

Наведене вище, дає можливість зробити висновки, що з метою кар'єрного зростання працівнику однієї професії недостатньо. В інформаційну і інноваційну епоху людині потрібно підвищувати чи змінювати кваліфікацію щонайменше три рази в житті.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства: магістерський курс. Підручник. Частина I; За ред. професорів Загірняка М.В., Перерви П.П., Маслак О.І. Кременчук. 2015. 736 с.
2. Стец І. Відтворення трудового потенціалу в економіці. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2008. Вип. 13. С. 118-122.
3. Управління персоналом підприємства: навч. посібник Криворучко О.М., Водолажська Т.О. Х. ХНАДУ. 2016. 200 с.

АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІСТОВНИХ ТЕОРІЙ МОТИВАЦІЇ В КОМПАНІЇ GOOGLE

Гач Ю.О.
к. е. н., доцент Білявський В.М.
Національний авіаційний університет
м. Київ, Україна

Серед найбільш актуальних проблем в сучасному менеджменті особливу роль відіграє проблема удосконалювання системи управління персоналом підприємства. Задачею цієї сфери менеджменту є підвищення ефективності виробництва за рахунок усебічного розвитку і розумного застосування: творчих сил людини, підвищення рівня її кваліфікації, компетентності, відповідальності та ініціативи. Для цього й існує підсистема мотивації праці на підприємстві.

Мотивація – це процес спонукання працівників до діяльності для досягнення цілей організації. Існує безліч змістовних теорій мотивацій [1], які примушують людей діяти так, а не інакше.

Розглянемо більш детально теорії мотиваційної гігієни Фредеріка Герцберга та теорії «У» Дугласа Мак-Грегора на прикладі усієї відомої компанії Google.

Згідно теорії Ф. Герцберга, на людей впливають два фактори: гігієнічні фактори і чинники мотивації. Гігієнічні фактори, застосовуються у міру необхідності, щоб працівник не був незадоволений. Вони включають певні досягнення, загальний інтерес до роботи, зростання за службовими сходами і персональна відповідальність за ефективне виконання поставленого завдання. У цьому випадку компанія Google використовує концепцію теорії двох факторів у своїй компанії і забезпечує співробітнику сприятливий робочий мікроклімат в робочий час.

Google надає комфортне й функціональне робоче місце, таким чином створюються переваги для власних співробітників, а ці переваги є одними з

найбільш конкурентоспроможними [2]. Підприємство застосовує елементи ігор та різноманітних змагань в робочому процесі. Наприклад, Google підготувала для офісу цікаві програми, у тому числі: майданчики для гри у бочче, доріжки для боулінгу і гігантську стіну для скелелазіння. Крім того, більярдні столи і відеоігри, які також є доступними у багатьох місцях для персоналу. Система харчування заслуговує окремих слів, оскільки вона передбачає приготування вишуканих страв безкоштовно для власних співробітників.

За допомогою двофакторної теорії компанія Google може певним чином підвищити ефективність робочого процесу. Оскільки, співробітники стають більш креативними, тому що підприємство створює ефективне (функціональне) робоче середовище для власних співробітників. Google спеціалізується на виробництві інтелектуальних технологій, і їх співробітникам завжди потрібна розслаблююча обстановка для створення нових ідей.

Однак у теорії двох факторів, представленої Google, є й певні недоліки. По-перше, вони витрачають доволі значні фінансові ресурси. Це пов'язано з тим, що для функціонування підприємства потрібні великі ресурси. Крім того, співробітники також не можуть своєчасно завершити свою роботу, оскільки вони є дуже залежними від зони відпочинку.

Наступною теорією управління в Google стала Теорія Y Д. Мак-Грегора. Ця теорія може бути визначена, як певна ідея, яка передбачає, що співробітники можуть бути амбітними і мотивованими і проявляти індивідуалізм. Насправді в компанії Google, топ-менеджмент пропонує співробітникам творчу і засновану на співучасті атмосферу, яка стимулює персонал бути більш продуктивними у досягненні цілей підприємства.

Google виконує теорію Y, тому що їх завдання є більш гнучкими та інноваційними [3]. Крім того, їх компанія завжди потребує нової концепції та ідеї, щоб підтримати їх теперішнє становище на ринку та наполегливо працювати, щоб зберегти нову інноваційність. Наприклад, Google використовує цю теорію у якості стилю керівництва і менше контролює власний персонал. Це сприяє у досягненні поставленої мети.

Теорія Y також дає компанії Google деякі переваги. Перша перевага полягає у тому, що співробітник може ефективно розвиватись. Тому, що вони можуть грати і відпочивати на робочому місці, та можуть отримати нове натхнення у процесі відпочинку (ідея приходить не завжди, коли Ви сидите за робочим столом). Наступною перевагою є здатність персоналу приймати правильні рішення. Це пов'язано з тією обставиною, що чим менше вони контролюються та не знаходяться під постійним тиском, тим це сприятливіше впливає на вирішення проблеми, з якою вони стикаються.

З іншої сторони, ця теорія, також має недоліки. Вони полягають в тому, що деякі завдання не можуть бути виконані своєчасно. Тому, що не всі працівники будуть амбітними і мотивованими. У цьому випадку це також дозволить компанії втратити час і гроші.

Список використаних джерел

1. Білявський В.М. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу торговель-

ного підприємства. *Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2007. № 6. С. 62–68.

2. Білявський В.М. Реінжиніринг в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна*. 2017. Вип. 93. С. 7-17.

3. Білявський В.М., Шепута М.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2018. № 1. № 38. С. 131-140.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА ЕНЕРГОПІДПРИЄМСТВІ

Грецька І.Р.

к. е. н., доцент Мізіна О.В.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»
м. Покровськ, Україна

Інтеграція української економіки у світовий економічний простір, її нестійкий характер, процеси глобалізації, посилення впливу інноваційних інформаційних і комунікаційних технологій вимагають від сучасних науковців пошуку новітніх теоретичних підходів, шляхів і методів економічної стабілізації, напрямів подальшого розвитку вітчизняних підприємств та соціально-економічної інфраструктури країни.

Логістична стратегія в рамках загальної піраміди стратегій підприємства займає місце на рівні функціональних стратегій поряд з виробничою, фінансовою, маркетинговою, стратегією розвитку тощо. Тобто на основі існуючої загальної корпоративної стратегії підприємства складають портфель функціональних стратегій. Отже, логістична стратегія відображає напрям реалізації загальної стратегії за допомогою інструментів логістичного управління.

Сьогодні розвиток як критерій виступає важливою передумовою ефективності функціонування підприємств, суттєвою перевагою у конкурентній боротьбі і запорукою успіху, а ринкове середовище його функціонування є відображенням стану та динаміки економічних та соціальних процесів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним та практичним аспектам питань, що досліджуються, присвячено наукові праці багатьох провідних вчених, а саме: Є. Крикавський, А. Харрисон, Дж. Р. Сток, Л. Фролова, О. Тридід, Д. Уотерс, та інші. Слід відзначити праці Л. Довганя, Н. Ільченка, В. Сергіїва. Проте аналіз наукової літератури з розгляду аспектів проблеми дозволяє стверджувати, що не вирішеними остаточно залишається низка теоретичних і прикладних проблем. Доцільно провести подальше вивчення і розробку питань застосування стратегій розвитку логістичних систем з урахуванням специфіки галузі, тобто електроенергетики.