

Мотивы, потребности и ценности индивидуальны, они не могут быть абсолютно идентичными для какой-то социальной группы или для всех сотрудников организации, поэтому руководителю важно уметь определять и использовать индивидуальные мотивы (потребности) будущего или реального сотрудника.

В организации должны присутствовать стабильное материальное стимулирование в соответствии с результатами работы и уровнем квалификации работников, поощрение совершенствования мастерства, учёт индивидуальных особенностей мотивации, благоприятные условия рабочего места, предоставление возможности саморазвития и повышения профессионализма; предоставление инициативы в решении сложных индивидуальных и коллективных задач, самостоятельность и автономность служащих, уважение личности сотрудников.

Многие сотрудники подтверждают, что поощрение, которое предлагает их компания для мотивации, влияет на выполнение работы. Причем одно и тоже вознаграждение может эффективно мотивировать одного сотрудника, а другого оставить равнодушным.

Например, сертификаты, туристические путевки в большей степени привлекательны для женщин. Для мужчин—домоседов предпочтительнее будет вариант вознаграждения дополнительным выходным днем в кругу семьи. Поездки, участие в конференциях не позволяют им сохранить баланс между работой и личной жизнью.

Люди, уже добившиеся материальных результатов в жизни ценят самореализацию. В качестве вознаграждения им можно предложить гибкий рабочий график, свободу передвижения. Они ищут работу, в которой доля контроля со стороны руководителя будет сведена к минимуму.

Инициаторов по характеру меньше всего интересуют бонусы, выходные дни, гибкий график. Лучшая награда для них – особый статус, который приблизит их к уровню топ-менеджера компании, значительно расширит сферу их деятельности и круг обязанностей.

О.А. Тарата, А.В. Румянцева

Уральский государственный технический университет им. Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

Рыночная экономика в Российской Федерации набирает всё большую силу. Вместе с ней набирает силу и конкуренция как основной механизм регулирования хозяйственного процесса. Чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать организацию финансов, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов, а так же правильно и грамотно управлять самим предприятием.

Однако для эффективного управления предприятием необходимо выделить современные проблемы, встающие на пути:

1. Топ-менеджеры концентрируют внимание только на внешних проблемах (таких, как вопросы налогообложения, кредитования, нормативно-правового обеспечения) и не учитывают в деятельности своих предприятий важные внутренние факторы – квалификацию персонала, вопросы управления предприятием, сервисное обслуживание и др.;

2. Предприятия используют маркетинг только в традиционном виде, то есть как набор четырех элементов – продукта, цены, места и продвижения. В том случае успех не достигается из-за отсутствия тех групп маркетинговых элементов, которые присущи конкретной обстановке. Это не дает возможность правильно выбрать стратегию, особенно в нестандартной ситуации, в которой эти фирмы работают.

3. На сегодняшний день, существует очень много различного рода стратегий. Однако, они применимы в основном к крупным компаниям, для которых долгосрочной является стратегия на 10-15 лет, в то время как для малых и средних предприятий она находится в пределах 2-5 лет.

Любое предприятие ищет множество вариантов стратегий для наилучшего развития, но даже при положительных результатах поиска стратегия не начнет работать, пока не будут составлены детальные продуманные планы по ее внедрению. В результате предприятие имеет все шансы активно развиваться и расти.