

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1989. — 736 с.
2. *Пунин Е. И.* Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях в условиях рыночной экономики. — М.: Международные отношения, 1993. — 109 с.

Л. Є. Сухомлин, канд. екон. наук, наук.співр., м. Київ
І. В. Степанова, канд. екон. наук, доц., м. Херсон

МОТИВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Протиріччя у нових реаліях господарювання акціонерних підприємств викликає потребу переосмислити методичні основи розбудови сучасних механізмів стимулювання трудової активності персоналу.

Метою статті є визначення можливостей впливу зв'язків і відносин на ефективність роботи найманих працівників та результати виробництва. Проведення комплексного аналізу існуючих підходів щодо механізмів мотивації і стимулювання трудової діяльності в умовах корпоративної форми власності дозволяє визначити сутність та основні елементи мотиваційного механізму найманої трудової діяльності в умовах корпоративних підприємств.

Розвиток нових управлінських технологій вимагає посилення мотиваційних основ забезпечення балансу між інтересами власників корпоративних підприємств, персоналу, споживачів та інших учасників сумісної діяльності, які хотіли б зберегти або досягти бажаних результатів. Особливо важливе розуміння індивідуального способу дії кожного учасника й можливостей колективного рішення завдань. Окрема особа або група, що має значний вплив на бізнес-процеси, може зробити істотний вплив на результати діяльності організації, якщо створені й успішно реалізуються необхідні важелі й стимули.

У принципі інтереси розглядаються як сфера мотивів, що спонукують до дій, які переважно необхідно зберегти, захистити й, в остаточному підсумку, досягти. При цьому передбачається, що зовнішнє, а часом і внутрішнє, ділове середовище, виходячи з розбіжності з установками (цілями), роблять нечіткою структуру мотивів і тому організація (індивід) готова до захисту або атаки для збереження або поліпшення своїх досягнутих або бажаних позицій.

Існує багато можливостей визначити й проаналізувати, як ці інтереси переслідуються й захищаються. Особливо важлива для розуміння способів дії в організаціях можливість сприймати інтереси як три зв'язані один з одним завдання узгодження й регламентації.

Між цілями й інтересами розташовується особлива взаємозв'язана верства виробничих відносин — економічна відповідальність. У фактори формування економічних інтересів входять крім виробничих відносин, економічної відповідальності й потреб ще й свідомість як певне відбиття в людському мозку сприйнятих потреб. Усякий прояв особистого інтересу навіть, якщо він не виступає в безпосередній формі колективного, здійснюється через прояв суспільних відносин.

Цілі організації проявляються в системі організаційно-розпорядницького впливу й відчутні виконавців, які у свою чергу утворюють деяке оточення, переслідуючи власні інтереси й мотивуючи свої дії. Подання, що організації є доцільними співтовариствами, у яких їхні члени прагнуть до досягнення спільних цілей, не завжди відповідає встановленню рівноваги інтересів. Особливо важлива можливість узгодження інтересів із завданнями організації.

Організація — це в значній мірі система знаходження та реалізації управлінських рішень. Тому окрема особа або група, яка значно впливає на окремі бізнес-процеси, може впливати і на ефективність управління діяльністю організації. Через контроль на системних границях виробничих і фінансових ресурсів особа може тривалий час управляти й справлятися з непередбаченими ситуаціями й залежностями. Управлінські технології, що використовуються в сучасних організаціях, здібні виконувати подібну задачу. Існуюча практика свідчить: ефективне використання людських ресурсів має необмежені ринкові можливості.

Н. А. Тяхтенко, канд. екон. наук, доц., зав.каф.

*Н. М. Дмитренко, аспірант,
Херсонський державний університет*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В РИНКОВІЙ СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Досвід зарубіжних країн доводить необхідність наявності в будь-якій національній економіці високорозвиненого та ефективного сектору малого бізнесу, так як саме він є тим самим локомотивом, який буквально тягне за собою економічний та соціальний