

Будь-який стартап MVP інноваційного продукту та бажання запуснути серійне виробництво або незалежний розробник чи компанія з чіткою ідеєю зможуть отримати всю необхідну експертизу цієї платформи. А потім – здобути державний контракт на свій продукт. Генштаб надаватиме воєнну експертизу. Міноборони забезпечить тестування у військах та постановку на озброєння. Мінекономіки допоможе із залученням грантів та інвестицій. Наприклад, були модернізовані безпілотники і тепер вони здатні вражати воєнні об'єкти противника на більшій дистанції. Також був залучений штучний інтелект ще з перших днів вторгнення, який дає можливість автоматично збирати дані про позиції та рух противника. Одним із вдалих прикладів стартапу можна вважати безпілотник PD-1, який створений для розвідки, а потім обладнаний штучним інтелектом. Були розроблені безпечні воєнні платформи «Criselda», «Кропива» та інші. У 2022 році засновник космічного стартапу Promin Aerospace Михайло Рудомінський запустив виробництво рацій Nimera, яких зараз на фронті перебуває понад 2000 шт. І більшість таких стартапів знаходять саме зараз своє визнання. А інвестори готові вкладатися в такі стартапи, тому що розуміють в якій країна ситуації, і більшість країн світу хочуть допомогти. Також наша держава розуміє важливість інвестицій та грантів від уряду для розвитку воєнно-технічних стартапів. Але чи залишиться це на постійній основі, чи буде тривати, поки питання актуальне? Чи, можливо, нам треба проаналізувати ситуацію Ізраїлю. Їх армія швидко і активно реагує на загрози будь-які, як зовнішні так і внутрішні. Головний вид їхньої діяльності: штучний інтелект, кібербезпека, ігри, освітні технології. І вони здатні в повній мірі дати відсіч ворогам.

А в США інвестиції з кожним роком зростають у воєнні стартапи. За перший квартал 2023 року рекордні \$ 14,5 млрд. інвестори вклали у воєнну тематику. І цим прикладам слідує і інші країни.

Висновок: попри війну українські стартапи продемонстрували стійкість та продовжують вести свій бізнес, і для їх подальшого розвитку потрібні довгострокові державні контракти, інвестиції та спрощені процедури.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

Д. А. ВЕДЕНЬЄВА, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Зміни у світовій економіці та пошук нових моделей інноваційного розвитку вимагають від сучасних підприємств стимулювання менеджменту, впровадження нових ідей та заохочення командної роботи. Саме через це надзвичайно важливим є розуміння процесу отримання компаніями максимальної віддачі від свого управлінського персоналу.

Мотивація - це загальний термін, який описує поведінку та дії людей. Він включає в себе все, починаючи від потреб, інтересів, мотивацій і закінчуючи

цілями. Існує дві основні групи мотиваційних факторів: зовнішні та внутрішні фактори. На зовнішні фактори (стимули) в основному впливає компанія або держава, в якій працює працівник, в той час як внутрішні фактори (мотивація) повністю залежать від самих працівників. Мотивації зазвичай поділяють на три групи: матеріальні, соціальні та статусні мотиви.

Матеріальні мотиви - це ті, що спрямовані на задоволення потреби у важливих для людини товарах і послугах. Основними стимулами для задоволення матеріального мотиву та підтримання певного рівня життя є підвищення основної заробітної плати залежно від стажу або досвіду роботи працівника, а також додаткові надбавки до заробітної плати, включаючи щомісячні премії. Інші пільги (програми участі у прибутках, оплачувані відпустки, оплачувані зовнішні консультації).

Соціальна мотивація (або мотивація соціальної взаємодії) - це спонукання співробітників взаємодіяти один з одним і з бізнес-середовищем, працювати в дружній команді та реалізовувати свій потенціал. Для задоволення соціальних мотивацій основними стимулами є формування колективних форм та організаційних команд, покращення соціальних об'єктів та інфраструктури (наприклад, їдальня, буфет), візуальне соціальне заохочення (соціальне визнання на інформаційних стендах та на офіційному сайті компанії); гарний соціально-психологічний клімат у колективі, організаційна культура компанії, розважальні заходи (екскурсії, фуршети після роботи).

Статусні мотиви - це мотиви, які мотивують працівників виконувати складну роботу, розвивати необхідний набір навичок, здобувати практичний досвід і досягати досконалої або навіть ідеальної кар'єри тощо. Основними стимулами для реалізації статусного мотиву та збільшення обсягу досвіду є можливість вертикальної кар'єри (отримання посад з більшою відповідальністю), покращення умов праці, гнучкий графік роботи тощо.

Було проаналізовано стан задоволеності роботою лідерів команд на найбільших українських гірничодобувних підприємств і одержано низькі результати задоволеності умовами праці. Оцінювалися такі критерії: задоволеність матеріальними мотивами; задоволеність соціальними мотивами; задоволеність соціальних мотивів; задоволення статусних мотивів. Лідери команд на українських гірничодобувних підприємствах найбільше задоволені статусними мотивами та нематеріальною винагородою. Сюди входять винагороди, пов'язані зі зміною робочого місця, виділенням окремого кабінету, наймом особистого секретаря, помічника чи охорони, просуванням по кар'єрних сходах.

Що стосується найбільших українських гірничодобувних підприємств, то керівники найбільше задоволені статусними та соціальними мотивами. Бачимо що керівники команд погано задоволені матеріальною винагородою (заробітна плата, премії, надбавки, доплати, компенсаційні пакети та інші пільги).

Для реалізації вище описаної мотивації підприємству необхідно створити відповідну систему винагород, якою визначаються:

- складові заробітної плати;
- принципи формування окремих складових;

- форми зарплати;
- тарифікатори і таблиці зарплати.

Загальні витрати на робочу силу значно зросли у 2017-2021 роках, що було зумовлено витратами на оплату праці. Відрахування на соціальне страхування залишилися практично незмінними, що свідчить про те, що компанії покладаються переважно на економічні стимули. Незважаючи на постійне зростання заробітної плати та витрат на робочу силу, працівники не відчули суттєвого збагачення від девальвації національної валюти.

Варто також використовувати низку мотиваційних факторів, які не пов'язані з системами оплати праці та винагород. До них відносяться аспекти мотивації організаційного характеру, такі як ротація робочих місць, розширення та збагачення робочих місць, групові форми в організації.

Участь персоналу в управлінні (як один з елементів прав та обов'язків персоналу) має суттєвий мотиваційний ефект. Часто інші форми неорганізаційної мотивації також мають вплив як елементи нематеріальної мотивації. Прикладом може бути розмова з коучем (щодо оцінювання роботи та зауважень). Не менш мотивуючим є створення партнерських команд, де усувається ієрархічна залежність між керівниками та іншими членами. Ставши співпартнером, керівник втрачає право втручатися в роботу інших членів і виконує лише функцію зовнішнього «презентатора» команди - регулярно або час від часу (залежно від ситуації). Співробітники більше не залежать від менеджера.

Також можуть бути використані такі мотиватори, як надання службового автомобіля або мобільного телефону. Нематеріальні потреби також мають значний вплив на мотивацію, такі як задоволення від роботи, усвідомлення потенціалу успіху, цінність участі у спільних зусиллях з порятунку компанії від кризи, а також участь у «тому, що дійсно має значення».

Отже, ефективно розроблена система мотивації персоналу, що складається з матеріальної та нематеріальної складових, дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність.

ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА

І. М. КУЛІШ, к. держ. упр., с.н.с.

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України»

Необхідність екологічної свідомості у підприємців є важливим аспектом у світі, де сталий розвиток та збереження довкілля стали ключовими пріоритетами. Підприємці відіграють значну роль у формуванні економічного середовища, їх рішення впливають на екологічний не лише на локальному або регіональному рівнях, але і в цілому на стан країни. У цьому контексті екологічна свідомість виступає необхідним інструментом досягнення балансу між бізнесом і збереженням навколишнього середовища.

Характерною ознакою сьогодення є те, що загальнолюдські цінності набувають нової якості — до них висуваються вимоги збереження природного середовища на планеті Земля як необхідної умови існування людства. Тим самим