

для задоволення цих потреб. Маркетингова діяльність підприємства направлена на те, щоб достатньо обґрунтовано, спираючись на запити ринку, встановлювати конкретно поточні і головним чином довгострокові (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент і якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток.

З цього випливає, що основною метою маркетингової діяльності підприємства є забезпечення оптимального співвідношення між попитом і пропозицією продукції визначеного виду і асортименту, а також досягнення найдоцільнішої швидкості просування товарів (послуг) на шляху від виробника до кінцевого споживача. Йдеться про такий рух, при якому співпадали б найвигідніші темпи продажу й обігу товарів, а також мінімальні затрати на зберігання запасів, з одного боку, і здатність повністю і своєчасно задовольнити покупців – з іншого.

Список використаних інформаційних джерел

1. Голоднюк О. С. Конкурентні переваги підприємства як результат впровадження інновацій / Голоднюк О. С. // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – 2012. – Вип. 1, т. 1. – С. 197–201.
2. Кузик О. В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. Стратегія економічного розвитку України / Кузик О. В. – 2016. – № 34. – С. 130–135.
3. Почотова Я. В. Аналіз тенденцій розвитку ринку маркетингових комунікацій України / Почотова Я. В. // Економіка та держава. – 2017. – № 11. – С. 76–80.
4. Котлер Ф. Основи маркетингу / Котлер Ф. – Київ : Знання, 2007. – 656 с.
5. Масляк Т. А. Формування маркетингової стратегії на підприємстві / Масляк Т. А. // Управління розвитком. – 2014. – № 2. – С. 50–52.

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Є. В. Саленко, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-11

Т. О. Гусаковська, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Продуктивність праці – це дуже важлива річ, адже з цією проблемою стикається кожен підприємець та працівник. Особ-

ливо це актуально для України, бо, як відомо, за цим показником ми займаємо останнє місце у Європі. У цьому дослідженні ми розглянемо, як саме можна підвищити продуктивність.

Збільшити продуктивність праці можна за допомогою трьох основних факторів [1]:

- 1) матеріально-технічних;
- 2) організаційно-економічних;
- 3) соціально-психологічних.

Ми розглянемо саме соціально-психологічні чинники, адже їх, на нашу думку, найбільше недооцінюють.

До соціально-психологічних факторів відносять [1, 2]:

- 1) підвищення рівня освіти працівників;
- 2) підвищення їхньої кваліфікації;
- 3) покращення умов та характеру праці;
- 4) стимули до праці.

Розглянемо більш детально кожен пункт.

Зараз майже всі підприємства вимагають вищу освіту для влаштування на роботу. Людям, які її не мають, влаштуватися значно важче.

Можливим вирішенням цієї проблеми є втручання держави щодо адекватного, стандартизованого визначення вимог на певну посаду, і коли це можливо, до найму працівників, що знаходяться в процесі навчання.

Світ рухається вперед, щодня з'являються нові ідеї вдосконалення виробництва. Тому працівники повинні постійно вдосконалювати свої вміння та навички. Для цього підприємство може організувати власні курси, тренінги або, якщо воно не має такої можливості, оплачувати їх для своїх працівників.

Після покращення навичок та завершення освіти працівник може покинути підприємство та перейти працювати на інше, більш високооплачуване місце. Щоб цього не допустити потрібно покращити умови праці:

- 1) оплачувати проїзд на роботу і додому;
- 2) зробити робоче місце затишним та комфортним;
- 3) гарантувати медичне страхування за рахунок підприємства і т. д.

Звичайно, не кожне підприємство може фінансувати всі пільги, але хоча б деякі найбільш важливі повинні бути обов'язково.

Якщо в робітника буде просто фіксована ставка, він не буде зацікавлений в підвищенні продуктивності своєї праці.

Для того, щоб підвищити продуктивність, потрібно заохотити підлеглих до наполегливої праці. Працівник повинен знати, що чим більше доходу він принесе компанії, тим більше він отримає винагороду у вигляді премій, бонусів. Також, задля підвищення продуктивності праці, на підприємстві повинна бути створена атмосфера здорової конкуренції – додаткові бонуси тому, хто перевершив своїх колег. Але тут треба знати міру між здоровою конкуренцією і конкуренцією на кшталт «на війні всі засоби згодяться». Роботодавець повинен уважно слікувати за цим, оскільки такі конфлікти можуть нанести підприємству більше шкоди, ніж вигоди.

Отже, соціально-психологічні методи є одними з найбільш впливових методів підвищення продуктивності праці. Керівник повинен дбати про підлеглих та покращувати їхні навички заради підвищення ефективності та збільшення обсягів виробництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Харцій А. Д. Підвищення продуктивності праці через стимулювання працівників за сучасних умов господарювання [Електронний ресурс] / Харцій А. Д., Сохач С. С. // Ефективна економіка. – 2009. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=66> (дата звернення: 30.03.2020). – Назва з екрана.
2. Ромусік Я. В. Динаміка продуктивності праці економіки України у контексті диспропорційності міжнародних порівнянь / Ромусік Я. В. // Ефективна економіка. 2011. № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=569> (дата звернення: 30.03.2020). – Назва з екрана.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

К. В. Бабенко, студентка спеціальності Менеджмент, група МО-41

Н. Л. Кужель, науковий керівник, асистент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах сьогодення роль організаційної культури в економічних процесах значно зростає та посилюється. Вона стає необхідним сучасним інструментарієм ефективного менеджмен-