

поточних та стратегічних цілей. В разі виявлення певних відхилень окремих ланок від поставлених цілей необхідно швидко вносити відповідні зміни в побудову структури управління.

Виходячи із сучасних вимог до організаційної структури, можна виокремити ряд основних властивостей, за допомогою яких можна успішно удосконалити існуючу організаційну структуру управління на підприємстві: оптимальність, оперативність, надійність, економічність, стабільність структури управління, гнучкість [5].

Отже, з метою вдосконалення організаційних структур підприємств в умовах нестабільної економічної ситуації можна запропонувати такі заходи:

1) чітко сформулювати мету, пріоритети розвитку, поточні та стратегічні цілі підприємства.

2) максимально спростити структуру управління (проте, це не означає максимальне її скорочення);

3) вдосконалення організаційної структури повинно відбуватись паралельно із розвитком підприємницької діяльності та із аналізом основних економічних показників діяльності підприємства.

Література.

1. Бондарчук Л.В. Удосконалення організаційної структури підприємства в системі ефективного менеджменту персоналу: [стаття] / Л.В. Бондарчук –Х.: ХГУ, 2008. – 4 с.
2. Христенко Л.М. Удосконалення оцінки ефективності управління підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економ. та управління під-ми” / Христенко Л.М. – К., 2008. – 20 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид. – К. : Вид-во КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Бобровник В.М. Теоретичні аспекти дослідження категорії «організаційна структура управління підприємством» [Текст] / В.М. Бобровник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – №2. – С. 166-170.
5. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства / В.І. Хомяков, І.В. Бакум. – К.: Кондор, 2007. – 400 с.



МОТИВАЦІЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

*Курган В.О., Романова Р.Р., Харківський національний технічний університет
сіського господарства ім. П. Василенка*

Науковий керівник – Калініченко С.М.

У сучасних умовах ринкової економіки та формування новітніх механізмів господарювання пріоритетом діяльності підприємств усіх галузей, зокрема і підприємств аграрного спрямування, стає вдосконалення управління діяльністю за рахунок активізації людського потенціалу.

Саме люди, їх прагнення до досягнення мети, навички, вміння, творчі здібності, культура та первинна система цінностей є основою ефективності будь-якої організації.

Не випадково сучасна теорія менеджменту, а також реальна світова практика успішних зарубіжних і вітчизняних підприємств свідчать про важливість і значущість "менеджменту людських ресурсів".

Тому, у сучасних реаліях, в умовах динамічних трансформацій та інновацій, управління персоналом головним чином впливає на ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств.

Враховуючи усе вище сказане, можна зазначити, що основною проблемою і завданням сучасного менеджменту є прийняття рішень, що сприяли б максимальному рівню реалізації потенціалу робітників, чого можна досягати за рахунок їх мотивації.

У системі менеджменту мотивація є важливою функцією, завданням якої є вивчення мотивів і особливостей поведінки персоналу [1]. Людина працює не лише для задоволення матеріальних потреб, але й для усебічного розвитку у соціальній, культурній, духовній сфері, тому і мотивація поділяється у відповідності на матеріальну та нематеріальну.

Звісно, заробітна плата у сільському господарстві є і ще тривалий час буде основним напрямом мотивування працівників, тому необхідно вміло і раціонально виділяти їй місце у загальній системі мотивації. Необхідно враховувати усі фактори при встановленні заробітної плати, в першу чергу те, що система оплати праці є досить складним процесом і не завжди твердження: «Чим більше коштів, тим краще мотивація», - правильні.

Велике значення у мотивуванні має надання робітникам самостійності, тобто свободи у вирішенні поставлених проблем. Отримання самостійності та прийняття на себе відповідальності є досить важливим фактором для працівників, які намагаються досягти успіху у кар'єрі. Саме на це звертається основна увага на сільськогосподарських підприємствах через необмежений доступ до вищого керівництва та повну самостійність у реалізації завдань.

Наступним мотивувальним аспектом у сільському господарстві є можливість виконання робіт, що потребують інноваційної діяльності. У процесі участі у проектах пов'язаних з інноваціями працівники виявляють креативність та неординарність у своїх ідеях.

Дуже важливим елементом нематеріального мотивування є доступ до інформації. На підприємствах, де інформація є доступною і зрозумілою, проходить безпосередньо через керівників, профспілкових представників у рамках зустрічей, нарад тощо, персонал більш відкритий і спрямований на активну роботу

За сучасних умов застосовують наступні методи нематеріальної мотивації працівників: сприятливий режим робочого часу, надання додаткового вільного часу, підкреслення важливої ролі працівника, розподіл влади, нагородження різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, перерозподіл робочого часу, покращення умов праці, планування кар'єри [2].

Відмітимо, що кожен із перерахованих методів має відмінні форми застосування та різні ступені ефективності в вітчизняних реаліях.

Більшість підприємств, що існують на сьогоднішній день у розвинених країнах, взяли до уваги важливість деполаризації капіталу. Тому, усе частіше зустрічається практика «розподілу влади». Даний метод полягає в тому, що компанію перетворюють в акціонерне товариство, а працівники отримують частину акцій. Відповідно рівень лояльності працівників і якість їх роботи підвищується [3].

Достатньо ефективною буває практика нагородження працівників різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань тощо. В окремих випадках навіть словесна похвала мотивує працівника до підвищеної працездатності.

Створення сприятливого психологічного клімату в колективі є важливим елементом управління, який достатньо складно забезпечити, оскільки він стосується відносин між людьми з різними типами характеру. Західні фірми з такими питаннями часто звертаються до професіоналів – психологів і спеціалістів по консалтингу.

Звичайно, умови праці також є не лише потребою, але й мотивом, який стимулює працювати з певною віддачею. Ця проблема особливого значення набуває в сільськогосподарських підприємствах України, де умови праці зазвичай є не досить задовільними.

Відчутно підвищує ефективність праці, особливо у сільському господарстві, контакт керівництва із сім'ями співробітників, повідомлення їм про успіхи працівників, поздоровлення зі святами, вирішення побутових проблем[4].

Стабільність зайнятості, чітка перспектива зростання — безперечно, пріоритетні потреби й мотивувальні чинники трудової діяльності.

Також керівникам слід звернути увагу на такі види нематеріальної мотивації працівників, як:

- переведення працівника на більш високу, престижну посаду;
- надання йому більшої самостійності у прийнятті рішень;

- покладення на нього більш складних задач, проєктів;
- забезпечення йому кращих умов, покращення робочого місця тощо;
- надання працівникам знижок на продукцію, яку випускає підприємство;
- надання кредиту на придбання житла, авто тощо [5].

Таким чином, у сучасних умовах рівень мотивації сільськогосподарської праці порівняно з провідними країнами світу знаходиться не на найвищому рівні. Керівники дотепер використовують традиційні методи стимулювання праці, які не відповідають вимогам ринкової економіки. На нашу думку, основним завданням для сільськогосподарських підприємств на сьогодні залишається формування цілісного механізму правильного застосування матеріальних та нематеріальних форм мотивації, їх пристосування до особливостей кожного окремого працівника. Адже тільки комплексне та правильне застосування усього спектра мотиваційних методів може забезпечити максимальне підвищення продуктивності сільськогосподарської праці.

Література.

1. Дудко В.Н. Мотивация персонала как одна из формул успеха современных компаний / В.Н. Дудко, Р.К. Шайдуллоев // Вісник Хмельницького національного університету. — Сер.: Економічні науки. — Хмельницький, 2008. — № 2. — Т. 1. — С. 124—126.
2. Комарова Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы / Н. Комарова // Человек и труд. — 1997. — № 10. — С. 90—92.
3. Колот А.М. Мотивация персонала: підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 345 с.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Вид. 2ге, [випр., доп.]. — К.: Видво "Академвидав", 2007. — 464 с.
5. Линдюк А.О. Сучасні проблеми мотивації сільськогосподарської праці / А.О. Линдюк, А.В. Нестерович // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка та менеджмент". — 2009. — Вип. 4 (35). — С. 20—26.



ІМІДЖ ТОП – МЕНЕДЖЕРА

**Курган В.О., Харківський національний технічний університет сільського господарства
ім. П. Василенка**

Науковий керівник – старший викладач Голованова Г.Є.

Імідж - це мистецтво управляти враженням.

Е. Гофман

Сучасний розвиток нашої держави характеризується функціонуванням різних організацій, діяльність яких визначається професіоналізмом топ-менеджера (керівника). Саме від рішення топ-менеджера залежить діяльність і процвітання всієї організації, тому кожний успішний топ-менеджер формує свій імідж, який дозволяє покращити репутацію організації та самого керівника.

Імідж топ-менеджера – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним в організації і очікуванням, які вимагаються від ідеального лідера[1].

Імідж керівника багато в чому залежить від того, як сприймають його ділові партнери, підлегалі, конкуренти. Тому, топ-менеджер великої компанії, повинен чітко визначати цілі, бути готовим до активного спілкування, бути переконливим і ефективним в діях. Від іміджу та репутації керівника безпосередньо залежить імідж самої компанії, що в свою чергу позначається на її фінансовому становищі.

Імідж топ-менеджера може бути позитивним, негативним і нечітким (завуальованим). Топ-менеджер будь-якої організації, як правило, прагне до створення позитивного особистого іміджу, негативний спосіб є винятком з правила, так як в даному випадку клієнт буде сумніватися, чи варто віддавати свої гроші за товар або послугу, вироблені компанією, керівник якої має