

4. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку : [монографія] / В.Г. Андрійчук. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. – 212 с.

5. Бугера С.І. Організаційно-правові питання реалізації сільськогосподарської продукції та забезпечення її якості / С.І. Бугера // Держава і право. Серія: Юридичні і політичні науки. – 2011. – № 54. – С. 452-457.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В ПЕРІОД КРИЗИ

ЛАБУНЬСЬКА А.А., РУЖИНСЬКА Ю.П.,

ХАРЧЕНКО А.Ю., СТУДЕНТИ*,

***ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

В наш час, в період подолання економічної кризи, для підприємств дуже важливо зберегти ефективність роботи персоналу.

Ми замислились над питанням, чи потрібно взагалі мотивувати працівників в період кризи? Адаже якщо дивитись на ситуацію з одного боку, співробітники зацікавлені в робочому місці, і якщо йому недовподобі те чи інше місце кожен має право звільнитися і знайти собі іншу, кращу роботу. Але завжди існує ризик не знайти роботу взагалі. Тому працівники думають: «Добре що в мене є хоч якась робота за яку мені платять гроші», ось така мотивація, точніше повна її відсутність [4].

У випадку відсутності достовірної інформації про реальну ситуацію на підприємстві та перспективах її розвитку, персонал опиняється залученим в обговоренні чуток і різноманітних інтерпретацій того що відбувається, це позначається на його роботі. Крім того, багато співробітників звільняються або збираються це зробити.

Тому одним з заходів кадровберігаючого підходу є роз'яснювальна робота з персоналом, відповідно до якої інформація для співробітників повинна містити [6]:

- характеристику ситуації, в якій перебуває підприємство;
- найбільш вірогідний варіант розвитку подій;

* Науковий керівник: *Островерх О.В., к.е.н., ст. викладач*

- заплановані заходи по подоланню кризи і очікувані результати від їх реалізації;
- роль співробітників в її успішній реалізації [1].

Необхідно мотивувати співробітників до подолання труднощів. Цінних працівників необхідно стимулювати як в період кризи так і у звичайний час, інакше такі робітники знайдуть краще місце роботи. Важливою складовою успіху і швидкого додання кризи на підприємстві є дружня команда кваліфікованих спеціалістів.

Лояльність співробітників до керівництва підприємства дуже важлива, в іншому випадку реалізація антикризових заходів може зустріти опір з їхнього боку. Істинна лояльність і згуртованість колективу навколо керівництва підприємства починається тоді, коли кожен співробітник розуміє, що керівництво підприємства і власник не перекладають на них весь вантаж втрат, поневірянь і злигоднів, що виникають у кризі, а все ділять зі своїми співробітниками, беручи на себе більшу частину[2].

Незважаючи на складнощі, що виникають на підприємстві в кризових ситуаціях, не слід відмовлятися від матеріального стимулювання персоналу, необхідно тільки переглянути розміри і критерії виплати премій.

Також, у кризовій ситуації не потрібно повністю відмовлятися від корпоративних заходів, присвячених святкуванню певних дат, адже це певною мірою зближає колектив. В будь-якому випадку керівник повинен показати працівникам, що разом вони - команда, де кожен з членів має право висловлювати власну думку, пропонувати певні ідеї щодо вирішення тих чи інших питань. Адже не тільки скорочення витрат та зосередженість на лідерах чи вузькопрофільних керівниках допоможуть встояти підприємству в період кризи. Кожен з працівників в будь-якому випадку має свою думку щодо діяльності підприємства та роботи керівників, але, як буває найчастіше, тримає все це при собі. Можливо хтось не помітний, який не має так званих «зв'язків» з тими, хто стоїть вище на посаді зможе проявити себе зовсім з іншого боку та запропонує один з методів вирішення подолання кризи [3].

На даний час, мотивація є досить популярним ремеслом, яке застосовують багато організацій. Для цього проводять співбесіди з працівниками, залучають до команди лідерів, які проводять тренінги з персоналом. Тобто керівництво намагається докласти якомога більше зусиль, для того, щоб кожен з членів персоналу повірив в себе і став

фахівцем своєї справи. Мотивувати можна як нематеріальним, так і матеріальним шляхами, для цього вводять до справи певні бонуси, які допоможуть працівникам краще зосереджуватися на роботі. Адаже чим сумлінніше ти її виконуєш, докладаєш більше зусиль та підприємство отримає з цього більше вигод, тим більшу заробітну плату можеш отримати.

Кращий спосіб мотивувати співробітників на більш ефективну та відповідальну роботу в кризовій ситуації - самому керівнику працювати більш ефективно і відповідально, прийняти на себе і усвідомити відповідальність за долі своїх підлеглих [5].

Зі сказаного вище можна зробити висновок, що мотивація є невід'ємною частиною діяльності підприємства, яке хоче не тільки подолати скрутний час, а й в майбутнього мати стабільність та розвиток. А кожен з працівників є ланкою єдиного, цілого та міцного ланцюжка, де кожна із частин є неповторною та необхідною.

Література.

1. Бурмистров А. Какие методы повышения мотивации персонала являются наиболее действенными? / А. Бурмистров, Н. Газенко // Управление персоналом. – 2002. – № 7. – С. 48-49.
2. Електронний ресурс. – режим доступу: http://stud.com.ua/21840/mededzhment/sotsialni_aspekti_nespromozhnosti Менеджмент, антикризове управління
3. Балабанова Л.В. Управління персоналом: [підручник] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Київ : ЦУЛ, 2011. – 467 с.
4. Управління персоналом: [навчальний посібник] / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 283 с.
5. Олійник С.У. Теорія та практика менеджменту персоналу: [підручник] / С.У. Олійник. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 376 с
6. Островерх О.В. Необхідність управління змінами в організації / О.В. Островерх, О.В. Родіонов // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – Випуск 172. – Харків: ХНТУСГ. – 2016. – С. 62-68.
7. Голованова Г.Є. Особливості системи мотиваційного менеджменту на кожному кар'єрному етапі працівника / Г.Є. Голованова, Н.М. Колпаченко, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 174. – С. 199-206.