

3. Моргун О.В. Напрями розвитку молочної галузі та молокопереробної промисловості / О.В. Моргун // Економіка АПК. – № 7. – 2009. – С. 62-66.
4. Шубравська О.В., Сокольська Т.В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи / О.В. Шубравська, Т.В. Сокольська // Економіка і прогнозування. – № 2. – 2008. – С. 80-94.
5. Анищенко Н.И. Управление инвестиционной деятельностью молокоперерабатывающих предприятий [Текст] / Н.И.Анищенко, Н.А.Пахолков, И.В.Неспанова // Молочная промышленность. – 2007. – № 7. – С. 21-23.

ЗНАЧЕННЯ ТА СТРАТЕГІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Є.А. Бельтюков, д.е.н., професор

С.С. Чеботар, студент

Одеський національний політехнічний університет

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринковій економіці необхідно не тільки впроваджувати інноваційну техніку і технологію, а й застосовувати систему стимулювання праці, яка спонукає персонал до творчої, ефективної праці. Тому на сьогоднішній день перед фірмами, котрі націлилися на інноваційний розвиток і хочуть отримувати стабільний прибуток, при цьому впевненими кроками рухатися в майбутнє, постає актуальна проблема стимулювання свого кадрового потенціалу [1].

Якщо на підприємстві система стимулювання не розроблена і не впроваджена, не можна розраховувати на тривале виживання підприємства в ринкових умовах. Працівник повинен бути впевнений, що його праця, що забезпечує виживання підприємства, буде гідно винагороджено. Система мотивації праці повинна постійно вдосконалюватися у ринкових умовах, враховувати психологічні фактори в поведінці працівника, соціальну атмосферу в структурі колективу, визначати цілі і завдання системи стимулювання праці.

Стимулювання виконує економічну, соціальну і моральну функції.

Економічна функція виражається в тому, що стимулювання праці сприяє підвищенню ефективності виробництва, яке виражається в підвищенні продуктивності праці і якості продукції.

Моральна функція визначається тим, що стимули до праці формують активну життєву позицію, високоморальний клімат у суспільстві. При цьому важливо забезпечити правильну і обґрунтовану систему стимулів з урахуванням традиції та історичного досвіду.

Соціальна функція забезпечується формуванням соціальної структури суспільства через різний рівень доходів, який в значній мірі залежить від впливу стимулів на різних людей. Крім цього формування потреб, а в

результаті і розвиток особистості зумовлюються формуванням і стимулюванням праці в суспільстві [4].

Світовий досвід показує, що ефективність системи стимуляції досягається за рахунок збільшення частки мотиваційних заохочень в загальному обсязі оплати праці. Така система сприяє активній участі працівника у функціонуванні підприємства, психологічних мотивів підвищення продуктивності та якості праці, так як враховує бажання, потреби і власні цілі працівників.

Стимулювання підрозділяється на матеріально-грошове і духовно-моральне, індивідуальне та групове.

Матеріально-грошова винагорода – це заохочення за індивідуальні результати, які досягнуті в сфері, що не охопленої заробітною платою. Якщо заробітна плата періодично збільшується у зв'язку з інфляційними процесами, то матеріально-грошове заохочення виплачується тільки в разі індивідуального впливу працівника на ефективність виробництва. Розмір цієї винагороди повинен відповідати отриманому економічному ефекту.

Матеріально-грошове заохочення тісно пов'язане з духовно-моральним, оскільки підвищення розміру матеріально-грошової винагороди підвищує не тільки матеріальний добробут працівника, але і його цінність для підприємства і соціальний статус. Тому авторитет працівника можна оцінити в грошовій формі. Але основна цінність моральних стимулів полягає в суспільному визнанні працівника, створенні здорової морально-психологічної обстановки в колективі.

Правильне поєднання матеріально-грошових і духовно-моральних стимулів сприяє створенню найбільш ефективної системи мотивації праці. Це поєднання досягається урахуванням індивідуальних особливостей працівника, його кваліфікації, освіти, психотипу і т.д.

Сучасні економісти віддають перевагу груповому стимулюванню, яке сприяє створенню колективу підприємства, що діє на принципах взаємодопомоги, колективної відповідальності за результати праці, взаємозамінності, групового творчості.

Але при груповій формі стимулювання викликає утруднення оцінка частки внеску кожного працівника в результати діяльності колективу. Тому визначити розмір винагороди працівника при індивідуальному стимулюванні простіше, ніж при груповому [2].

Сучасні підприємства практикують різноманітні стратегії при стимулюванні робітників. Деякі з них для прикладу наведені нижче.

Стимулювання інновацій. Інноваційно орієнтовані компанії, крім того, приділяють велику увагу організації стимулювання творчості. Так, наприклад,

ІВМ заохочує раціоналізаторські пропозиції, які знаходять застосування. Якщо пропозиція приймається, його автор отримує 25% загальної суми економії протягом двох років після його впровадження.

Оплата за кваліфікацію. Американські фахівці розробили систему оплати праці, яка отримала найменування «оплата за кваліфікацію» (ОЗК). Суть цієї системи в тому, що рівень оплати залежить не тільки від складності виконуваної роботи, а й від набору спеціальностей, який працівник здатний використовувати у своїй діяльності. В даному випадку платять не за те, що він робить, а за те, що він знає. Оплачується не сама праця, а ріст кваліфікації і в першу чергу число освоєних спеціальностей.

Участь працівників у прибутку. Під системами участі працівників у прибутку компанії розуміється поділ між ними і компанією додаткового прибутку, яка була отримана в результаті підвищення продуктивності або якості. При цьому розглядається продуктивність всього підприємства або виробничої ділянки, тобто групова або колективна ефективність, і преміювання всіх працівників, а не обраних [3].

Матеріальні і духовні потреби людини змінюються в умовах еволюції суспільної системи, відповідно змінюється і мотивація праці працівника на підприємстві. Тому система мотивації праці також повинна періодично вдосконалюватися з урахуванням зміни умов функціонування підприємства.

Підприємство в праві обирати самостійно стратегії стимулювання робітників, але воно повинно пам'ятати, що це дуже важливий фактор, що показує ефективність управління підприємством.

Література

1. Мотивація і стимулювання трудової діяльності: підручник / А. Я. Кибанов, І. А. Баткаєва, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева; під ред. А. Я. Кибанова. – К.: Знання, 2010. – 524 с.
2. Горгорова В.В. Мотивація персоналу, стратегія мотивації, матеріальне стимулювання, нематеріальне стимулювання, ефективність мотивації персоналу / В.В. Горгорова, Л.А. Кобіна // Інженерний Вісник. – 2013. – Т. 27, № 4. – С. 236.; Те ж [Електронний ресурс]. – Режим доступу <<http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n4y2013/2115> (25.05.2015).>
3. Мотивація і стимулювання трудової діяльності: підручник: для студ. вищ. навч. закладів, що навчаються за спец. «Менеджмент організації», «Управління персоналом» / А. Я. Кибанов [и др.]; під ред. А. Я. Кибанова. – К.: Знання, 2012. – 523 с.
4. Шапіро С.А. Механізм формування ефективної матеріальної мотивації персоналу / С.А.Шапіро // Путівник підприємця. – 2011. – № 11. – С. 275-283.