

## Використані джерела

1. Колесник Т.М. Аналіз факторів впливу на управління конкурентоспроможністю організації. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 408-414.
2. Мультимедійна платформа іномовлення України «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3291475-za-piv-roku-ukraina-importovala-molocnoi-produkcii-na-165-miljoniv-ekspert.html>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Софія Гірська

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри

менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Острозького В.М.)

## ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для того, щоб підприємство ефективно здійснювало свою діяльність на ринку господарювання, необхідно створити сприятливий мотиваційний механізм. Мотиваційний механізм – це сукупність організаційно-економічних, матеріально-технічних та інших інструментів та методів, що спонукають працівників підприємства ефективно виконувати трудову діяльність. Даний механізм реалізується через призму інтересів та стимулів.

Для того, щоб розуміти сутність мотиваційного механізму необхідно, насамперед, визначити, що таке мотивація. І. П. Булеєв, досліджуючи питання мотивації праці, дійшов висновку, що «мотивація праці є складовою частиною господарського механізму, включає економічне стимулювання і відповідальність, соціально-психологічні чинники. Мотивація праці спирається на інтереси, виражає систему інтересів, в яких, в умовах різноманіття форм власності і товарно-грошових відносин стає інтерес індивідуума (особистий, груповий). За допомогою економічних важелів, а в ряді випадків й адміністративних методів, держава прагне до односпрямованості особистих, групових, колективних інтересів та інтересів суспільства» [2, с. 26-27].

Дослідження мотивації праці ґрунтується на основі категорії «потреби». Людина – це біологічно-соціальна істота, високоорганізована та здатна до саморозвитку, активно взаємодіє з факторами зовнішнього середовища та постійно потребує задоволення своїх потреб. Проте, важливо врахувати, що у кожної людини є власні потреби та пріоритети, що своєю чергою буде впливати на роботу, яку вони будуть виконувати. Різниця у потребах людей залежить від того, якій із типу мотивації вона надає перевагу матеріальній чи нематеріальній.

Варто зауважити, що більша частина людей поновлює свої потреби, водночас, при цьому вони можуть змінювати форму прояву та рівень вагомості. Люди по-різному реагують на свої потреби – шляхом стимулювання, задоволення або не реагують на них. Вагома роль потреб відображається в тому, що вони стимулюють людей до дії, тобто обумовлюють зацікавленість у певній цільовій діяльності. Тобто, у людини виникає мотив до певної поведінки. Важливим аспектом є зворотна реакція від роботодавця – мотивація. Тобто, за умов виконання певного завдання працівником, він отримає визначене благо, яке дасть змогу задовольняти потреби цього працівника.[1]

Система мотивації структурно поділяється на матеріальну та нематеріальну складову. Матеріальна мотивація – це прагнення працівника до зростання добробуту, досягнення певного стандарту життя. Реалізація матеріальної мотивації на підприємстві нині є однією з важливих проблем, на вирішення якої мають бути спрямовані продуктивні зусилля науки і господарської практики.

Ідентифікація чинників, які визначають рівень матеріальної мотивації є важливою при формуванні внутрішнього механізму мотивації праці. Практичні заходи щодо реалізації нових резервів підвищення ефективності трудової діяльності персоналу безпосередньо пов'язані з гуманізацією праці. Саме остання, як свідчить досвід провідних підприємств, нині є основною ланкою нематеріальної мотивації праці.

Гуманізація праці забезпечує:

- 1) змістовність праці персоналу, яка відповідає кваліфікації працівників, структури та ієрархії їхніх потреб і мотивів;
- 2) пристосування матеріально-технічної бази виробництва до людини з метою забезпечення ергономічності умов виробництва;
- 3) створення належних та відповідних норм праці;
- 4) активну участь персоналу у вирішенні завдань виробничо-господарського характеру, залучення працівників до процесу прийняття рішень.

Ефективний мотиваційний механізм повинен ґрунтуватися на діючій системі матеріального і нематеріального стимулювання, відповідати стратегії розвитку підприємства, забезпечувати баланс інтересів працівників і підприємства, спрямовувати зусилля на досягнення визначених цілей [3].

Вплив підприємства на мотивацію працівника відбувається шляхом оцінки його трудової діяльності та виплати справедливої винагороди. Мотиваційний механізм можна вважати ефективним тоді, коли буде врахована специфіка діяльності підприємства і використані ті методи мотивації, які найкраще підійдуть у теперішніх умовах господарювання.

Важлива роль у формуванні ефективного мотиваційного механізму на підприємстві належить відділу персоналу, у функції якого входить виявлення окремих мотиваційних чинників та визначення їхнього впливу на діяльність персоналу підприємства, а також проведення мотиваційного моніторингу, який дасть змогу оцінити систему мотивації та її вплив на результати діяльності працівників, підрозділів та підприємства загалом.

Таким чином, мотиваційний механізм на підприємстві являє собою сукупність інструментів та способів впливу на персонал з метою досягнення цілей мотиваційної політики. Мотиваційний механізм повинен враховувати потреби, інтереси працівників, а також існуючу структуру управління персоналом підприємства, та чинники, що впливають на діяльність підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Данилюк О.С. Формування мотиваційного механізму на підприємстві URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/87.pdf>
2. Захаров, Н. Мотивация «против» стимулирования [Текст]. *Соц. труд.* 1991. № 11. С. 90-97.
3. Причепя І. В., Яворська К. Л. Формування мотиваційного механізму стимулювання персоналу промислових підприємств за сучасних умов господарювання. *Ефективна економіка.* 2019. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.57> (дата звернення: 24.12.2019).

Горбачук Світлана, Малосілов Олександр  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: д.е.н., професор, професор кафедри економіки та економічної теорії ЗУНУ Длугопольський О.В.)

## ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ключовими чинниками, що визначають цілі й засоби досягнення цілей інноваційної стратегії в рамках її реалізації є [1]:

– баланс між продукцією, що випускається, і технологічними можливостями підприємства, що визначає межу варіантності підприємства в умовах зміни зовнішнього навколишнього середовища, а також можливість задоволення потреб споживача з необхідним рівнем якості;

– баланс між фундаментальними і прикладними науковими розробками, що визначає реальні ключові компетенції, які можна здійснити в доступному для огляду майбутньому;