



Кількісна оцінка результатів реалізації інноваційної стратегії за запропонованими показниками повинна здійснюватись із мінімальною періодичністю один раз на квартал і максимальною – раз на рік. Якщо динаміка показників має позитивну тенденцію, то результати реалізації інноваційних заходів потрібно розглядати як ефективні. У разі погіршення показників необхідно провести факторні дослідження, що дозволять виявити причини негативних тенденцій.

Одним із основних факторів забезпечення стабільного економічного розвитку нашої країни є інноваційна діяльність підприємств. Тому важливими є вчасне виявлення проблем та розроблення дієвих інструментів їх інноваційного розвитку. Забезпечення інноваційної активності підприємств України повинно здійснюватися в комплексі національної інноваційної системи, створення високо-технологічних виробництв і промислового освоєння результатів науково-дослідних робіт.

*Наук. керівн. Ястремська О. М.*

**Література:** 1. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : монографія / М. П. Денисенко [та ін.] ; за ред. М. П. Денисенка, Л. І. Михайлової. – Суми : Університетська книга, 2008. – 1049 с. 2. Говоруха Ж. А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж. А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 8 (74). – С. 107–115. 3. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – Т. 3. – № 6. – С. 247–251. 4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Розвиток інноваційної діяльності та трансферу протягом 2008 – 2009 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/science/innovation>. 6. Про внесення змін до Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність" : Закон України від 01.12.1998 р. № 284-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 2 – 3. – С. 18–33. 7. Про концепцію науково-технологічного і інноваційного розвитку України : Постанова Верховної Ради України від 13.07.1999 р. № 916-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 37. – С. 770–776. 8. Кириченко Э. От "утечки мозгов" к "глобальному круговороту условий" / Э. Кириченко // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 10. – С. 3–11.

---

**Павлюк В. А.**

УДК [005.32:331.101.3](477)

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

*Анотація. Проаналізовано особливості стимулювання праці на підприємствах України, обґрунтовано, які стимули доцільніше використовувати на вітчизняних підприємствах. Досліджено шляхи розвитку та перспективи, які можуть бути досягнені за допомогою коректного стимулювання праці персоналу.*

*Анотация. Проанализированы особенности стимулирования труда на предприятиях Украины, определено, какие стимулы целесообразнее использовать на отечественных предприятиях. Исследованы пути развития и перспективы, которых можно достичь с помощью коректного стимулирования труда персонала.*

*Annotation. The features of labour motivation at enterprises of Ukraine are analysed. Appropriate incentives to be used at domestic enterprises are substantiated. Development trends and perspectives that can be achieved by using correct staff motivation are researched.*

*Ключові слова: стимулювання, організація, заробітна плата, процес, робітники, корпоративи.*

Сьогодні українське законодавство приділяє значну увагу питанням організації оплати праці. При цьому заробітна плата визначається як винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

За нових економічних умов, що сьогодні мають місце, в Україні набуває реального значення застосування зарубіжного досвіду матеріального стимулювання персоналу, який донедавна мав суто інформаційний, пізнавальний характер.

---

© Павлюк В. А., 2014



Окрім базових виплат, на підприємстві з метою заохочення працівників використовуються додаткові виплати, які компанія може робити виходячи з цілей, що закладаються в програму стимулювання праці. До працівників можуть застосовуватися будь-які заохочення за активну участь та ініціативу у здійсненні заходів щодо підвищення рівня безпеки та поліпшення умов праці.

Проблеми стимулювання праці були досліджені в працях багатьох вчених, зокрема: Балдіна І. В., Воробйова Є. М., Воротіна В. Є., Гаєвського О. А., Клімова М. А., Колот А. М., Грішнєвої О. А., Симоненко Н. Н., Осипова С. Л., Яковлевої Н. В., Яснікова Г. Є., Лукичева Л. І., Мурашової М. Р. та ін.

Метою даної статті є дослідження особливостей стимулювання праці персоналу на вітчизняних підприємствах.

Згідно з метою дослідження були визначені такі завдання:

- визначення суті та значення матеріального стимулювання праці в нових умовах господарювання;

- аналіз стимулювання праці на підприємствах України;
- наведення рекомендацій з удосконалення матеріального стимулювання працівників.

Предметом дослідження є теоретичні положення та методичні підходи до стимулювання праці персоналу підприємств з урахуванням матеріального аспекту.

Об'єкт дослідження – це процес стимулювання праці робітників на українських підприємствах.

В умовах становлення ринкових відносин України особливе місце в системі трудових відносин займають відносини зі стимулювання праці. Низька ефективність системи стимулювання праці в Україні зумовлена як наслідками довготривалої економічної кризи, так і прорахунками у здійсненні ринкових реформ, реформуванні політики оплати праці і доходів. У результаті виникли протиріччя між застарілими підходами у заохоченні персоналу підприємств до результативної праці і сучасними потребами виробництва в Україні.

Стимулювання праці – це, перш за все, зовнішнє спонукання, елемент трудової ситуації, що впливає на поведінку людини у сфері праці, матеріальна оболонка мотивації персоналу. Одночасно воно несе в собі і нематеріальне навантаження, що дозволяє працівнику реалізувати себе як особистість і як працівника одночасно [1, с. 17].

Стимулювання праці необхідно розглядати як систему економічних форм і методів спонукання людей до включення в робочий процес. Цілі стимулювання – збільшення трудової активності персоналу підприємств та організацій, підвищення зацікавленості в поліпшенні кінцевих результатів.

На жаль, у сучасних умовах на підприємствах України багато в чому втрачені такі стимули до роботи, які формують у людини почуття внутрішньої задоволеності (інтерес до самого процесу праці, причетність до спільної справи).

У ході створення на підприємстві системи стимулювання праці необхідно взяти за основу домінуючі мотиви трудової діяльності. Для наших співвітчизників у даний час головним мотивом є матеріальний фактор. Однак це не означає, що ефективність праці залежить тільки від нього; стимули до праці пов'язані в багатофакторну систему.

Основний принцип організації системи стимулювання в бізнесі – індивідуальний підхід до визначення розмірів матеріальної винагороди співробітників на основі системності, чіткого обґрунтування критеріїв та процедури оцінки результатів праці працівника і виконання ним своїх посадових обов'язків. При цьому важливо врахувати безліч чинників: підсумки результатів роботи підприємства в цілому; індивідуальний внесок конкретного працівника в досягнення кінцевих результатів роботи підприємства; ефективність, продуктивність і якість праці [2, с. 83].

На різних підприємствах у даний час розробляються свої системи критеріїв та показників для оцінки праці різних категорій співробітників. На погляд автора, кожному підприємству доцільно було б розробити власні кількісні нормативи і якісні характеристики за кожним із таких показників і критеріїв. Вони повинні враховуватися при оцінці ділових якостей і кваліфікації працівників, а також при вирішенні питання про оплату праці. Крім показників, загальних для всіх категорій працівників (рівень освіти, обсяг спеціальних знань, стаж роботи на даній або аналогічній посаді), рекомендується для кожної групи працівників передбачити особливі показники і критерії оцінки.

Важливим інструментом нематеріального стимулювання виступають корпоративні свята, особливо із залученням членів сім'ї співробітників. Презентації та інші акції, спрямовані на демонстрацію успіхів фірми, також повинні проходити за участю членів колективу для формування у них почуття причетності до спільної справи [1, с. 18].

Отже, для успішної реалізації системи стимулювання праці необхідне пов'язання матеріального і нематеріального стимулювання з потребами кожного конкретного члена трудового колективу.

На сучасному етапі в Україні можна виділити такі проблеми стимулювання праці на підприємствах, як:

- 1) неврахування індивідуальності кожної людини, внаслідок чого керівник не спроможний визначити ті фактори, які впливають на покращення праці робітників;
- 2) керівники не звертають увагу на покращення психологічного клімату в колективі;
- 3) відсутність прямої залежності розміру премії від конкретних результатів роботи працівників структурних підрозділів підприємства: вона перестала виконувати свою головну – стимулюючу – функцію, і перетворилась на просту надбавку до посадового окладу.

Причини недосконалої системи оплати праці певною мірою відображають кризовий стан вітчизняної економіки та пов'язані з відсутністю дієвого механізму мотивації та стимулювання ефективної праці [3].

Ураховуючи всі недоліки організації оплати праці потрібно визначити шляхи виходу з кризи заробітної плати, що полягає у відновленні заробітної плати як реальної ефективно діючої економічної категорії ринкової економіки, відновленні її основних функцій: відтворювальної, стимулюючої і регулюючої.



Удосконалення мотивації праці можливе через нефінансові винагороди, які в останній час набувають особливі актуальності. Це способи винагороди співробітників, які є вирішальними при виборі місця роботи та складанні враження про нього. Під нематеріальними, а точніше, нефінансовими винагородами мають на увазі всі методи, що не стосуються безпосередньо оплати праці, які компанії використовують для винагороди своїх співробітників за добру роботу, підвищення їх мотивації й прихильності до фірми [4].

Доцільно зазначити, що при вдосконаленні діючих систем оплати праці на рівні підприємства та держави актуальніше було б звернутися до іноземного досвіду, де мотиваційні аспекти управління персоналом компаній і фірм набули великого значення та можуть бути з успіхом перенесені на українські підприємства.

Організації і фірми виплачують заробітну плату в грошовій формі, це обумовлено наявністю товарно-грошових відносин і ринку. В цивілізованій економіці виплата зарплати не може проходити в натуральній формі. Грошова заробітна плата – це найбільш гнучкий засіб обліку затрат і результатів праці. Хоча заробітна плата – не єдиний метод стимулювання праці на підприємствах, на даний час в Україні не розроблено свій індивідуальний підхід до стимулювання праці. Таким чином, у перспективному розвитку нашої країни кожне підприємство зможе самостійно розробити підходи до стимулювання, що допоможе в подальшому розвитку.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

**Література:** 1. Усовершенствование систем стимулирования труда в современных условиях // Праця і заробітна плата. – 2009. – № 21. – С. 3. 2. Мурашов М. Нематериальная мотивация персонала. Как заставить сотрудников поверить в себя? / М. Мурашов // Кадровый менеджмент. – 2005. – № 2. – С. 17–19. 3. Лукичева Л. И. Управление организацией : учебное пособие / Л. И. Лукичева. – М. : Омега-Л, 2004. – 360 с. 4. Балдин И. В. Менеджмент : пособие / И. В. Балдин, Г. Е. Ясников. – К. : БГЭУ, 2007. – 306 с.

---

**Погрібняк А. О.**

УДК 339.13.017

Студент 4 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **ВИЗНАЧЕННЯ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

*Анотація. Розглянуто маркетинговий аналіз досліджень на прикладі організацій різних типів. Визначено поняття "маркетингові дослідження", "світові тенденції організацій маркетингових досліджень", "системи маркетингових комунікацій", "внутрішній і зовнішній аспекти маркетингових досліджень".*

*Аннотация. Рассмотрен маркетинговый анализ исследований на примере организаций различных типов. Определены понятия "маркетинговые исследования", "мировые тенденции организаций маркетинговых исследований", "системы маркетинговых коммуникаций", "внутренний и внешний аспекты маркетинговых исследований".*

*Annotation. The article deals with the analysis of marketing research based on the example of different types of organizations. The concepts of market research, global trends in market research organizations, systems of marketing communications, internal and external aspects of marketing research are defined.*

*Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, світові тенденції, організація маркетингу, підприємство, інформація.*

Актуальність теми полягає у тому, що інформація, одержана в ході маркетингових досліджень, надає можливість приймати адекватні й ефективні управлінські рішення в умовах конкуренції, яка постійно загострюється.

Метою даної роботи є узагальнення особливостей організації маркетингових досліджень та з огляду на світові тенденції.

Об'єктом дослідження є розвиток тенденції застосування комплексу маркетингових заходів підприємства, спрямований на підвищення обсягу продажів продукції.

---

© Погрібняк А. О., 2014