

2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта: учебное пособие / В.Н. Наумов. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 1999. – 84 с.
3. Ланкастер Д. Организация сбыта: пер. с англ. / Д. Ланкастер, Д.М. Джоббер. – Минск: Амалфея, 2003. – 384 с.
4. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ Контакт»; ИНФРА-М, 2003. – 382 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг В. - М.: Вильямс, 2002. – 733 с.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Патіж Ю.С., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Гурова Ю.Г., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
Дніпропетровськ, Україна*

З усього розмаїття моделей систем мотивації персоналу в ринковій економіці більшості промислово розвинених країн можна виділити як найбільш характерні японську, американську, французьку, німецьку, шведську моделі.

Японська модель мотивації персоналу характеризується випередженням зростання продуктивності праці по відношенню до зростання рівня життя населення, в тому числі й рівня заробітної плати [5]. З метою заохочення підприємницької активності, державою не приймаються серйозні заходи з метою контролю за майновим розшаруванням суспільства. Існування такої моделі можливе тільки при високому розвитку у всіх членів суспільства національної самосвідомості, пріоритету інтересів нації над інтересами конкретної людини, готовності населення йти на певні матеріальні жертви заради добробуту країни.

Система стимулювання праці в порівнянні з іншими промислово розвиненими країнами в Японії досить гнучка. Традиційно вона будується з урахуванням трьох факторів: професійної майстерності, віку та стажу роботи. Розмір окладу робітника, інженера, керівника нижчої та середньої ланок здійснюється за тарифною сіткою, за допомогою якої визначається оклад (умовно-постійна частина заробітної плати працівника) як сума виплат за трьома розділами: за вік, за стаж роботи, за кваліфікацію і майстерність, що характеризуються категорією та розрядом [6].

Більшість японських компаній в політиці матеріального стимулювання використовують синтезовані системи, що поєднують елементи традиційної (вікової) та нової трудової тарифікації працівників. У синтезованій системі розмір заробітної плати визначається за чотирма показниками — вік, стаж, професійний розряд і результативність праці [22]. Вік і стаж служать базою для традиційної особистої ставки, а професійний розряд і результативність праці є основою для визначення величини трудової тарифної ставки, так званої «ставки за кваліфікацію».

Таким чином, використання трудової ставки виключає можливість автоматичного зростання заробітної плати поза зв'язку з підвищенням кваліфікації та трудовим внеском працівника, посилюючи тим самим мотивацію до праці, яка в даному випадку прямо залежить від результатів праці [4].

Американська модель мотивації праці побудована на всілякому заохоченні підприємницької активності та збагаченні найбільш активної частини населення. Модель заснована на соціально-культурних особливостях нації — масовій орієнтації на досягнення особистого успіху кожного, а також високому рівні економічного добробуту.

В основі системи мотивації праці в США знаходиться оплата праці [7]. Найбільшого поширення набули різні модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені всілякими формами преміювання.

Для вирішення проблем відповідності ефективності діяльності співробітника та розміру одержуваної ним зарплати на підприємствах США та Західної Європи використовується система «Pay for Performance» — «плата за виконання» (PFP). Під PFP розуміється застосування будь-яких способів оплати праці, при яких винагорода, що одержується працівником, залежить від індивідуальних і групових відмінностей результатів праці. Цей принцип лежить в основі наступних гнучких систем оплати праці: комісійні, грошові виплати за виконання поставлених цілей, спеціальні індивідуальні винагороди, програми поділу прибутку, акції та опціони.

Французька модель мотивації праці характеризується великою різноманітністю економічних інструментів та гнучкою системою оподаткування. Її відмінна риса — включення стратегічного планування в ринковий механізм. Базисом ринкових відносин у французькій моделі є конкуренція, яка безпосередньо впливає на якість продукції, задоволення потреб населення в товарах і послугах, зменшення витрат виробництва [2].

В політиці оплати праці французьких фірм спостерігається дві тенденції: індексація заробітної плати в залежності від вартості життя та індивідуалізація оплати праці. Індеси цін на споживчі товари враховуються в оплаті праці практично на всіх великих підприємствах, що відбивається в колективних договорах з профспілками. Принцип індивідуалізації оплати праці у Франції здійснюється шляхом урахування рівня професійної кваліфікації, якості виконуваної роботи, кількості внесених раціоналізаторських пропозицій, рівня мобільності працівника.

Німецька модель мотивації праці виходить з того, що в її центрі знаходиться людина з її інтересами. Як вільна особистість, вона усвідомлює свою відповідальність перед суспільством. Свобода в економічному сенсі означає розуміння інтересів суспільства та знаходження свого місця в системі «виробництво — споживання». Але не кожен громадянин в стані працювати відповідно до вимог ринку.

Шведська модель мотивації праці відрізняється від інших сильною соціальною спрямованістю на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь менш забезпечених верств населення [1].

Шведські профспілки не дозволяють власникам низькорентабельних підприємств знижувати заробітну плату нижче встановленого загального рівня. Це змушує підприємців модернізувати виробництво або закривати підприємство. Таким чином, політика солідарної заробітної плати сприяє зростанню рентабельності підприємств [3].

Отже, керівникам слід розуміти, що фізична присутність людини на роботі ще не означає його ефективну діяльність. Не будучи мотивованим самою компанією, співробітник може підписати контракт, вийти на роботу, але використовувати тільки 10% своїх можливостей. Тому шлях до ефективного управління персоналом лежить через розуміння його мотивації. Тільки знаючи, що рухає людиною, що спонукає його до роботи, які мотиви лежать в основі його поведінки і якими способами вони можуть бути приведені в дію, можна розробити ефективну систему форм і методів управління персоналом підприємства.

Список літератури:

1. Богиня Д.Л. Основи економіки праці / Д.Л. Богиня. — К.: Знання-Прес, 2000.— 313 с.
2. Бурега В. Социально-адекватный менеджмент: монографія / В. Бурега. — К.: Ин-т социологии, 2000. — 379 с.
3. Гавкалова Н. Л. Формирование эффективного механизма управления в организации / Н.Л. Гавкалова // Економіка: проблеми та практики: 36. наук. пр. — Д.: ДНУ, 2003.
4. Генкин Б.М. Экономика и социология труда / Б.М. Генкин. — М.: Нор-ма-Инфра, 2000. — 412 с.
5. Гринева В.Н. Теоретические и методические основы мотивации труда персонала / В.Н. Гринева // Управління розвитком: 36. наук, пр. ХДЕУ. — № 1. — С. 42—60.
6. Данюк В.М. Мотивація і стимулювання праці в менеджменті персоналу / В.М. Данюк. — К.: ШК держ. служби й зайнятості, 1994. — 304 с.
7. Дмитренко Г. Реформування заробітної плати: тактика і стратегія / Г. Дмитренко, Т. Кир'ян // Україна: аспекти праці. — 1995. -№ 1-2. - С. 14—16.

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ КОМПАНІЙ З УРАХУВАННЯМ ЦИКЛІЧНОСТІ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

*Прокопенко В.Ю., к.е.н., доц., професор кафедри соціально-економічних
дисциплін, ХНУВС, м. Харків, Україна*

Столбова М.А., асистент кафедри маркетингу,

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», м. Київ, Україна

Розвиток будівельної галузі незважаючи на її особливе місце у розв'язанні соціальних питань, як і більшості інших галузей економіки України, характеризується незадовільним рівнем. Зумовлене це в тому числі нерозв'язаними проблемами управління діяльністю девелоперських компаній на ринку нерухомості.