

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2020

УДК 621

Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ.
Факультет економіки та бізнесу: всеукраїнська науково-технічна конференція, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, 09-18 листопада 2020 року. – Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – **308 с.**

У збірнику представлено виклад тез доповідей і повідомлень поданих на всеукраїнську науково-технічну конференцію магістрантів і студентів Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного.

Тези доповідей та повідомлень подані в авторському варіанті.

Відповідальність за представлений матеріал несуть автори та їх наукові керівники.

Секція – УЧАСТЬ МОЛОДІ У РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Секція – ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Секція – ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Секція – МАРКЕТИНГ

Секція – ЕКОНОМІКА, ТУРИЗМ

Секція – МЕНЕДЖМЕНТ

Секція – ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Матеріали для завантаження розміщені за наступними посиланням:

<http://www.tsatu.edu.ua/nauka/n/rada-molodyh-vchenyh-ta-studentiv/konferenciji/>

- сторінка Ради молодих учених та студентів ТДАТУ

Відповідальний за випуск к.е.н., доцент Демченко І.В.
Факультет економіки та бізнесу

© Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2020

послуги; зовнішній вигляд співробітників; реклама; взаємодія зі ЗМІ; взаємодія з інвесторами.

Таким чином, як тільки в організації виникають питання хто ми, чим ми кращі чи в чому наша відмінна риса перед конкурентами, можна сміливо говорити про початок формування іміджу. Імідж організації необхідно грамотно, поетапно збудувати, сформувавши як внутрішній, так і зовнішній імідж компанії, так як саме він допоможе скоротити багато ризиків підприємства, збільшити прибуток, дозволить зайняти гідну нішу на ринку.

Список використаної літератури:

1. Лозовський О. М., Дрончак І. В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. Молодий вчений. 2016. № 1(1). С. 101-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1\(1\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1)_25).

ОСОБЛИВОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Гогунська С.В.,

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Досліджується нематеріальна мотивація та її роль у системі сучасного менеджменту. Обґрунтовано взаємозв'язок нематеріальної мотивації та продуктивності праці. Проаналізовано особливості використання основних складових нематеріальної мотивації в сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств.

Ключові слова: мотивація, менеджмент персоналу, методи мотивації, нематеріальна мотивація, підприємство, персонал, управління.

Сучасні економічні реалії поставили перед підприємствами завдання щодо необхідності формування робітника нового типу, який має не лише необхідний рівень кваліфікації та знань, креативні здібності, але й володіє високим рівнем духовності, має моральні цінності, що закладають основу його успішного функціонування у колективі. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження нематеріальної мотивації як складової мотиваційного механізму в системі сучасного менеджменту підприємства. Вагомий внесок у дослідження сутності мотивації зробили українські вчені: І. Багорова, А. Єськов, В. Зайцев, В. Кошеленко, Г. Куликов, А. Чухно [1–3]. Проблеми мотивація людини у різних сферах суспільної діяльності стає предметом досліджень Ф. Герцберга [7], Д. Мак-Клелланда [5], П. Печчеї, Г. Саймона та К. Замфіра, А. Маслоу [4].

Мотивація праці та професійного зростання є важливим фактором успішного розвитку. Сучасна мотиваційна система повинна ґрунтуватися не тільки на матеріальному стимулюванні, а й на моральному. Потрібно розвивати у працівників належність до підприємства, наближувати інтереси працівників до інтересів підприємства і навпаки, створювати умови для максимальної віддачі та самореалізації, налагоджувати сприятливі відносини з керівництвом, підтримувати дух єдності, одного цілого та найважливіше, створити умови, які будуть розвивати у працівників відчуття безпеки й стабільності, впевненості у майбутньому.

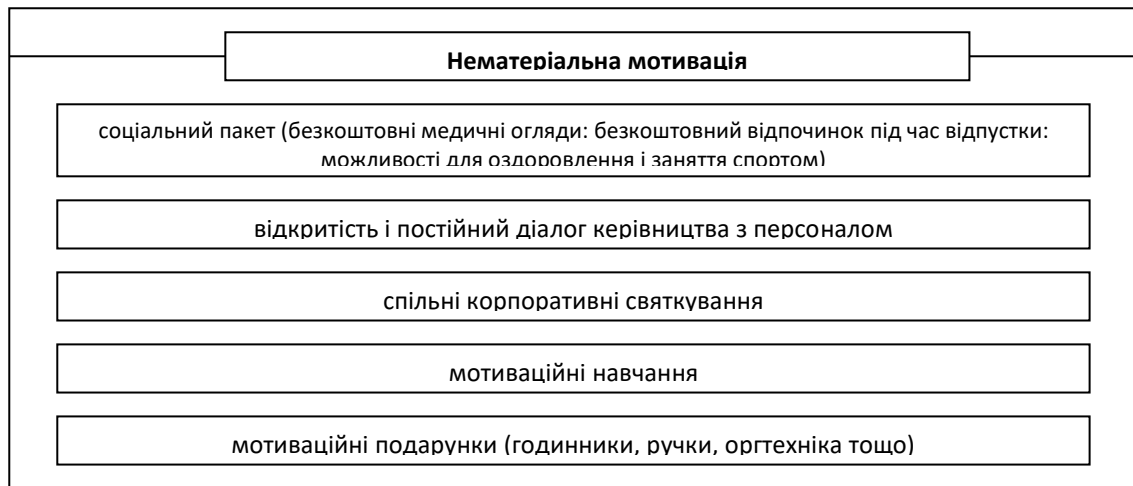


Рис. 1. Основні складові нематеріальної мотивації

Завдання сучасного менеджменту підприємства полягає в тому, щоб мотиваційні цілі кожного з працівників у більшою мірою співпадали з інтересами фірми і сприяли успіху підприємства. Тільки тоді, коли працівник виконує свої посадові обов'язки із задоволенням і його власні цілі саморозвитку включають й розвиток підприємства, його коефіцієнт корисної дії зростає в декілька разів. Не нівелюючи ролі матеріальної мотивації, слід зазначити, що вона має короткостроковий характер, дія ж нематеріальних мотивів є більш довготривалою та ефективною, оскільки ґрунтується на більш високих щаблях ієрархії потреб людини. Тому при побудові ефективної мотиваційної системи на підприємстві необхідно керуватися принципом, що кожна людина – це індивідуальність. На своєму робочому місці вона прагне показати всі свої здібності й приховані таланти, визначити за їх потенціалом своє місце серед інших. З цих причин необхідно визнавати працю кожного окремого працівника та надавати йому можливість приймати рішення з питань, які знаходяться в його компетенції, консультувати інших працівників. Ефективне управління виробничо-господарською діяльністю підприємств значною мірою залежить від використання вміло налагодженого мотиваційного механізму. Враховуючи світовий досвід мотивації праці, можна стверджувати, що теоретична основа для створення такого механізму існує, однак його слід удосконалити з урахуванням особливостей функціонування вітчизняних підприємств, напрямку їх діяльності та економічної ситуації в країні.

Список використаних джерел

1. Кошеленко В. Аналіз закордонного досвіду мотивації робочої сили як важливого чинника розвитку національної економіки / В. Кошеленко // Схід : аналітично-інформаційний журнал. – 2008. – № 3 (87). – С. 47–49.
2. Єськов А. Роль мотивації в удосконаленні організації труда / А. Єськов, В. Зайцев // Вісник економічної науки України : науковий журнал. – 2008. – № 3 (13). – С. 31–33.
3. Чухно А. А. Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика / А. А. Чухно // Твори : у 3 т. – К. : КНУ, 2006. – Т. 2. – С. 124 – 145.
4. Маслоу А. Психологія бытия / А. Маслоу – М. : «Рефл-бук», 1997. – 304 с.
5. Мак-Клелланд Д. Мотивація человека / Д. Мак-Клелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с.
6. Davenport Tomas O. Human capital: what it is and why people invest in / Thomas O. Davenport. – California: Jossey-Bass books, 1999. – 252 p.
7. Herzberg F. The Motivation to Work / F. Herzberg, B. Mausner, B. Snyderman. – N.Y : John Wiley, 1959. – 157 p.

Науковий керівник: Шевчук О.Ю., к.е.н., доцент кафедри Менеджменту, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного