

Список використаних джерел

1. Менеджмент Навч. посібник / Н.В. Дикань, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 389 с.
2. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник видання 3-є, перероблене і доповнене./ Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: «Кондор», 2008. – 664 с.
3. Шатун В.Т. Основи менеджменту Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.
4. http://toplutsk.com/articles-article_386.html

Лотоцький Ярослав Орестович,

студент навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковальчук В.Г.

МОТИВАЦІЯ – ОДНА З ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ

Мотивація, як один із основних засобів для підвищення економічної ефективності на підприємстві і одна із основних функцій у менеджменті останнім часом все більше користується популярністю серед керівників. Якщо менеджер правильно мотивує працівників, підприємство має набагато більший економічний потенціал.

Мотивація, серед інших функцій менеджменту, посідає важливе місце, як фактор управління соціально-економічними процесами. Звісно, мотивація буває різною, має різні способи і методи.

В управлінні мотивація — це процес стимулювання працівників до здійснення ефективної діяльності, спрямованої на досягнення цілей підприємства. Мотивація необхідна для ефективного прийняття рішень і запланованих завдань.

Мотивація — це важливий фактор підвищення ефективності діяльності організації. Проте він складається з формування мотивуючої поведінки персоналу підприємства .

Розуміння змісту мотивації — головний показник професійної майстерності менеджера.

Ефективний менеджмент ґрунтується на поєднанні життєвих цінностей, реальних цілей і установок, очікувань і потреб працівника з цілями організації. Людина яка поділяє цілі й усвідомлює цінності своєї організації, здатна визначити собі завдання, знаходити шляхи їх вирішення, здійснювати самоконтроль, тобто переходити від зовнішнього мотивування до самомотивування. Воно можливе за певних об'єктивних умов, серед яких важливу роль відіграють задоволення первинних потреб працівника, висока культура виробництва, реальне самоуправління.

Менеджер повинен забезпечити розвиток позитивних мотивів співробітників, створити ситуаційне поле, яке спонукатиме кожного робити те, що від нього очікують. Для цього потрібно використати методи мотивації (способи управлінських впливів на персонал для досягнення цілей організації). Їх класифікують за об'єктами мотивації, використовуваними стимулами, видами потреб, спрямованості і т.д.

Робітники будуть працювати добре, якщо знатимуть, що компанія має на ринку міцні позиції, її діяльність — суспільно корисна, а місія — висока й гідна. В цьому спостерігається прояв двох факторної теорії мотивації Ф. Герцберга, а саме гігієнічні фактори. В колективі, де планує атмосфера взаємоповаги та готовності допомагати один одному, персонал буде працювати не лише ефективно, але й з насолодою. Особливо продуктивною буде праця працівників, коли очевидна особиста роль у процесі досягнення компанією заслужених висот, відчутна причетність до збільшення обсягів прибутку й підвищення економічної вартості компанії, зростання лояльності споживачів. В цьому виявляються професійні фактори мотивації, зокрема модель Портера-Лоулера.

Також звертається увага на неформальну складову взаємовідносин в організації – цінності та філософія які сповідуються співробітниками, неформальна поведінка, міфи та історії які поширюються , все це формує організаційну культуру. Цей чинник потребує уваги та цілеспрямованого впливу, і особливо при проведенні організаційних змін. Метою керівників повинно бути створення організаційної культури, яка б сприяла досягненню цілей організації.

Фактори мотивації результативності діяльності: відрядна оплата, почасова оплата, премії за раціоналізацію, участь у прибутках, оплата навчання, виплати за максимальне використання робочого часу (немає невиходів на роботу).

Економічними непрямыми факторами мотивації є: пільгове харчування, доплати за стаж, пільгове користування житлом, транспортом .

Проте , крім матеріальної мотивації, використовують нематеріальну: збагачення праці, гнучкі робочі графіки, програми підвищення якості праці, участь у прийнятті рішень на більш високому рівні.

У теорії мотивації слово «винагорода» має ширше значення, ніж просто гроші або задоволення, з якими це слово найчастіше асоціюється. Винагорода — це все те, що людина вважає цінним для себе. Але розуміння цінності в людей неоднакове, а тому різною є оцінка винагороди та її відносного рівня.

Персоналізація (індивідуальна або групова) форм і методів винагородження є фундаментом дійовості будь-якої моделі мотивації, а матеріальні потреби домінуватимуть іще достатньо довго.

Отже, для того щоб мотивація була ефективною і спрямовувалась на розвиток підприємства необхідно запровадити мотиваційний моніторинг. Мотиваційний моніторинг – це система постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності. Запровадження мотиваційного моніторингу є актуальним для більшості підприємств, адже на сьогодні вивчення потреб, інтересів мотиваційної спрямованості персоналу здійснюється на підприємстві епізодично, або взагалі відсутнє.

Сучасний бізнес передовсім базується на трудових ресурсах. Якщо люди – це основа виробництва, то правильне заохочення їх до праці першочергове завдання керівника кожного підприємства. Як організовує, мотивує керівник персонал, так і працює підприємство. Ефективна мотивація трудової діяльності, індивідуальний підхід до кожного найманого працівника призведе до зростання продуктивності праці, а як результат до бажаних успіхів та до досягнення головної місії підприємства, а саме: максимального отримання прибутку.

Менеджер підприємства, який хоче розвитку підприємства і більшого виробництва, в тому числі збільшення доходів, має чітко знати своїх підлеглих і як їх заохочувати для стабільної праці підприємства. Мотивація дійсно є важливою функцією у менеджменті, адже за допомогою правильної мотивації, підприємство досягає неабиякого успіху, а успіх підприємства – це успіх менеджера.

Список використаних джерел

1. Мурашко М. І. Менеджмент персоналу: навч. посібн. / М. І. Мурашко. – К.: “Знання”, КОО, 2008. – 435 ст.
2. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент: навчально-прикладний посібник / О. Є. Кузьмін. – Львів: Центр Європи, 1995. – 176с.
3. Хміль Ф.І. Менеджмент : Підручник / Ф. І. Хміль. – К.: Вища шк., 1995. – 351с.
4. Бойчук І.М. Економіка підприємства : навч. посібн. / І.М. Бойчук. – К. : Атіка 2002. – 400 с.

Мазур Андрій Анатолійович,

студент навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент», Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Поляруш М.О.

МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ