

жить те як буде влаштований бізнес. Крім основних споживачів товарів і послуг, під клієнтами тут також маються на увазі партнери, постачальники, акціонери і навіть персонал. Від задоволення потреб всіх клієнтів залежить успішність бізнесу в довгостроковій перспективі [2]. Для того щоб оцінити чи необхідна CRM-система для управління компанією, потрібно розібратися які передумови є за і проти прийняття такого рішення.

Крім того, CRM дає можливість відстежувати і аналізувати наявні відносини з клієнтом. Так як залучення нового клієнта обходиться організації дорожче ніж утримання вже наявного, така можливість є досить важливою. Завдяки такій системі вдається налагодити ефективну взаємодію між різними суб'єктами, такими як клієнти, постачальники, посередники і різні структурні підрозділи організації. При цьому, управління взаємовідносинами з клієнтами компанії стає прозорим, планованим і керованим. Також, завдяки системі вдається автоматизувати процедури: виписки документів; формування звітів; збір аналітичної інформації тощо. Відповідно, управлінський персонал може координувати дії, підлеглих в режимі реального часу, і своєчасно втрутитися в разі потреби. Крім того, CRM-система дозволяє відстежувати і встановлювати наявність важливих заходів і дат, що знижує ризик впливу людського фактору.

Список джерел

- Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку / Н.В. Бутенко // Економіка та держава. – 2011. – № 3. – С. 40–42.
- Висоцька М. Є. Застосування CRM-системи в процесі прийняття управлінських рішень на виробничому підприємстві [Електронний ресурс] / М. Є. Висоцька. – Х. : Інфодиск, 2013. – 264 с.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Панасовська Г.А.

Науковий керівник – Коненко В.В., канд. екон. наук, ст. викладач

Успіх всього бізнесу залежить від найважливішого ресурсу будь-якої організації, і це, безумовно, людські ресурси.

Чому саме мотивація важлива на робочому місці? Перш за все, слід лише замислитися про загальну мету введення бізнесу. Суть полягає в тому, щоб проявляти творчість та продуманість для вирішення проблем клієнтів. Мається на увазі надання продуктів та послуг, які задовольняють потреби клієнтів та приносять прибуток для компанії.

Саме це і має бути ключовим джерелом мотивації для будь-якої команди: якщо вони матимуть реально розуміння того, як саме вони впливають та покращують життя інших людей, вони працюватимуть

ще більш наполегливо та продумано, шукаючи нові рішення та підвищуючи ефективність роботи компанії загалом. Знання, як мотивувати свою робочу силу, дадуть плоди у вигляді ефективної роботи повної ентузіазму співробітників, що допоможе компанії досягти своїх цілей, підвищити прибутки, а також підтримувати її бренд [1].

Проведений аналіз діяльності успішних світових компаній [2], дозволив виокремити певні правила ефективної мотивації:

1. Демонстрація відкритості та прихильності до щастя працівника: щасливі працівники – продуктивні працівники.

Важливим є і те, щоб лідери постійно аналізували та підводили підсумки, яким є життя працівників за певний період, та гарантували та показували, що вони мають те, що потрібно для доброго життя, поки вони вправно виконують свою роботу.

2. Надання шансів, щоб висловитися. Ще одним важливим фактором мотивації працівників є те, що лідери можуть почути їх думку та план вирішення щодо проблем, які потребують вирішення чи можливості працювати іншим чином.

3. Показати на своїх діях приклад, якому працівники будуть наслідувати.

4. Свобода. Не достатньо бути просто харизматичним та розумним лідером, потрібно по-справжньому дбати про те, щоб працівники були своїми ж спеціалістами з оптимізації пошукових систем (SEO) та керівниками. Якщо вони відчують, що не мають свободи на шляху до досягнення своїх цілей та реалізації ваших очікувань, вони можуть дійти до висновку, що компанія не пропонує їм достатньо викликів, і можуть перенести свій талант в інше місце, тобто компанія втратить цінного спеціаліста. Правильна мотивація надзвичайно важлива для утримання працівників [3]. Ставлення до своїх співробітників з такою повагою, яка виховує продуманість та сильну мотивацію, означає дозволити їм певну самостійність. І коли справи йдуть не так, як хотілося, лідеру необхідно відкрито поговорити з працівниками про те, чому не отримали бажаних результатів і що можна зробити разом.

Отже, мотивацію можна розглядати як внутрішнє почуття, яке може зрозуміти лише керівник, оскільки він тісно контактує з працівниками. Потреби та бажання взаємопов'язані, і вони є рушійною силою для дії. Ці потреби можуть бути зрозумілі менеджером, і він може відповідно скласти плани мотивації.

Мотивацію умовно можна розглядати як стан душі працівника. Мотивований працівник робить все можливе для покращення та зростання організації. Він залишається лояльним і відданим організації [4]. Без чітких функціональних стратегій, включаючи стратегію мотивації

та стимулювання трудового бажання персоналу, організаціям досить важко проводити єдину корпоративну політику, тому формування стратегії розвитку механізмів мотивації та стимулювання трудового стимулювання персоналу є завданням для вищого керівництва організації.

Список джерел

1. Гавриш О.А., Довгань Л.Є., Крейдич І.М.. Технології управління персоналом : навч. посіб. Київ, 2017. 528 с.
2. Онішук Ю.Ю. Мотивація як одна зі складових ефективного управління розвитком людських ресурсів організації // *Управління розвитком*. 2013. № 12. С. 137-139.
3. Караваев В.А. Управление позитивной мотивацией сотрудников организации // *Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы*. 2011. №5. С. 36-48.
4. Інтеграція економічних та технічних процесів; сучасний стан і перспективи розвитку: [колективна монографія] / За заг. ред. Л.М. Савчук. Харків: Вид-во «Діса плюс». 2015. 480 с.

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Сосновський С.О.

Науковий керівник – Коненко В.В., канд. екон. наук, ст. викладач

Успішність та ефективність формування і використання інноваційних технологій мотивування персоналу сучасних підприємств багато в чому визначається дотриманням установлених принципів цих процесів, тобто певних вихідних положень, норм, регламентів тощо [1].

Охарактеризуємо принципи формування і використання інноваційних технологій мотивування персоналу підприємств.

1. Принцип динамічності. Слід пам'ятати, що жодні технології мотивування персоналу не вважаються сталими і такими, що не потребують коригувань, уточнень та змін.

2. Принцип індивідуалізації. Не існує універсальних інноваційних технологій мотивування персоналу підприємств, які б були дієвими для усіх без винятку суб'єктів господарювання й гарантували б однозначний успіх.

3. Принцип інформованості. Формування і використання інноваційних технологій мотивування персоналу – це не разовий процес і тим більше – не такий, що здійснюється негайно.

4. Принцип об'єктивності. Формування і використання інноваційних технологій мотивування персоналу на підприємствах повинно здійснюватися виключно на основі точної, повної та достовірної інформаційної бази.