенні працівників. Мотивація праці стає нагальним завданням підприємств.

© В.Г. Яковенко, В.І. Куделя, 2014

Постановка задачі. Формування проблем мотивації трудової діяльності та аналіз існуючих методів мотивації.

Методологія. Вивчення зарубіжної та вітчизняної спеціальної літератури, яка присвячена теорії мотивації персоналу, практичним аспектам управління мотивацією персоналу, свідчить про безсумнівний інтерес вчених до даної проблеми. Питанням мотивації праці присвячено багато праць вчених-економістів Маслоу А., Шапіро С.А., Богиня Д.П., Співак В.В., Клименко М.П., Літинська В.А. та інші [].

У вищезазначених працях знайшли своє відображення окремі аспекти мотивації праці персоналу, ефективного використання трудового потенціалу, мотивації трудової діяльності, підвищення результативності та ефективності праці. Однак, проблема сучасних мотиваційних процесів та їх впливу на ефективність роботи підприємства залишається малодослідженою.

Результати дослідження. За часів адміністративно-командної економіки питання мотивації персоналу вивчалися переважно соціологами та психологами. Розв'язання проблем мотивації значною мірою було формальним і ґрунтувалось лишена свідомості працівників. Таке відношення призвело до зниження рівня ініціативи та байдужості працюючих.

Мотивація ефективної праці робітників займає одне з ключових місць у системі управління підприємством. Вона доповнює адміністративне управління, що полягає в розробці і виконанні планових завдань, посадових та інших інструкцій, методичних положень і вказівок, наказів, розпоряджень і являє собою непряме, опосередковане управління через інтереси робітників з використанням специфічних форм і методів забезпечення їх матеріальної і моральної зацікавленості щодо праці, у досягненні високих її результатів [2].

Кожен досвідчений керівник намагається переконати працівників працювати краще, створити у них внутрішні бажання до активної трудової діяльності, підтримувати зацікавленість у праці, ініціювати переживання задоволення від отриманих результатів. Важливо також, щоб працівники домагалися досягнення цілей організації добровільно і творчо.

Сучасним менеджерам необхідно шукати методи заохочення персоналу до діяльності не лише заради доходів, а й для задоволення, самоактуалізації та реалізації власного трудового і творчого потенціалів. Тому завжди важливо з'ясувати, які специфічні потреби дають поштовх виникненню мотивації у даної людини, у даний час.

Самореалізація працівника настає тоді, коли цілі чітко сформовані та вироблена тактика щодо їх досягнення. Велике значення при цьому відіграють професійні і кваліфікаційні якості людини (успішність, працездатність, інтелектуальна складова, досвід та стаж роботи), а також самосприйняття, самооцінка і постійна робота над собою [1].

Фактором мотивації насамперед виступає система стимулювання праці. Висока

роль індивідуальних заходів матеріального і морального стимулювання до високопродуктивної праці: встановлення рівня грошової винагороди, тарифних ставок, доплат, премій, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання за рахунок підприємства.

Слід пам'ятати, що будь-які зміни в діяльності підприємства, не залежно від ступеня ефективності прийняття рішень «на папері», не будуть впроваджені «в життя» без відповідної мотивації персоналу підприємства. Тому при розробці системи управління персоналом особливу увагу потрібно приділити системі мотивації.

Вітчизняна економічна наука виділяє такі основні мотиви трудової діяльності: відданість професії, своїй справі; отримання максимальної матеріальної винагороди; усвідомлення важливості та необхідності своєї роботи. Зарубіжні спеціалісти пропонують іншу систему факторів, які визначають почуття задоволення роботою: робоче середовище, винагорода, безпека діяльності, особистий розвиток і професійне зростання, почуття причетності, зацікавленість і виклик, які визначають ефективну трудову поведінку. Управління персоналом повинне базуватись на принципах системного підходу та аналізу з врахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Добре спланована система мотивації дозволяє суттєво підвищувати ефективність роботи персоналу, збільшувати обсяги продажу, покращувати виробничий процес та обслуговування клієнтів, без особливо великих матеріальних затрат з боку компанії. Адже, коли працівник виконує свої посадові обов'язки з повною самовіддачею і його цілі саморозвитку включають розвиток підприємства загалом, тоді ефективність роботи зростає в декілька разів.

Результативність праці конкретного працівника зумовлюється передовсім індивідуальними можливостями та особистою зацікавленістю, а також його усвідомленням власної ролі в колективних зусиллях. Обсяг затрат праці залежить від самооцінки працівника достатності рівня винагороди й впевненості в тому, що її буде отримано. Заохочування працівників підприємства до реалізації поставлених перед ними цілей і завдань є об'єктивною потребою, яку необхідно усвідомлювати всім керівникам.

Головними мотивуючими факторами і нині залишаються рівень заробітної плати та можливість кар'єрного зростання. Матеріальна мотивація – це найбільш очевидний спосіб винагороди працівників. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, ціллю якої є забезпечення співвідношення заробітної плати працівників з кількістю і якістю праці. Прагнення людини до поліпшення свого добробуту зумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, і збільшення кількості, якості та результативності праці. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн з ринковою економікою, до яких належить і Україна. Це зумовлене принаймні двома причинами:

- 1) низьким рівнем доходів, деформаціями в їхній структурі та диференціації;
- 2) необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих в економіці.

Серед нематеріальних стимулів для працівників на перше місце виходить соціальний пакет з обов'язковою медичною страховкою, участь у тренінгах, компенсація за харчування, оплата транспортних витрат та мобільного зв'язку.

Основні методи мотивації представлено на рисунку.



Рис. - Методи мотивації праці

Достатнє матеріальне забезпечення виводить на перше місце соціальні мотиви – реалізацію творчого потенціалу, професійне зростання та забезпечення прозорості і дружніх стосунків у колективі.

Основний ефект який досягається до допомогою нематеріальної мотивації - це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

З метою підвищення ефективності мотиваційних заходів необхідно дотримуватись певних правил: розвивати і підтримувати почуття самоповаги у працівників, надавати їм більше можливостей відчуття самостійності і контролю ситуації, заохочення за досягнення проміжних цілей, прояв постійної уваги з боку керівництва, підтримання розумної внутрішньої конкуренції та надання можливості співробітникам відчувати себе переможцями.

Важливо також проявляти інтерес до зовнішніх інтересів та хобі, навчити підлеглих вимірювати рівень успішності проведеної роботи, посилювати взаємодію в

колективі та мотивувати знаннями, регулярно перевіряти задоволеність персоналу своєю роботою, проводити неформальні бесіди та відкриті зустрічі, налагодити збір відгуків і пропозицій. Керівництву необхідно розуміти, що саме змушує людей працювати, чого вони потребують і чому вибирають той чи інший спосіб дій.

Висновок. Обираючи систему мотивації, слід неодмінно враховувати потреби та інтереси працівників. Процес впровадження даної системи повинен бути спрямований на досягнення певного результату – задоволених працівників, котрі віддали своїй роботі. Обрана система мотивації повинна стимулювати окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства.

Список літератури:1. *Богиня Д.П.* Основи економіки праці /Д.П. Богиня, О.А. Грішнова// - К.: Знання- прес, 2001.- 313 с. 2. *Співак В.В.* Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств /В.В. Співак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. –№6.- С.178-181 3. *Дуда С.Т., Кіцак Х.Р.* Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок /С.Т. Дуда, Х.Р. Кіцак// Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць -2011. – Вип. 20.14 - С.188-193 4. *Літинська В.А.* Мотиваційні методи кар'єрного просування персоналу підприємств / В.А. Літинська // Вісник Запорізького національного університету.- 2010 - №3(7) – С. 58-61

Bibliography (transliterated): 1. Bohynya D.P. *Osnovy ekonomiky pratsi* /D.P. Bohynya, O.A. Hrishnova// - K.: Znannya- pres, 2001.- 313 s. 2. Spivak V.V. *Motyvatsiya yak zasib efektyvnoho menedzhmentu personalu pidpryyemstv* / V.V. Spivak // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2010. –#6.- S.178-181 3. Duda S.T., Kitsak Kh.R. *Motyvatsiya ta rezul'tatyvnist' pratsi personalu pidpryyemstva: yikh sutnist' ta vzayemozv'yazok* /S.T. Duda, Kh.R. Kitsak// Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy: Zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats' -2011. – Vyp. 20.14 - S.188-193 4. Lityns'ka V.A. *Motyvatsiyni metody kar'yernoho prosuvannya personalu pidpryyemstv* / V.A. Lityns'ka // Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu.- 2010 - #3(7) – S. 58-61

Надійшла до редколегії 14.03.2014

УДК 339.138

А.В. ТИХОНОВА, магістрант НТУ «ХПІ»;

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА СПОЖИВЧІЙ ПОПИТ І РЕЗУЛЬТАТИ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

У статті проаналізовано вплив торгової марки на конкурентоспроможність товарів, на споживчий попит та підвищення результатів ринкової діяльності фірми. Розглянуті функції товарного знаку та вигоди торгової марки для виробника та споживача. Зроблені висновки щодо особливостей застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку.

Ключові слова: товарний знак, торгова марка, бренд, прихильність споживачів, перевага бренду.

© А.В. Тихонова, 2014