

Список використаних джерел

1. *Методи управління ризиками енергопостачальної компанії: монографія / В. Я. Брич, О. Л. Шпак, З. І. Домбровський, А. М. Тибінь, М. З. Домбровський; ред.: В. Я. Брич; Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – 304 с.*

2. *Брич В., Артемчук Т. Проблеми трансформації підприємств природних монополій енергетичної галузі та напрями їх вирішення/В.Брич, Т.Артемчук// Бізнес інформ.– 2016.– №4.– С.156-161*

Андрій БАХІВСЬКИЙ

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Дяків О. П.

Тернопільський національний

економічний університет

МЕНЕДЖЕР ХХІ СТОЛІТТЯ

ХХІ століття вносить суттєві зміни у виникнення нових технологій, комунікаційних досягнень науки, що своєю чергою, перетворюють більшість здобутків сучасного менеджменту в ті форми управління, які здатні функціонувати в умовах безперервних змін і мати змогу оптимально реагувати на швидкозмінні вимоги часу. Активність та успіх діяльності будь-якої організації залежать від роботи керівника. Нині менеджмент як вид професійної діяльності й така професія як менеджер – об'єктивна необхідність сучасного етапу розвитку суспільства. Ефективна праця менеджера – це загальний комплекс науки і мистецтва, тісне поєднання майстерності, якому потрібно вчитися, і таланту організатора та лідера, з яким потрібно народитись і який потрібно розвивати та вдосконалювати.

Результати ефективної діяльності лідера полягають в об'єднанні працівників у їхній спільній діяльності. Лідер має знати проблеми в організації, вміти володіти ситуацією, приймати рішення, перебирати відповідальність, робити правильний вибір (людей, проблем, першочергових завдань). Одночасно лідер повинен уміти задовольняти інтереси працівників, не виходячи за межі правових та цивільних норм і не протиставляти їх своїм бажанням. На стосунки з колективом і авторитет лідера впливає особистий стиль його поведінки (авторитарний або демократичний) [2, с. 49].

Сучасний лідер повинен бути не тільки ефективним, а й конкурентоспроможним. Тобто, володіти як професійними якостями, так і особистими. Крім того, сучасний лідер – це людина, спроможна генерувати ідеї та постійно прагнути до чогось нового. Зовсім не випадково дослідження західних економістів показали, що тільки 6 – 8% населення можуть бути підприємцями.

Генрі Форд, звичайно, ризикував, коли освоював виробництво автомобіля і спускав на нього ціну, поступово зрівнюючи з найдешевшими в Америці. При цьому заробітна плата працівників на його заводах була найвищою. А фірма більше 20-ти років залишалася лідером автомобільної промисловості США.

Сучасний менеджер постійно займається саморозвитком і сприяє розвитку підлеглих. Це можливо за допомогою коучингу. Коучинг розкриває потенціал людини, підвищує її ефективність. Коучинг не навчає – він допомагає вчитися. Тлумачення цього терміна, яке запропонував Майлз Дауні, найкраще відповідає сучасним вимогам менеджменту. Суть його полягає в тому, що «коучинг – це мистецтво сприяти покращенню результативності, навчання і розвитку людини» [3].

Розглянемо модель сучасного конкурентоспроможного менеджера з трьох позицій:

- як менеджер – має бути професійно компетентним, уміти приймати рішення, бути юридично підкованим, гуманним, уміти вести документацію, бути дисциплінованим та контролювати себе в будь-яких ситуаціях;
- як лідер – бути рішучим, цілеспрямованим, мати силу волі, вміти переконувати, брати відповідальність;
- як підприємець – нестандартно мислити, вміти ризикувати, бути азартним, мобільним, «гнучким», порядним, розвивати себе та підлеглих [1].

Таким чином, конкурентоспроможний менеджер – це менеджер, який володіє яскраво вираженими лідерськими якостями та якостями підприємця, спроможний постійно навчатись і розвиватися.

Менеджмент – це наука і мистецтво. Мистецтво, тому що великій кількості тих навичок, які необхідні менеджеру неможливо навчитися, читаючи найрозумніші книги. Бо тут потрібна ще й практика. Проте це і наука, бо доводиться мати справу з великою та постійно поповнюваною базою знань і даних про процес управління й методи підвищення ефективності роботи організації. Тому менеджер повинен мати не тільки відповідну освіту, але й досвід практичної роботи, вміти поєднати науку з мистецтвом управління.

На даному етапі трансформації економіки на основі ринкових відносин одним з головних напрямків у менеджменті є вироблення нових методологічних і технологічних концепцій щодо використання науки управління в практичній діяльності компаній. У XXI ст. менеджери повинні будуть покладатися в основному на людські та концептуальні навички, але застосовуватимуть їх по-новому. На зміну твердим графікам і правилам приходять робота в командах, безпосередні взаємодії, перманентні інновації, безупинне навчання й удосконалювання.

Менеджери трансформуються у партнерів, помічників своїх колег та підлеглих, вони змушені вміти допускати ризик та сприяти розвитку здібностей і раціональному використанню енергії своїх співробітників.

У нинішніх умовах, умовах зростаючого інтересу до менеджменту, насамперед як науки й практики управління, виникає потреба не тільки в узагальненні та систематизації знань про методи керівництва організаціями, а й у передачі накопиченого досвіду зростаючих керівників та підприємців.

Список використаних джерел

1. Друкер П. Ф. Завдання менеджменту в XXI столітті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-consepr.ru>.
2. Дяків О. П. Структура лідерських компетенцій менеджера / О. Дяків, С. Прохоровська // Міжнародна науково-практична конференція «Управління

персоналом у XXI столітті: кадрова політика, мотивація, оплата праці» // Науковий вісник ПУЕТ № 6 (62) Полтава: ПУЕТ, 2015. – С. 48–55.

3. Майлз Дауні. Ефективний коучинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sapanet.ru/Lab_Dauni.pdf.

Віталій БАЩУК

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Кондрацька Л. П.

Тернопільський національний

економічний університет

МОТИВАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

В умовах ринкової економіки відносини між персоналом підприємства і його керівництвом будуються на новій основі. Мета керівництва – успіх на ринку і, відповідно, одержання прибутку. Мета персоналу підприємства – одержання матеріальної винагороди і задоволення від роботи. У знаходженні компромісу між очікуваннями персоналу підприємства та його керівництва і є суть стимулювання персоналу. З розвитком соціальних відносин у суспільстві змінюються й потреби персоналу підприємства. У сучасній економіці крім матеріального фактора велике значення мають моральні стимули.

Термін «мотив» в економічній літературі трактується по-різному, але найчастіше як усвідомлене спонукання особи до дії. Найбільш плідним поглядом на сутність мотивів є той, де мотив розглядається у контексті відображення вияву потреб. У свою чергу, потреби – це відчуття фізіологічного, соціального чи психологічного дискомфорту, нестачі чогось; це потреба у чомусь для створення і підтримки нормальних умов життя і функціонування людини. Правомірним є трактування потреб як стану нерівноваги, дефіциту, на усунення якого спрямовані дії людини.

Базовим у теорії мотивації є поняття «стимул», яке можна визначити як зовнішнє спонукання, що має цільову спрямованість. Стимулювати – означає спонукати до цільової дії, давати поштовх ззовні.

Мотиви і стимули спонукають до дії і це їх об'єднує. Відмінності між ними залежать від факторів, які визначають причини, що спонукають до дії. Стимул зумовлюється інтересом, який виступає як форма реалізації потреб, тобто інтерес – це конкретизовані потреби. Основу мотиву може складати як інтерес (вигода, підвищення по службі), так і адміністративне рішення (наказ, розпорядження) чи інша причина (відчуття обов'язку, страху, відповідальності). Тому поняття мотиву є ширшим від поняття стимулу. Перше включає в себе друге як основну складову частину. Стимул перетворюється на мотив лише тоді, коли він усвідомлений людиною, сприйнятий нею.

Відносно змісту мотивації єдності поглядів немає. Наприклад, О.С. Виханський та А.І. Наумов визначають її як силу, яка спонукає працівника до дії. При цьому залишаються поза увагою шляхи досягнення людської активності. Інші вчені вважають мотивацію процесом управлінської діяльності, спрямованої на стимулювання працівників для досягнення цілей підприємства