

Список використаних джерел:

1. Дрималовська Х.В. Розвиток диверсифікації на підприємствах: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Львів, 2016. 219 с.
2. Ковінько О.М. Сутність та зміст стратегії диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 2. Т. 2. С. 7-11.
3. Івченко Л.В. Диверсифікація діяльності підприємств як чинник їх економічного зростання. Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1. Розділ «Міждисциплінарні дослідження». 2016. С. 99-107.
4. Скоробогатов М.М., Куцерубова О.І. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах. Економічний вісник Донбасу. 2011. №3(25). С.18–21.

УДК:331.225

*Орищенко Ю.О., студ. гр. ЕП-16, Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.
Центральноукраїнський національний технічний університет*

ОРГАНІЗАЦІЯ МОТИВАЦІЇ ТА МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В організації діяльності підприємства стимулювання праці робітників відіграє величезну роль. Воно спрямоване на мотивацію працівників до ефективної та якісної праці, яка не лише покриває витрати роботодавця на оплату праці, а й дозволяє отримати певний прибуток. Система мотивації праці передбачає забезпечення комплексу заходів матеріального, морального, соціального напрямку, що сприяють активізації діяльності персоналу для задоволення різноманітних його потреб, котрі розглядають як нагороду за трудові зусилля.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації[1].

Мотивацію персоналу як галузь практичної діяльності, що безпосередньо пов'язана з реалізацією інтересів суб'єктів господарювання, взаємодією роботодавців і найманих працівників, урухомленням механізмів посилення трудової активності, правомірно розглядати як одну з провідних складових соціально-трудова відносин. При управлінні мотивацією на підприємствах необхідно враховувати, що більш мотивовані люди, працюють значно продуктивніше не залежно від рівня їх здібностей чи навичок. Розуміння змісту мотивації - головний показник професійної майстерності доброго керівника організації. Знання про те, чому люди роблять те, що вони

роблять — необхідна передумова для того, щоб допомогти їм реалізувати власні мотиви та попередити випадки, коли мотивації можуть викликати певні ускладнення.

Варто розрізнити «мотивацію праці» і «мотивацію трудової діяльності».

Праця – це цілеспрямована діяльність людини щодо зміни і пристосування предметів природи для задоволення своїх потреб. Процес праці включає три моменти: власне праця, предмети і засоби праці. Але трудова діяльність не обмежується лише процесом праці[2].

Діяльність – це специфічна форма відношення до навколишнього світу, змістом якої є його корінна зміна і перетворення в інтересах людей, зміна, що включає мету, засоби, результат і сам процес[2].

Ефективний менеджмент ґрунтується на поєднанні реальних цілей, життєвих цінностей 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 у співробітників, створити ситуаційне поле, яке спонукатиме кожного робити те, що від нього очікують. Для цього потрібно використати методи мотивації.

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 приємному колективі, атмосфері взаємоповаги та загальної 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.

Матеріальне стимулювання в торгівлі передбачає оплату праці робітників торговельного підприємства відповідно до діючого законодавства в розмірі визначеному посадовими окладами, ставками, надбавками, преміями і т.д.

Етапи розробки системи матеріального стимулювання праці робітників:

- вибір форм та систем організації заробітної плати;
- обґрунтування тарифних ставок та окладів;
- формування системи додаткового стимулювання праці[1].

Оплата праці персоналу торговельного підприємства може здійснюватися за погодинною або відрядною формою оплати праці. В межах кожної форми оплати праці виділяються окремі системи оплати праці, які

відрізняються одна від другої показниками, що застосовуються для виміру праці та особливостями визначення розміру заробітної плати.

Другим етапом роботи з розробки системи матеріального стимулювання праці робітників є визначення розмірів тарифної частини заробітної плати, тобто виплат, які встановлюються на тривалий проміжок часу і здійснюються в безумовному порядку. При розробці системи посадових окладів здійснюють диференціацію окладів залежно від рівня кваліфікації (європейська практика), складності виконуваної роботи (американський досвід), стажу роботи на певному підприємстві (японський досвід). Визначення розмірів посадових окладів здійснюється підприємством самостійно, виходячи з господарської необхідності та фінансових можливостей підприємства. Зростання питомої ваги тарифної частини відповідає інтересам працівників, оскільки забезпечує гарантоване та стабільне нарахування передбаченої суми коштів. Проте, це зменшує стимулюючі можливості оплати праці, не орієнтує персонал на певні трудові досягнення.

Система додаткового стимулювання персоналу розробляється з метою посилення трудової мотивації працівників. Вона включає в себе:

1) систему преміювання за поточні результати господарської діяльності та окремі досягнення.

Основними елементами преміювальної системи є: показники преміювання, тобто конкретні результати господарсько-фінансової діяльності, при досягненні яких сплачується премія, умови преміювання, розміри та шкала преміювання, коло робітників, що преміюються. Крім преміювання за поточні результати діяльності розрізняють премії, що сплачуються одноразово та за спеціальному системами преміювання: за сприяння винахідництва, створення та впровадження нової техніки, за скорочення часу вантажно-розвантажувальних робіт, раціоналізацію маршрутів перевезення тощо.

2) доплати та надбавки.

Надбавки до заробітної плати – це грошові виплати персонального характеру, котрі систематично нараховуються до існуючої заробітної плати (надбавки за професійну майстерність, володіння іноземними мовами та ін.).

3) одноразові заохочення за результати праці;

4) системи участі найманих робітників у прибутках та капіталі підприємства;

5) інші соціальні виплати та пільги.

Уся сукупність виплат робітникам підприємства, передбачена діючою на підприємстві системою матеріального стимулювання праці, становить витрати підприємства на оплату праці.

Отже, стимулювання є дієвим інструментом розвитку мотивації та зовнішнім чинником, який сприятиме задоволенню потреб персоналу спонукати його до корисних дій, що задовольнятимуть також потреби підприємства.

Список використаних джерел:

1. Організація матеріального стимулювання праці робітників торговельного підприємства. [Електронне джерело]- <https://buklib.net/books/25527/>
2. Мотиваційні моделі. [Електронне джерело]- <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мотивація>

УДК 338.48:640.43

Паска С. Р., д.е.н., проф.

Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького

ДІАГНОСТИКА МОТИВОВАНОСТІ ПЕРСОНАЛУ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ І ТУРИЗМУ

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу і туризму за умов належного інвестування та мотивації персоналу дає вагомий імпульс економічному зростанню країни і підвищенню її конкурентоспроможності [1].

Ці завдання є вельми актуальними для діяльності готелів та ресторанів України, де підбір недостатньо мотивованого персоналу і традиційна недооцінка мотиваційних чинників перешкоджають забезпеченню високого рівня компетентності працівників, опануванню сучасними знаннями і новітніми технологіями надання якісних послуг, засвоєнню кращих світових зразків корпоративної культури.

Більшість сучасних дослідників дотримується уявлення, що мотивованість персоналу – це сила прагнень до реалізації поставленої мети [2].

Мотивованість (низька, помірна, висока) виникає в процесі мотивації, тобто загального сумарного впливу зовнішніх (на рівні підприємства, оточуючого середовища) і внутрішніх (на рівні особистості) рушійних сил, що спонукають до успішного виконання трудових завдань, реалізації поставлених цілей. Ступінь мотивованості персоналу відображають певні зусилля, що докладаються, активність, старанність, наполегливість у виконанні поставлених завдань, зацікавленість у нагромадженні необхідних для цього знань, умінь, навичок.

На думку М.Семикіної, А. Колота, С. Цимбалюк, авторів наукових праць з проблематики мотиваційного менеджменту, мотивованість персоналу є важливим чинником формування конкурентних переваг організації [3-4].

Вагомим важелем мотивованості працівників готельно-ресторанного бізнесу і туризму є корпоративна культура, яка поки обмежено задіяна в українській практиці [5-6].

Розвиваючи наукову думку, пропонуємо визначати «мотивованість персоналу у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму» як дуже динамічну характеристику рівня докладання зусиль до виконання