

колективу.

Свій авторитет керівник формує своєю поведінкою та діяльністю. Адже його треба заслужити, колектив оцінює роботу не за балачками, а за справою.

**Основні висновки.** Отже людина, яка має повагу інших і користується авторитетом, може багато чого зробити, в тому числі й помилки. Якщо керівник є авторитетом для своїх підлеглих, то вони будуть упевнені в тому, що він ніколи не помиляється. Але щоб завоювати такий авторитет, необхідно працювати над собою не один рік. Справжній керівник може впливати на поведінку, змінювати переконання і точку зору своїх підлеглих. Формування авторитету керівника підприємства це неприпливний процес вдосконалення майстерності управління.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Егоршин А. П. Основи управління персоналом : уч. пособ. для ВУЗов. Новгород: НИМБ, 2003. 73 с.
2. Якокка Ли Карьера менеджера : пер. с англ. А. Іщенко. М : Прогресс, 1991. 384 с.

**Олександр САФОНЦЕВ,**

студент 3 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Катерина ЛЕМІШ,**

к.е.н., доцент (БДПУ)

### МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ

**Актуальність.** Мотивування працівників відіграє важливу роль у сьогоденному менеджменті. Успішно побудована система мотивування співробітників допомагає компаніям досягати поставлених завдань. Мотивування займається вивченням внутрішніх та зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності. Кожна організація ставить перед собою цілі, які вона повинна досягати у поставлений термін, але без відповідного рівня мотивації, цей процес сповільнюється. Недосконалість мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на вдосконалення мотивації персоналу, виступають основними причинами неефективності мотиваційного процесу.

**Ступінь досліджуваності проблеми.** В вирішенні цього питання було задіяно багато вчених та бізнесменів, більш детальний підхід, що до підвищення мотивації розглядається у працях вчених: А. Маслоу, Д. МакКЛЕЛЛАНДА, К. Альдерфера, Ф. Герцберга, В. Врума, О. Кузьміна, М. Мескона.

**Мета дослідження.** Метою є пошук найбільших раціональних і нових методів мотивування.

**Методи дослідження.** При проведенні дослідження було використано діалектичний та аналітичний методи.

**Сутність дослідження.** В умовах жорсткої конкуренції, яка панує на ринку сьогодні, важливість людського фактора зростає, а саме підходів до вірного мотивування персоналу. У століття нових технологій дуже

важливо стимулювати своїх співробітників для створення нових приладів. Ефективне використання людських ресурсів вимагає застосовування різноманітних способів мотивації.

Мотивування людини виступає складним процесом через, те що всі люди різні, але вони мають схожі потреби. В кожного переважає та чи інша потреба або мета, тобто не можливо мотивувати всіх співробітників, тільки завдяки підвищенню заробітної плати. Для ефективно побудови системи мотивування необхідно визначити існуючі потреби та методи їх вирішення.

Найголовнішим фактором впливу на мотивування співробітників виступає визначення їхніх потреб. За А. Маслоу, людина має ієрархію потреб. В основі цієї ієрархії лежали насувні потреби (їжа, вода, житло), а на вершині, високі індивідуальні запити (визнання, самовираження). Автор цієї теорії вважає людину – твариною, яка спочатку вирішую найнижчі потреби, а потім концентрує свою увагу на тих, що стоять вище [3].

Аналізуючи інші потреби людей, можна виділити: потреба у професіональному рості, прагнення домогтися найкращого вирішення складних проблем, потреба у приналежності, прагнення впливати на поведінку інших.

Другим фактором, що впливає на мотивацію співробітників є сам співробітник. Бачення співробітника і менеджера відрізняються тим, що збоку менеджера прийняття певних рішень щодо мотивації є об'єктивними, а робітник вважає прийняття цих рішень необ'єктивними. При процесі мотивації кожного співробітника керівник повинен звернути увагу на:

- очікування співробітника (як багато хоче отримати людина, на скільки можливо для нього отримати те, що він хотів би отримати);
- як людина будує свої цілі, як вона їх конкретизує (при визначенні цілей потрібно звертати увагу на складність специфічність прихильність, прийнятність);
- як співробітник бачить процес мотивації (у цьому пункті потрібно уважно проаналізувати, як співробітник оцінює процес отримання бонусів, як він порівнює отримання бонусів колегою, як він реагує на заходи і методи прийняті для мотивації у компанії) [1].

Фактором мотивації виступає система стимулювання праці. Висока роль індивідуальних заходів матеріального і морального стимулювання до високопродуктивної праці. У двадцять першому столітті активно застосовують такі методи: ставка заробітної плати, бонусні виплати, участь в акціонерному капіталі, медичне страхування, надання путівок на відпочинок. Не менш важливе значення відіграє нематеріальна мотивація. Вона спрямована на підвищення лояльності співробітників [4].

Новим засобом удосконалення мотивації праці виступає мотивація вільним часом, або модульна система компенсації вільним часом. Унікальність цього методу полягає в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як заведено в традиційній системі [5].

Формуючи систему мотивації на підприємстві необхідно додавати нові методи мотивації, які активно використовуються у світі. Практика мотивації в закордонних компаній включає: свободу діяльності менеджерів,

створення сприятливих перспектив, використання тарифної системи оплати праці, погодинна форма оплати праці. В останні роки корпорації почали застосовувати модель матеріального стимулювання. Новітність цієї теорії полягає у тому, щоб застосовувати моделі компенсаційної праці.

Серед методів нематеріальної мотивації слід використовувати:

- наділення працівників повноваженнями при проведенні заходів;
- постановка перед працівниками чітко сформульованих і досяжних цілей;

- систематичний аналіз успішно досягнутих працівниками цілей;
- публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами;
- створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підбивання підсумків змагання [2].

**Основні висновки.** Потреби постійно змінюються, тому не можна розраховувати, що мотивація, яка спрацювала один раз, знову буде ефективною. Без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності роботи досягнути неможливо. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим чинником конкурентоспроможності та стійкого функціонування підприємства. Сучасний керівник повинен враховувати всі фактори, щоб забезпечити успішну роботу підприємства.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Виханський О. С., Наумов А. І. Новітній менеджмент менеджмент . *Національний університет Московський державний університет'* .2004. С.131-145.

2. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства. Науковий посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: НМЦ, «Укоопосвіта», 2000. 268 с.

3. Психологія: підручник / Ю. Л. Трофімов, В. В. Рібалка, П. А. Гончарук та ін.; за ред. Ю. Л. Трофімова. К.: Вид-во «Либідь». 1998. 150 с.

4 .Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав, 2003. 608 с.

5. Черкасов В. В., Платонов С. В., Третяк В. И. Управлінська діяльність менеджера. Основи менеджмента: підручник. К.: Ваклер, ХОУП, 1998. 470 с.