

Число інноваційних центрів, що динамічно розвиваються, збільшується у всьому світі, незважаючи на складності, з якими стикається світова економіка. Подібні центри використовують місцеві переваги з урахуванням глобальних перспектив щодо ринку і талантів. Для національних директивних органів, які прагнуть надати сприяння інноваціям, повна реалізація їх потенціалу в своїх країнах часто виявляється більш перспективним підходом, ніж спроби перейняти успішні інноваційні моделі інших.

Висновки та перспективи подальшого дослідження проблеми. Таким чином, враховуючи отримані результати дослідження міжнародних спостережень та досліджень інноваційної спроможності та технологічної готовності країн світу, можна зробити висновок, що на інноваційний розвиток України впливають певні чинники: низька ефективність державного регулювання та законодавства, складність організації та ліквідації бізнесу, процедур сплати податків, нерозвинутість інфраструктур, низька інтенсивність конкуренції на локальних ринках, відсутність ефективних кластерних структур, низький рівень захисту інвесторів; низька якість державного регулювання економіки України та рівень нормативно-правової бази, у тому числі у сфері інновацій, низька інноваційна готовність підприємств (більшість українських компаній вважають за краще копіювати нововведення, ніж займатися ризикованими та високовитратними науковими розробками) та низький рівень співпраці у дослідницькій діяльності між університетами та промисловістю, слабке ресурсне забезпечення інноваційної діяльності (зокрема, венчурний капітал практично не функціонує), низька кількість патентів та статей у науково-технічних журналах, відсутність ефективно функціонуючих кластерних структур.

Джерела та література:

1. Варналій З. С. Конкурентоспроможність національної економіки : проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення / З. С.Варналій, О. П. Гармашова. – К. : Знання України, 2013. – 387 с.
2. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилук, Я. В. Белінська, С. В. Давиденко, В. А. Комаров ; Національний ін-т стратегічних досліджень ; за ред. Я. А. Жаліло. – К. : Знання України, 2005. – 388 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / [відпов. за випуск І. В. Калачова]. – К. : Інформаційно-видавничий центр держкомстату України, 2013. – 305 с.
4. Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Електронний ресурс] // The World Bank : [сайт]. – Електрон. дані. – Washington, D.C., 2012. – Режим доступу : <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf> (22.07.12). – Назва з екрана.
5. Інноваційна політика : Європейський досвід та рекомендації для України [аналітичні матеріали] / ред. І. Єгоров [та ін.]. – К. : Фенікс, 2011. – Т. 1. – 214 с.
6. The Global Innovation Index: Stronger Innovation Linkages for Global Growth [Електронний ресурс] // World Intellectual Property Organization ; INSEAD : [сайт]. – Режим доступу : http://www.wipo.int/freepublications/en/economics/gii_2013.pdf. – Назва з екрана.
7. The Innovation Imperative in Manufacturing: How the United States Can Restore Its Edge [Електронний ресурс] // The Boston Consulting Group (BCG) ; The National Association of Manufacturers (NAM) : [сайт]. – Режим доступу : <http://www.bcg.com/documents/file15445.pdf> (22.07.12). – Назва з екрана.
8. The Global Competitiveness Report 2011–2012 [Електронний ресурс] // World Economic Forum : [сайт]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf (22.07.12). – Назва з екрана.

Рымарь Е.

УДК 159.9

ЭФФЕКТИВНАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности мотивации персонала для эффективной деятельности организации в современных условиях, отражена необходимость адаптации всех сторон деятельности организации к изменяющимся условиям хозяйствования. Сформулировано определение сущности эффективного управления мотивацией, а также определено влияние мотивационных процессов на деятельность организации.

Определены основные факторы, влияющие на мотивацию как на процесс, а так же сформулированы рекомендации для эффективной мотивационной деятельности на предприятии.

Ключевые слова: мотивация, эффективность мотивации, факторы мотивации, наказание как вид мотивации, успешность организации.

Анотация. У даній статті розглядаються особливості мотивації персоналу для ефективної діяльності організації в сучасних умовах, відображена необхідність адаптації всіх сторін діяльності організації до мінливих умов господарювання. Сформульовано визначення сутності ефективного управління мотивацією, а також визначено вплив мотиваційних процесів на діяльність організації.

Представлена класифікація мотиваційної діяльності, визначено основні фактори, що впливають на мотивацію як на процес, а також сформульовані рекомендації для ефективної мотиваційної діяльності на підприємстві.

Ключові слова: мотивація, ефективність мотивації, фактори мотивації, покарання як вид мотивації, успішність організації.

Summary. This article discusses the features of motivation of the personnel for the effective activity of the organization in modern conditions, reflects the need to adapt all sides of the organization to the changing economic conditions. The definition of the essence of effective management of motivation, as well as determined the effect of motivational processes in the organization.

To achieve these goals the peculiarities of motivation of the personnel of the enterprise in order to fulfill the functions of the organization and the successful achievement of goals. The classification of motivational activities, identifies the main factors influencing the motivation as a process: the selected style of leadership, organizational culture, employee psychology, as well as recommendations for the effective motivational activities in the enterprise.

Keywords: motivation, performance motivation, motivation factors, the punishment as a form of motivation, success of the organization.

Постановка проблемы. В условиях динамического развития общества перед многими предприятиями возникает острая необходимость адаптации всех сторон деятельности организации к изменяющимся условиям хозяйствования. В этой связи очень важен вклад каждого сотрудника в результаты деятельности предприятия. Для предприятий различных форм собственности все актуальней становится поиск эффективных способов управления, которые будут обеспечивать активную роль человеческого фактора в деятельности предприятия. Одним из таких важнейших факторов успешной деятельности, на наш взгляд, можно назвать мотивацию труда.

В деятельности любого предприятия в настоящее время роль мотивации становится все более актуальной, поэтому в этой связи важно понимать, что эффективной работе способствует лишь хорошо мотивированный персонал, т.е. четко нацеленный на достижение определенных целей организации. И руководство, понимающее, как удовлетворить потребности своих подчиненных может говорить об эффективных подходах к управлению персоналом.

Анализ литературы. Сегодня исследование вопросов мотивации широко представлено в научной и публицистической литературе. Однако следует отметить, что применение классических теорий мотивации в современных условиях во многом не систематизировано, что затрудняет практическое использование определенных технологий и методов мотивации на конкретных предприятиях. Сложность практического применения методов мотивации персонала связано так же с недостаточным исследованием особенностей мотивации работников, занятых в отдельных отраслях экономической деятельности.

Проблемой мотивации персонала и изучением отдельных ее аспектов занимались различные научные школы и отдельные ученые, в частности этой проблемой с позиций менеджмента занимались: С. Адамс, В. Врум, Ф. Герцберг, К. Левин, Э. Лоулер, Д. Мак Клелланд, Л. Портер, А. Альберт, У. Брэддик, О.С. Виханский, Ф. Герцберг, Е.П. Ильин, С.Б. Каверин, А.В. Карпов, Р.Л. Кричевсий, И.Д. Ладанов, А. Бирюк, Е. Борисов, В. Вилюнас, С. Иванова, В. Ковалев, П. Якобсон и др. Однако, следует отметить, что данная проблема до сих не изучена в полной мере и многие руководители для повышения эффективности деятельности организации очень часто используют такие приемы влияния на поведение людей, которые приводят к обратному эффекту - демотивации профессиональной деятельности. На наш взгляд, причиной такого положения является несоответствие представления руководителей о факторах, влияющих на трудовое поведение подчиненных и реальной ситуации.

Целью данной работы является определение сущности эффективного управления мотивацией, а также определение влияния мотивационных процессов на деятельность организации.

Для достижения поставленных цели необходимо выявить особенности мотивации труда персонала предприятия с целью результативного выполнения функций организации и успешного достижения поставленных задач.

В современных условиях для эффективного существования любой компании необходимо правильное управление человеческими ресурсами, поскольку результаты деятельности организации и взаимодействие с внешней средой зависят от умения и желания персонала эффективно работать, реализуя свой творческий и профессиональный потенциал на благо компании.

Существует большое количество терминов и определений сущности «мотивация».

В философской энциклопедии, например, понятие мотивация рассматривается как система внутренних факторов, вызывающих и направляющих ориентированное на достижение цели поведение человека или животного, в социологической энциклопедии мотивация – это осмысление индивидом ситуации, выбор и оценка различных моделей поведения, их предполагаемых результатов и формирования на этой основе мотивов». В Свободном словаре терминов по экономике мотивация персонала (в кадровой работе) трактуется как группа качественных характеристик персонала и требований, предъявляемых к должности или рабочему месту.

Один из исследователей особенностей управленческой деятельности Мескон М.Х. рассматривает это понятие как процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации. Другие ученые рассматривают этот вопрос с психологической точки зрения: Вилюнас В.К. определяет мотивацию – как совокупную систему процессов, отвечающих за побуждение и деятельность, а Платонов К.К. – как явление сугубо психическое, то есть совокупность мотивов.

На наш взгляд, мотивация, как одна из функций управления организацией, представляет собой совокупность мер, побуждающих людей к работе, направляющих и поддерживающих их в достижении целей.

Таким образом, мы можем сказать, что мотивация представляет собой процесс готовности работать на определенном уровне усилий. Чем лучше будет мотивация, тем усилия сотрудников будут возрастать. Так уровень вознаграждения как материального, так и нематериального будет соответствовать уровню возлагаемых усилий работников на достижение поставленных целей и задач.

Кроме того, теория и эмпирические исследования показали, что человеческую мотивацию к труду можно разделить на два типа:

- *внутренняя мотивация*, которая исходит от внутренней значимости работы для человека,
- *внешняя мотивация*, которая исходит из желания получить некоторые результаты, которые отделены от самой работы.

Мотивация всегда основана на росте потребностей и представляет собой внутреннее состояние человека и его особенности проявляются в течение длительного периода времени. Соответственно конечной наградой мотивации для работника является личностный рост. Единственный способ мотивировать работника – предоставить ему интересную работу и возложить на него ответственность за выполнение с определенным вознаграждением.

Таким образом, система мотивации представляет собой процесс, который особым образом должен влиять на поведение работников в организации – так, чтобы это приносило пользу организации в целом и определяло характер выполнения работ, то есть грамотно мотивированный сотрудник с удовольствием приходит на работу и старается достичь наилучших результатов.

Исследования показывают, что мотивация изменяется в зависимости от различных факторов в рабочей среде, в том числе оценки ожиданий, фактическом проведении обратной связи, награды, автономии и характере самой работы.

К основным факторам, влияющим на мотивацию как на процесс, на наш взгляд, относятся:

1. руководство, то есть выбранный стиль руководства, принятые методы управления. Правильно выбранный стиль руководства повышает качество работы и эффективно влияет на результаты деятельности коллектива.
2. организационная культура – принятые нормы поведения, определенные ценности, которые вырабатываются в организациях. Факторы данной группы также имеют большое значение для организации эффективной работы, определяя психологический климат ценностными ориентирами каждой личности в отдельности и коллектива в целом. Если же в коллективе общекомандные ценности имеют приоритет над личными, то это означает, что данный коллектив находится в благоприятном морально-психологическом климате.
3. психология работника, то есть это внутреннее состояние, которое движет его поступками и является самым главным фактором для работников, реализуя свой потенциал в деятельности организации.

Таким образом, для работников необходимо создать все условия, чтобы они работали продуктивно и, тем самым, получали от этого удовольствие.

В противном случае, если работнику предоставляются хорошие условия труда (как в материальном плане, так и в моральном), а отдача от этого отсутствует, значит необходимо принимать другие меры, а именно таких работников постоянно нужно контролировать, устанавливать конкретные задачи, по завершению которых, оценивать. Как правило, у данного типа людей собственная мотивация очень низкая.

Также важным условием для эффективной мотивации, по нашему мнению, является пропорциональная система поощрения и наказания работников как одно из главных условий успешной работы компании.

Эксперты рекомендуют руководителям сформировать шкалу наказаний, нижней границей которой является обычное замечание. За более серьезную провинность или же за повторное нарушение требований целесообразно применять выговор или строгий выговор. Далее, по шкале следуют материальные формы ответственности – лишение премии и снижение оклада. Одна из самых серьезных форм взыскания – беседа с предупреждением. И, наконец, «высшая мера» – увольнение.

При этом необходимо помнить о «негласных правилах» вынесения наказания:

- своевременность - максимальный интервал между нарушением и взысканием – 1 день;
- наказание ни в коем случае не должно унижить сотрудника или вызвать у него чувство вины - наказывать нужно не человека, а его проступок;
- хвалить лучше при всех, а вот обсуждать ошибки лучше наедине;
- применяя взыскания, необходимо объяснить сотруднику, какие последствия имеет нарушение и каким образом их лучше избегать;
- не стоит забывать о важности правильно выбранных слов и интонаций - от них зависит то, как будет воспринята сотрудником информация, которую руководитель хочет до него донести[2, с.].

Наказывать можно и нужно в ситуациях, когда мы хотим пресечь совершенно недопустимые действия, когда не соблюдаются какие-то базовые стандарты. Но наказанием никогда не добьешься действительно высокой производительности и хорошего качества.

Особенно на эффективность мотивации влияет лидер, который сумеет правильно организовать и заинтересовать работников. Навыки мотивирования помогут ему при решении задач, связанных с повышением производительности труда, снижением текучести персонала. Управленцы, владеющие данными навыками, наиболее эффективно устанавливают цели и получают максимальную отдачу от каждого работника своей организации.

Успешные лидеры должны сочетать в себе три важные силы: знание, доверие, власть. Главные требования к лидеру – постоянное приобретение знаний и создание климата, способствующего раскрытию компетенций персонала. Признаки культуры творческих и успешных людей:

- обладают мощным абстрактным мышлением;
- способны принимать противоположности;
- обладают высокой эмоциональной устойчивостью в сложных ситуациях;
- уважают факты и стремятся дать им интерпретацию;

- допускают неопределенность, двусмысленность и конфликт;
- любят приключения, оптимистичны;
- с радостью воспринимают неожиданные, незапланированные события;
- уверены в себе и в том, что они делают, независимо от результата;
- радуются, когда видят результаты своих усилий [1, с.23].

Выводы. Правильная мотивация сотрудников непосредственно связана с производительностью и с обеспечением результативности предприятия. Работники, которые довольны своей работой, чувствующие вызов, имеющие возможность реализовать свои цели, будут проявлять меньше деструктивного поведения на работе. Они будут отсутствовать реже, будут менее склонны менять место работы, и, самое главное, они будут работать на более высоком уровне. Таким образом, важно осознавать мотивацию как процесс непосредственного источника успеха организации и правильно влиять на персонал, удовлетворяя при этом как индивидуальные потребности персонала, так и потребности организации в целом.

Источники и литература:

1. Рубинштейн Моше Ф., Фирстенберг Айрис Р. Интеллектуальная организация / Пер. с англ. М., 2009. 245 С.
2. Ксения Герасимова. Мотивируем персонал правильно. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rabota.ru/rabotodateljam/upravlenie_personalom/metod_knuta_i_prjanika.html

Смирнова Е.А.

УДК 368:339

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ НОВОГО СТРАХОВОГО ПРОДУКТА

***Аннотация.** В статье рассмотрены причины потребности в разработке нового страхового продукта. Предложены этапы разработки нового страхового продукта. Проанализирован алгоритм процесса разработки нового страхового продукта, а также исследована трансформация концепции страхового продукта. Определена последовательность восприятия нового страхового продукта потенциальными страхователями.*

***Ключевые слова:** страховой маркетинг, страховая компания, страховой продукт, страховая услуга.*

***Анотация.** У статті розглянуто причини потреби в розробці нового страхового продукту. Запропоновано етапи розробки нового страхового продукту. Проаналізовано алгоритм процесу розробки нового страхового продукту, а також досліджено трансформація концепції страхового продукту. Визначено послідовність сприйняття нового страхового продукту потенційними страхувальниками.*

***Ключові слова:** страховий маркетинг, страхова компанія, страховий продукт, страхова послуга.*

***Summary.** Currently, the financial crisis, the development of market relations in the national insurance system of the Russian Federation is accompanied by various problems of socio-economic nature for the protection of property interests of natural and legal persons. So successful insurance business requires knowledge of the insurance market. With increasing competition between insurance companies in the insurance industry faces the challenge of finding methods for forming an insurance company a competitive advantage compared to others. One such advantage is the development of a completely new or modernization of existing insurance products (services). In the article the reason for the requirement in the development of a new insurance product. Proposed stages of developing a new insurance product. Analyzed the algorithm of the process of developing a new insurance product, and also investigated the transformation of the concept of insurance product. The sequence of perception of a new insurance product to potential policyholders. Developing a completely new or modernization of existing insurance products (services) in the insurance companies will strengthen the insurance companies market position and to gain leadership in the insurance market*

***Keywords:** insurance marketing, insurance company, insurance product, insurance service.*

Постановка проблемы. В настоящее время в условиях финансового кризиса развитие рыночных отношений в национальной страховой системе Российской Федерации сопровождается разнообразными проблемами социально-экономического характера по защите имущественных интересов физических и юридических лиц, поэтому успешная страховая деятельность требует знаний специфики страхового рынка. С усилением конкуренции на страховом рынке, обострением конкурентной борьбы между страховыми организациями в сфере страхования приводит к тому, что перед ними встает проблема поиска таких методов формирования у страховой компании конкурентных преимуществ по сравнению с другими, которые позволили бы укрепить ее собственные позиции в конкурентной борьбе за клиента-страхователя, одним из таких преимуществ является разработка совершенно нового или модернизация действующего страхового продукта (услуги).

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам разработки и продвижения новых страховых продуктов посвящены труды А.П. Архипова, С.А. Бороненковой, В.Б. Гомелля, Н.Б. Грищенко, В.Н. Дадькова, А.Н. Зубец, Э.Т. Кагаловской, Д.С. Туленты, А.А. Цыганова, В.В. Шахова, Р.Т. Юлдашева и др. Совершенствованию бизнес-процессов разработки и продвижению новых страховых продуктов на рынок посвятили свои исследования ученые Д.Н. Благутина, А.Ю. Лайкова, А.С. Миллермана, Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, М.М. Сухорукова, Н.Е. Шарафутдиновой, Н.Д. Эриашвили и другие авторы. Также необходимо отметить труды украинских учёных как В.Д. Базилевич, О.Д. Заруба, С.С. Осадец и др., которые внесли значительный вклад в развитие маркетинга в страховой деятельности.