

Критерій – це мірило, база якими порівнюють оціночні показники роботи відділу маркетингу з метою розроблення висновків щодо ефективності одержаних результатів.

Для оцінки результатів діяльності відділу маркетингу в цілому, можна запропонувати наступні показники:

а) показники першої групи:

-обсяг продажу товарів, який є результатом діяльності саме цієї служби;

-розмір тієї частини прибутку, яка пов'язана з діяльністю відділу маркетингу.

-затрати безпосередньо відділу маркетингу. Цей показник є складовою частиною загальних затрат фірми, пов'язаних із виробництвом і продажем товарів підприємства.

б) показники другої групи: приріст обсягу продажу товарів в результаті покращення контрактів як з новими, так і існуючими клієнтами;

-зростання обсягу продажу за рахунок проведення маркетингових досліджень;

-збільшення обсягу продажу від здійснення ефективної рекламної кампанії, зв'язків з громадськістю та організації виставкової діяльності.

Завершальним об'єктом в структурі оцінки результатів діяльності маркетингової служби є окремі співробітники. Склад оціночних показників їх роботи повинен сприяти досягненню цілей, що стоять перед внутрішніми структурними підрозділами відділу.

Реалізаційний аспект оцінки результатів діяльності служби маркетингу полягає в її використанні в діяльності маркетингового відділу.

Оцінка діяльності маркетингових структур є однією із функцій маркетингового менеджменту. Якщо цього не визнавати, то і увага до оцінки діяльності маркетингових служб не буде достатньо приділятися.

Перелік використаних джерел

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с.

2.Котлер Ф., Келлер К.П. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер. 2018. 848 с.

3.Маркетинговий менеджмент. Навч. Посібник./ за ред.Штефаніча Д.А. Тернопіль. ТНЕУ. 2015. 241 с.

УДК 334.021

Катрусяк Христина

студентка групи ППм-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Khrystyna Katrusiak

student of group PPM-61

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

EVOLUTION OF VIEWS ON PERSONNEL MOTIVATION AT THE ENTERPRISE

Проблемою збільшення рівня продуктивності праці цікавились ще з давніх часів, починаючи з появи суспільного виробництва. Вчені та дослідники мали на меті знайти відповідь на питання, яким чином можна спонукати людей до ефективнішої праці. Жодне підприємство не функціонуватиме ефективно, якщо не буде розроблено оптимальну систему мотивації праці персоналу, яка б спонукала кожного працювати продуктивно для досягнення особистісних цілей та цілей підприємства. Проте для систем мотивації українських підприємств характерним є односторонність систем мотивації, яка полягає у надання

особливого значення заробітній платі та нехтуванні нефінансових, моральних методів мотивації; необдумане копіювання зарубіжних систем мотивації персоналу, що не відповідають рівню розвитку вітчизняних підприємств, їх фінансовим можливостям, умовам господарювання, потребам та менталітету працівників. Це зумовлює необхідність дослідження систем мотивації персоналу на підприємстві та формування ефективної мотиваційної системи.

Актуальність проблеми мотивації персоналу зумовила значний інтерес науковців до неї. Питання мотивації досліджували такі відомі зарубіжні вчені, як М. Армстронг, Р. Дафт, Д. Макклеланд, Ф. Херцберг, А. Маслоу, Е. Мейо, Д. МакГрегор, А. Сміт, Ф. Тейлор. Проблема мотивації персоналу є предметом дослідження ряду вчених близького зарубіжжя, зокрема Б. М. Генкіна, А. Я. Кібанова, А. А. Литвинюка, Н. В. Самоукіної, С. А. Шапіро, Й. Щипачинського. Серед вітчизняних науковців значний внесок в розвиток проблеми мотивації зробили Д. П. Богиня, В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. Т. Куліков, С. О. Цимбалюк та інші.

Численні дослідження вчених щодо заохочення працівників до ефективнішої діяльності можна розділити на дві групи: змістові теорії і процесуальні теорії. Сучасні науковці розглядають мотивацію як процес впливу на працівників суб'єктом управління; процес усвідомленого вибору працівником певного типу поведінки під впливом зовнішніх і внутрішніх сил; сукупність зовнішніх і внутрішніх сил, що впливають на працівника і визначають його поведінку; внутрішній стан працівника, що визначається його потребами та інтересами. Формами мотивації є матеріальна і нематеріальна, зовнішня і внутрішня, позитивна і негативна, самомотивація. До методів мотивації відносять: примушення, винагородження і солідарність; методи самомотивації і стороннього мотивування; методи позитивного і негативного мотивування; прямі та непрямі методи; внутрішні та зовнішні методи; економічні, організаційні, соціальні та морально-психологічні; адміністративні, економічні і соціально-психологічні. Усі форми і методи мотивації об'єднуються у систему мотивації – комплекс заходів, що заохочують персонал підприємства до ефективної праці для досягнення мети підприємства. Проблему мотивації персоналу почав вивчати Адам Сміт. В його праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» він описав важке життя людини того часу. На думку автора головним мотивом діяльності людини є поліпшення свого економічного стану та потяг до максимально економічної вигоди. За умов, коли люди боролися за виживання, цілком логічним був висновок, який він описав у своїй праці: людина, коли матиме можливість, завжди намагатиметься покращити свій добробут [1].

Продовжив думку А. Сміта про вплив економічної вигоди на продуктивність праці Ф. Тейлор в праці «Принципи наукового управління». На його думку, причиною того, що працівники незадоволені роботою та повільно виконують завдання є рівна оплата праці для всього персоналу. Тому працівники не зацікавлені підвищувати продуктивність праці, оскільки їм однаково за це платять. Виходячи з цього, Ф. Тейлор запропонував певну систему, за якої кожен працівник отримує інструкції з описом роботи, час на виконання роботи, ресурси, які необхідні для виконання. У випадку, коли працівник успішно впорався з поставленим завданням йому виплачується надбавка – 30-100% від заробітної плати. На його думку, гроші є найважливішим мотивом трудової діяльності [2].

У економічній енциклопедії дається визначення мотивації: «мотивація – це причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, наявність інтересу до цієї діяльності й способів її реалізації» [6]. Проте, на нашу думку, це визначення відповідає терміну «мотив». А. М. Колот мотивацію розглядає як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які заохочують до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтованої на досягнення власних цілей і цілей організації. Іншими словами мотивація є сукупністю мотивів, що впливають на поведінку [7].

На думку Д. П. Богині, мотивація є суб'єктивним аспектом діяльності людини, що представлений сукупністю потреб, інтересів. Капустянський пояснює суть мотивації як довготерміновий вплив на працівників для зміни їх цінностей та інтересів.

Деякий час трудові ресурси підприємства розглядалися разом з ресурсами інших видів. Але останнім часом роль та значення традиційних факторів виробництва – матеріалів, фінансових ресурсів, землі – порівняно з трудовими дещо зменшилася. Персонал підприємства є його ресурсом, від ефективності використання якого вирішальним чином залежать результати діяльності підприємства та їхні характеристики – конкурентоспроможність підприємства та його продукції, стійкість, ділова активність, ефективність. Роль й ставлення до персоналу протягом ХХ століття суттєво змінилися – від гіпотези щодо "Homo economicus" в економічній теорії та ставлення до персоналу як до механістичного ресурсу у виробництві (тейлоризм) у практиці управління до теоретичного визнання соціальної моделі людини й гуманістичної, людиноспрямованої моделі управління підприємством і виробничої демократії.

Від ставлення працівників підприємства до своїх обов'язків, від вияву ними ініціативи, творчості, вмінь та навичок, використання досвіду значною мірою залежать результати діяльності підприємства та їх характеристики. З іншого боку, персонал підприємства буде належним чином ставитися до своїх обов'язків, виконувати їх творчо та ініціативно, тобто віддавати на користь підприємству все те, чим володіє, лише в тому випадку, якщо для цього будуть створені відповідні умови.

Перелік використаних джерел

1. Адам Сміт. Дослідження про природу і причини багатства народів / Адам Сміт; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. — Київ : Наш формат, 2018. — 736 с.
2. Taylor F. W. Principles of Scientific Management, New York, Harper, 1911.
3. Maslow A. Motivation and Personality, Harper & Row, New York, 1954
4. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник. / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
5. McGregor D. The human side of enterprise. Reflections, 2000, 2(1), 6-15.
6. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 2. / відп. ред. С. В. Мочерний [та ін.]. – К. : Видав. Центр «Академія», 2001. – 848 с.
7. Мотивація праці персоналу підприємств машинобудування: монографія / І. М. Грінько; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т". - Київ : НТУУ "КПІ", 2016. - 240 с.