

покупців, тривалістю існування продукції на ринку складає основний зміст маркетингової політики підприємства. Вона припускає визначений курс дій підприємства щодо оптимізації її товарного асортименту, підвищення конкурентноздатності продукції і якості обслуговування на основі продуманих принципів, завдяки яким забезпечується наступність рішень і заходів в інших субміксах комплексу маркетингу (ціновому, розподільному і комунікативному).

Література

1. Дойль П. Маркетинг - менеджмент та стратегії. 3-є вид. / Пер. з англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб.: Пітер, 2003. - 544с.
2. Котлер Ф. Основи маркетинга: Пер. с англ./ Общ.ред. и вступ.ст.Е.М.Пеньковой. – М.:Прогресс, 1990.-736с.

Лапшин Н.О., Лінік Ю.А., ст. гр. УП 09
(науковий керівник Красножон Н.С., асист.)
Кіровоградський національний технічний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В Україні щорічно відбувається ріст інтелектуалізації праці, свідомості й активності робітників, зростання матеріальних і духовних потреб працівників призводить до поступового наростання конфлікту між продуктивними силами, що бурхливо розвиваються і застарілими виробничими відносинами. Це змушує науковців шукати нові способи інтенсифікації найманої праці, заохочення працівників до максимального використання фізичних, інтелектуальних та творчих можливостей. Одним із головних завдань для підприємств різних форм власності є пошук ефективних способів управління працею, що забезпечує активізацію людського чинника. Вирішальним причинним чинником результативності діяльності людей є мотивація [1].

Актуальність дослідження полягає у тому, що у ринковій економіці головним фактором стабільного розвитку суспільства є посилення матеріальної зацікавленості працівників у підвищенні результативності діяльності на основі забезпечення тісного взаємозв'язку розмірів доходів працюючих з кількістю та якістю витраченої ними праці. В ринковому середовищі необхідно не просто забезпечувати матеріальну зацікавленість у певних результатах праці, але і зацікавити працівника в підвищенні

ефективності праці. Це, зокрема, можна зробити за допомогою нематеріального стимулювання [2, с. 58].

Аналіз питань, що пов'язані з мотивацією і стимулюванням праці розглянуті в наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених, таких як: А.Г. Абалкіної, В.П. Белової, В.Н. Бобкова, П.Г. Буніча, Н.А. Волгіна, Ю.К. Балашова, Р.А. Яковлева, М.Д. Долішного, В.І. Герасимчука, І.Ф. Гнібіденка, О.А. Грішнєвої, М.В. Семикіної й ін.

Проте, на сучасному етапі розвитку виробництва і суспільства у вітчизняній науковій літературі проблематика стимулювання та мотивації праці набуває якісного нового дискусійного бачення.

Метою аналізу даного питання є визначення видів, а також виділення деяких аспектів системи стимулювання праці персоналу на підприємстві.

У науковій літературі немає однозначного трактування термінів: мотив і стимул, мотивація та стимулювання, багато науковців не роблять розподілу між мотивацією та стимулюванням праці працівників, вживають їх як синоніми, або ідентичні поняття. На нашу думку, кожне з вище зазначених понять несе своє змістове наповнення та суттєво різниться одне від одного. Так, науковці, О.Є. Кузьмін та О.Г. Мельник зауважують, що мотивування – це вид управлінської діяльності, що забезпечує процес стимулювання себе та інших працівників до діяльності, що спрямована на досягнення особистих цілей та цілей організації [2, с. 46]. Науковці визначають, що мотивування – це одна із загальних функцій менеджменту поряд із плануванням, організуванням, контролюванням і регулюванням.

Науковці Ю.К. Балашов та А.Г. Коваль трактують поняття стимулювання, як ціленаправлений вплив на свідомість працівника економічними, соціальними, адміністративними та іншими методами з метою покращення результатів його трудової діяльності та реалізації цілей розвитку підприємства [1]. Отже, спрямованість мотивації та стимулювання однакова, вона направлена на покращення результатів праці, а відмінність між ними зумовлена джерелом виникнення. Якщо для мотивації – це внутрішні чинники, то для стимулювання – зовнішні.

Для більш чіткого розуміння як працює система стимулювання країни та мотивація персоналу, проаналізуємо Приватне акціонерне товариство з іноземними інвестиціями «Протеїн-Продакшн», що займається виробництвом нерафінованих і рафінованих дезодорованих рослинних олій. Система стимулювання працівників даного підприємства включає у себе матеріальну і нематеріальну винагороду. Матеріальним стимулюванням даного підприємства є використання доплат і надбавок

відповідно до тарифних ставок і окладів, а саме: праця у нічний час і нічну зміну (збільшується у розмірі 0,2 і 0,4 відповідно від сумісного заробітку чи погодинної оплати); праця у шкідливих і тяжких умовах; праця у вихідні й святкові дні. Також працівникам нараховуються премії відповідно, якщо вони впроваджують технічно—обґрунтовані норми вироблення, у виконанні і перевиконанні плану виробництва, зниженні собівартості і поліпшення якості продукції. Нематеріальними стимулами підприємства є: моральні заохочення працівників, надання додаткових відпусток, навчання, тобто надання можливості підвищення кваліфікації. До інших методів нематеріального стимулювання розвитку персоналу належать створення робітничих рад чи спільних комітетів робітників, фахівців та керівників; участь представників найманої праці в роботі рад директорів корпорацій, компаній і т.д. Отже, на підприємстві «Протеїн-Продакшн» значна увага приділяється матеріальному стимулюванню, а нематеріальне займає другорядну роль.

Для покращення системи стимулювання праці персоналу на підприємстві, доцільно використовувати такі шляхи, як виплату премій (комісійних) щомісячно за виконання роботи відповідно до встановлених термінів виконання, оскільки вони досягають намічених показників протягом короткого періоду часу; вдосконалювати систему страхування, а саме звернути увагу на медичне, додаткове пенсійне та страхування від нещасних випадків. Звичайно, формування і впровадження систем стимулювання колективу не є одномоментною справою, це є досить тривалий процес внесення істотних новітніх змін у вже діючу систему на підприємстві.

Література

1. Балашов Ю.К. Мотивація та стимулювання персоналу: основипобудови системи стимулювання [Електронний ресурс] / Ю.К. Балашов, А.Г. Коваль // Кадри предприятия —2002. — № 7. — Режим доступу до журн.: <http://www.kapr.ru/articles/2002/7/444.html>
2. Психологияменеджмента: Учебник для вузов / Под ред. Г.С. Никифорова. — [2-е изд. доп. и перераб]. —СПб.: Питер, 2004. — 639 с.

Мамичева Е. И., ст. 5 курса
(научный руководитель Ошовская Н.В., к.э.н.)
Национальная академия природоохранного
и курортного строительства, г. Симферополь