

управління виробництвом. – 2010. – С. 88–91.

2. Степанов, И. С. Экономика строительства: учебник для вузов / И. С. Степанов. – 3-е изд. – М. : Издательство Юрайт, 2009. – 620 с.

3. Тищенко А. Н. Оценка конкурентоспособности предприятий строительного кластера / А. Н. Тищенко, Ю. А. Тараруев // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 32–36.

4. Чевганова В. Я. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня (регіон, галузь, підприємство): монографія / В. Я. Чевганова, І. А. Брижань, К. А. Земцова, О. О. Олійник. – Полтава: ПолтНТУ, 2010. – 256 с.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Ю. О. ТАРАРУЄВ, канд. екон. наук, доцент, В. О. КОНДРАТЬЄВ

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Серед проблем, що ускладнюють розвиток акціонерних товариств особливо варто виділити ті, що пов'язані з необхідністю підвищення мотивації працівників апарату управління, бо саме від своєчасної розробки та впровадження системи мотивації працівників значною мірою залежить результативність функціонування системи управління корпоративних суб'єктів, незалежно від їх галузевої специфіки та інших особливостей діяльності.

Важливість розробки та впровадження заходів з мотивації менеджерів акціонерних товариств підтверджується необхідністю врахування потреб працівників в процесі виконання ними своїх обов'язків, та створення належних умов їх праці. Загальновідомо, що реалізація заходів з мотивації управлінського та іншого персоналу передбачає впровадження пропозицій з матеріального та нематеріального стимулювання. Але традиційні методи (преміювання, створення умов для самореалізації та навчання та ін.) не завжди враховують особливості корпоративного управління акціонерними товариствами.

Для посилення ефективності заходів з мотивації менеджерів вітчизняних акціонерних товариств пропонується ініціювати такі мотиваційні пропозиції, що змінюють не лише рівень задоволення потреб працівників, а й їхній статус.

Йдеться про преміювання менеджерів акціонерних товариств акціями компаній де вони працюють. Такий підхід перетворює менеджера на

власника компанії і усуває традиційне протиріччя між власниками та менеджерами: за якого перші найбільше прагнуть розвитку компанії, а другі – збереження власного статусу та пов'язаних з ним привілеїв.

Для побудови системи мотивації з використанням акцій акціонерних товариств, необхідно реалізувати такі етапи:

1. Визначення розміру та вартості додаткової емісії цінних паперів для мотивації менеджерів акціонерних товариств.

Розмір емісії можна встановити у відсотках від статутного капіталу, а для вартість емісії визначати як відношення дивідендів у розрахунку на обсяг емітованих акцій та вартістю цього обсягу.

2. Визначення кількості акцій, що отримає працівник за результатами звітного періоду.

Кількість акцій визначається індивідуально, залежно від результатів конкретного керівника та підпорядкованого йому відділу. При визначенні кількості акцій пропонується, враховувати не досвід роботи, а конкретні досягнення та їх користь для акціонерного товариства. Для визначення результативності роботи відділів можуть встановлюватися критерії, але їх вибір залежить від галузевої специфіки підприємства, а також ускладнюється функціональними особливостями того чи іншого відділу (наприклад, для відділу реалізації можна встановити зрозумілий критерій результативності, а для юридичного відділу це дещо складніше).

Як вже зазначалося, головною перевагою реалізації описаних рекомендацій є перетворення менеджерів підприємства на його власників, але для підвищення їх практичної цінності необхідно забезпечити розвиток вітчизняного фондового ринку для підвищення цінності акцій акціонерних товариств як інструменту мотивації управлінського персоналу.

АНАЛІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. СОЛОВЙОВ, канд. екон. наук, професор, А. С. ПОНОМАРЕНКО
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Сьогодні проблема підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств стає усе більш актуальною. Ринкова ситуація багато в чому залежить від стану і результатів конкурентної боротьби, в період розвитку