

2. Закшевский, В.Г., Захарова Н.А. Инвестиционная привлекательность сельскохозяйственного предприятия / В.Г. Закшевский, Н.А. Захарова. Воронеж: ГНУ НИИЭОАПК ЦЧР РФ. – 2004. – 178 с.
3. Веретенников, О. Б. Модель оценки инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта / О. Б. Веретенников, А. А. Паюсов // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2008. – № 2. – С.65–69.
4. Pakhalov A. Methodological aspects of assessing regional investment attractiveness / A. Pakhalov // Global Markets and Financial Engineering. – 2014. – № 1. – P. 51–62.
5. Гришина, И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов: методика определения и анализ взаимосвязей / И. Гришина, А. Шахназаров, И. Ройзман // Инвестиции в России. – 2011. – № 4. – С. 114–125.

Вергун Володимир

студент

Бережняк Анна

асистент кафедри обліку і оподаткування

ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»

м. Ніжин, Україна

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Мотивація праці є першою зі складових механізму розвитку економіки, визначаючи собою подальші зміни демографічно-трудоного потенціалу, професійно-кваліфікаційної структури, соціальної та виробничої інфраструктур. Водночас, вона є невід'ємною складовою управління. Підбір і реалізація оптимальних методів мотивації виступає актуальною проблемою менеджменту. Ситуація підсилюється ще й тим, що в умовах інноваційної економіки матеріальні стимули до праці не є визначальними. Кілька років тому намітилась чітка тенденція до домінанти трудової мотивації, яка пізніше підсилилась статусною. Але на сьогодні, у посткризовий період, «статусність» не визначається необхідною. У першу, чергу важливо, що працівник знає і вміє. І це визначається ще на етапі прийняття на роботу чи під час атестації. Але те, наскільки мотивований працівник до професійної діяльності – фактично залишається поза увагу сучасних менеджерів з персоналу. Тому дослідження проблеми індивідуальної та групової мотивації праці є своєчасним і необхідним.

Інноваційна економіка висуває особливі вимоги щодо робочої сили, яка забезпечуватиме її розвиток [1]. Так, зокрема, ще наприкінці ХХ ст. в Україні чітко намітилась тенденція до інтелектуалізації й «омолодження» персоналу численних вітчизняних компаній. На посади менеджерів всіх рівнів почали запрошувати спеціалістів з вікової групи «молодь» з метою прискорення розвитку вітчизняних підприємств, установ і організацій. Таку хвилю «оновлення» зумовили зміни не лише на національному, а й на міжнародному ринках. Так, інноваційна ефективність

багатьох країн, зокрема Південної Кореї, Японії, Гонконгу, Сінгапуру, стрімко зростала. Розвивались інтелектуальні й інформаційні системи і технології, телекомунікації, високоінтелектуальне виробництво. А це вимагало поєднання інтелектуального трудового потенціалу працівників з потенціалом підприємств і перспективами розвитку міжнародних ринків.

Щоб мотивувати об'єднання людей у трудовому колективі передусім слід визначити вид діяльності бригади, колективу підприємства, міру їхньої згуртованості або роз'єднаності, зорієнтованість на роботу, мораль, сумніви, які можуть призвести до розпаду, зв'язок з причинами, що зумовили створення, наприклад, бригади, або мотиви, що її об'єднують.

Німецькі вчені Вернер Зігерт і Лючія Ланг у книзі «Керувати без конфліктів» ранжували мотиви активізації трудової діяльності в групі, визначили паралелі між груповою та індивідуальною мотиваціями, показали ієрархію мотивів:

1. Перший ступінь — найсильніші групові мотиви, прагнення до мети, яке розділяють усі члени групи (колективу), прагнення до самовдосконалення, радість спільної праці та успіху.

2. Другий ступінь — мотиви дещо слабші, ніж на першому ступені. Бажання утвердитися в конкуренції з іншими, гордість за колектив, бійцівський дух.

3. Третій ступінь — мотиви, слабкіші, ніж на другому ступені. Солідарність, прагнення забезпечити економічну і соціальну стабільність, упевненість.

4. Четвертий ступінь — мотиви не такі сильні, як на першому ступені. Спільне уявлення на емоційній основі: ненависть, любов, хобі тощо.

Групова сила об'єднання зменшується з першого до п'ятого ступеня. Якщо група зустрічає опір, то вона зміцнюється при сильних мотивах, при слабких же виявляються симптоми розпаду [2].

У функціонуванні групи вирішальна роль належить особистим мотивам. Кожний шукає свою вигоду. Якщо група виправдовує його очікування, то об'єднуючі мотиви підсилюються. Якщо ж того, що дає йому група, він може досягти і сам, це, безумовно, послаблює почуття належності до групи, знижує мотивацію. Якщо ж особисті потреби після вступу до групи залишаються незадоволеними, первинна мотивація може обернутися антипатією і ненавистю.

Для утвердження в трудовому колективі підприємства групової моделі керівникам доцільно використовувати правила такого змісту:

1. Допоможуть колективу (групі) зазнати загального успіху.

2. Слід зміцнити довіру членів колективу один до одного і передусім до керівника.

3. Піклуватись про те, щоб належність до колективу давала радість і відповідала прагненню до престижу.

4. Підтримувати віру в реальність поставлених перед колективом цілей.

5. Культивувати почуття належності до колективу, активно залучайте членів колективу до загальноколективних заходів [3].

Основне, чого бажає керівник - щоб співробітники виконували свою роботу з тими результатами і в межах тих параметрів, які керівництво вважає за необхідні.

Більшість керівників вважає, що для того щоб персонал гарно працював, необхідно створити систему мотивування, але під нею розуміють тільки систему грошових винагород і штрафів. Тому перша помилка мотивування: хибно вважати, що тільки створення системи грошових винагород і штрафів вирішує проблему мотивування. Необхідно мати ще цілий комплекс впливу.

Люди відрізняються по тому, які потреби у них найбільш виражені. Оскільки робота, це та діяльність, яка займає більшу частину часу людини, саме тут вона шукає задоволення своїх домінуючих потреб і всіх інших.

Усі співробітники - це люди зі своїм набором потреб. Набір цей універсальний, а характер кожної потреби у різних людей різний. Тому тут виникає друга помилка: хибно вважати, що висока фіксована заробітна плата для кожного є сильним мотивом праці, тобто спонукає співробітника, який її отримує, працювати з повною віддачею.

Наступна, третя помилка мотивування така: помилково вважати, що керівник повинен максимально задовольняти всі потреби співробітника. Завдання керівника - не задовольняти всі потреби працівника, а створювати такі можливості, щоб він зміг задовольнити їх, працюючи в цій організації. Повинна вибудовуватися саме система мотивування, і співробітник повинен бачити перспективу подальшого задоволення потреб (і в заробітній платі, і посадовому зростанню, і навчанню і т.ін).

Таким чином, щоб запобігти помилок у мотивуванні працівників, можна запропонувати три основні принципи мотивування:

1. Необхідно завжди пам'ятати: людина розпочинає роботу тільки для того, щоб задовольнити свої потреби - це аксіома. Людина починає діяти тільки за наявності у неї мотивів.

2. Розуміючи, що потреб у людини, які можна задовольнити в процесі трудової діяльності багато, необхідно створити набір можливостей для їх задоволення у межах професійної діяльності. Чим більше потреб співробітника буде задоволено, тим більше людина буде «прив'язана» до місця роботи.

3. Проаналізувавши ті особливості діяльності працівника, які є необхідними, бажано розробити систему заохочень саме цих особливостей. Тобто зробити так, щоб співробітник захотів робити те, чого від нього бажає керівник [1].

Таким чином, все вище перераховане, дає можливість зробити висновок про необхідність комплексного підходу до процесу мотивування співробітників в організації.

Список використаних джерел

1. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту.- Львів: Світ, 2014.-296с.
2. Петрова І. Оплата праці в мотиваційній системі сучасного підприємства // Україна: аспекти праці. – 2016. -№7 –с.22.
3. Тарасенко Д.І., Бочарников А.П. Стимули високопродуктивної праці. – К.: Політвидав. України, 2015. С.98.