

вихід на максимальний рівень прибутку. В умовах сьогодення більшість фахівців вважає, що формулою успіху є людські ресурси, тому їх цінність невпинно зростає щодня. Відповідно, система управління персоналом постійно змінюється, витісняючи стереотипи.

Необхідне постійне вдосконалення процесів ефективного управління персоналом на основі впровадження наукових методів, передових технологій кадрової роботи, стандартизації та уніфікації кадрової документації, застосування технічних засобів. На підприємствах постійно мають упроваджувати інноваційні підходи до оцінювання ефективності управління персоналом залежно від способу досягнення економічного ефекту виробничої діяльності.

Література: 1. Ліманський А. Організаційно–економічні механізми підвищення ефективності промислових підприємств в умовах трансформації та євроінтеграції / НАН України ІРД. – Львів, 2003. – 520 с. 2. Михайлов С.І., Ярова В.В., Заєць Г.В. Економіка аграрного підприємства. – К.: УЦДК, 2004. – 396 с. 3. Маркетингова інформаційна система як ефективний інструмент управління розвитком потенціалу суб'єктів господарювання в сучасних умовах / М. М. Єрмошенко, Л. М. Ганущак–Єфіменко // Науковий вісник Чернівецького університету : збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 623–626 : Економіка. – С. 174–178.

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Касперович Ю.,

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Науковий керівник, к.е.н., доц. Н.А. Крахмальова

Продуктивність праці – це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції. Зростання продуктивності праці означає збільшення кількості продукції, виробленої за одиницю часу, або економію робочого часу, витраченого на одиницю продукції.

Для досягнення сучасного рівня продуктивності праці, велику роль грають безліч факторів: матеріальні, технічні, трудові, фінансові. Всі ці фактори, повинні бути комплексно враховані керівниками для створення стратегії перспективного та успішного виробництва.

Керівники мають вимагати від своїх працівників енергійних зусиль для досягнення організаційної мети. Для цього вони повинні задовольняти особисті потреби персоналу. Адже, в процесі мотивації відбувається, з одного боку, досягнення організаційної мети, а з другого – задоволення індивідуальних потреб.

Автоматизація виробництва забезпечується впровадженням верстатів–автоматів, автоматизованого устаткування, автоматичних систем виробництва. На підприємствах України відсоток ручної праці значний, особливо на допоміжних процесах – транспортних, вантажно–розвантажувальних, ремонтних, на контролі тощо.

Необхідно відзначити, що продуктивність праці робітників може коливатися в достатньо широкому діапазоні (за Робертом І. Ноланом від 50% до 135% у порівнянні із нормативом, причому 120% – рівень, на який орієнтує матеріальна мотивація; 135% продуктивність – досягається при максимальній напрузі сил працівниками). Таким чином, необхідне поєднання матеріальних та нематеріальних

стимулів, що забезпечують сучасні методи мотивації і стимулювання працівників, які успішно використовуються у світовій практиці.

Одну з провідних ролей у підвищенні продуктивності праці грає підвищення рівня автоматизації виробництва.

Підвищення рівня механізації виробництва здійснюється шляхом механізації ручних робіт, упровадження засобів малої механізації, комплексної механізації робіт на дільницях та в цехах.

Однак навіть при найкращій організації провідна роль у прогресі продуктивності праці на підприємстві належить трудовому колективу: виробничому і невиробничому персоналу. Саме цим людям краще за всіх видно невикористані можливості «свого» підприємства. Відповідно, їх слід зацікавити у партнерській співпраці з керівництвом компанії: відшукувати резерви для підвищення продуктивності праці: нарощувати обсяги виробництва, економити витрати, зменшувати трудомісткість

Мотивація – це сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів, які змушують індивідуума поводитися доцільним або необхідним чином.

Метод культивування цінностей націлений на слідування людиною певних еталонів праці. В цьому випадку на початкових етапах мотивування необхідно акцент робити на тому, що погано працювати соромно, а хорошу роботу підносити як особистісну гідність людини, яка викликає пошану оточуючих. Визнання за хороші показники продуктивності праці може бути особистим і публічним. Суть особистого визнання у тому, що працівники, які особливо відзначилися, згадуються у спеціальних доповідях вищого керівництва організації, видаються працівникам, їх персонально вітає адміністрація з нагоди свят і сімейних дат. В Україні широкого поширення метод особистого визнання не набув. Публічне визнання знайоме нам набагато краще.

Цілісний підхід до питання справедливості винагороди за працю вимагає єдності зовнішньої (рівень винагороди робітників підприємства відповідає ринковому рівню) і внутрішньої (повністю прозорий і об'єктивний розподіл зарплати і додаткових видів винагороди усередині компанії і вплив результатів праці кожного співробітника на його індивідуальну винагороду) справедливості винагороди.

Представники вищої ланки управління обов'язково повинні особисто брати участь у заохоченні співробітників, регулярно відвідувати підрозділи, хоча б по телефону контактувати з передовиками. Тільки в цьому випадку система заохочення буде дієвою.

Перевага системи *broadbanding compensation* ("широкосмугова система винагород") полягає в скороченні тарифних рівнів і розширенні їх внутрішніх діапазонів. Більш того, ця система може допомогти диференційовано оцінювати працю робітників, навіть якщо вони посідають рівні по значущості посади.

Необхідно згадати ще одну форму мотивації, яка по суті об'єднує в собі всі розглянуті вище. Йдеться про просування на посаді, яке дає і більш високу заробітну плату (економічний мотив), і цікаву і змістовну роботу (організаційний мотив), а також відображає визнання заслуг та авторитету особистості шляхом переведення в більш високу статусну групу (моральний мотив).

У той же час цей спосіб мотивації є внутрішньо обмеженим: в організації не так багато посад високого рангу, тим більше вільних; не всі люди здатні керувати і не всі до цього прагнуть, а крім усього іншого, просування по службі вимагає підвищених витрат на перепідготовку.

Для деяких працівників завдання повинне містити відому частку ризику і можливість домогтися успіху. Присутність виклику, забезпечення можливостей кожного на своєму робочому місці показати свої здібності, виразити себе в праці, в його результатах, мати докази того, що він може щось зробити, причому це «щось» має отримати ім'я свого творця. Наприклад, відзначилися працівники отримують право підписувати документи, у розробці яких вони брали участь, що дає їм можливість відчути свою значимість.

Потрібно мати на увазі, що перераховані організаційні та морально–психологічні чинники мотивують неоднаково залежно від часу перебування на посаді, і після 5 років жоден з них не забезпечує мотивацію в належним чином, тому вдовolenня роботою падає.

Використання в Україні напрацьованих методів з досвіду успішних іноземних компаній, підвищення продуктивності виробництва і стимулювання працівників до більш якісної роботи вимагає продуманості, бо пряме їх запозичення навряд чи одразу дасть бажані результати.

Отже, для того щоб робота приносила задоволення, керівники повинні обирати методи стимулювання персоналу індивідуально для кожного працівника чи підрозділу

Знання гендерних відмінностей в побудові кар'єри дозволяє ефективно впливати на мотивацію персоналу, а застосування індивідуального підходу є не менш ефективним в передбаченні очікувань працівників і діагностиці їх психологічних типів.

Література: 1. Качан Є.П. Економіка праці та соціально–трудова відносини: Навч.–метод. посібник. / За заг. ред. проф. Качана Є. П. – Тернопіль: ТДЕУ, 2006. 139–140 с. 2. Мельник Л.Г., Корінцева О.І., Ілляшенко С.М., Мішенін Є.В., Балацький О. Ф. Економіка підприємства: Підручник/ Л.Г. Мельник, О.І.Корінцева, С.М. Ілляшенко, Є.В. Мішенін, О.Ф. Балацький та ін. – Суми,: ВТД “Університетська книга”, 2004.– 648с. 3. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська; – Житомир, 2000. – 336 с. – Бібліогр.: с. 329–330 4. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник./ Саєнко М.Г. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО БІЗНЕС–СЕРЕДОВИЩА

Давуд А.Д.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Науковий керівник к.е.н., доц. Лісун Я.В.

Сучасні умови конкуренції та інтеграція в європейське співтовариство обумовлює потребу у формуванні дієвої стратегії розвитку організації. Бізнес та підприємництво як види економічної діяльності людини відбуваються в двох взаємопов'язаних сферах: організаціях, які виробляють та продають товари чи послуги, та зовнішньому середовищі, яке створює умови та можливості для організації в проведенні цієї діяльності. Місцем їх складної взаємодії є ринкове бізнес–середовище.

Реакцією на зміну умов функціонування підприємств, що орієнтувались на виробництво, є нова система управління, яка поєднує в собі відоме тактичне