

Економічні науки

УДК 33

**Салигіна Ірина Володимирівна**

*студентка факультету маркетингу*

*Київського національного економічного університету*

*імені Вадима Гетьмана»*

**Науковий керівник:**

**Данніков Олег Володимирович**

*доцент кафедри маркетингу*

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

## **РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В ЗБІЛЬШЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ**

***Анотація.** У статті розглядається важливість в управлінні продажем мотиваційних засобів у сфері продаж, підвищення ефективності та зростання продажів. Розглянуто план мотивації торгового персоналу, комерційних та торгових агентів. Описано закордонні системи мотивації персоналу.*

***Ключові слова:** управління продажем, працівник, потреби, мотивація, план мотивації, ефективні продажі.*

**Постановка проблеми.** Ефективність методів управління продажем має велике значення у формуванні конкурентного підприємства. Управління продажем включає в себе всі рішення які безпосередньо пов'язані з ефективністю продажу в компанії, тому головним чинником успішності підприємства є добре мотивований персонал. У зв'язку з цим, особливу роль набувають методи стимулювання праці, які представлені як важливий інструмент управління працівниками на підприємстві. Отже,

виникає необхідність у створенні механізму, за допомогою якого з'явиться можливість підвищення зацікавленості працівників у якісно виконаній роботі та підвищення їх конкурентоспроможності.

**Мета статті.** Виявлення ефективних методів мотивації працівників на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Система мотивації працівників дає змогу виникнення бажання працювати краще, тобто виконувати свої обов'язки більш ефективно та якісно.

Мотивація (з лат. *movere*) — спонукання до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, керуючий поведінкою людини, який визначає її організованість, активність і стійкість; здатність людини задовольняти свої потреби [2].

Абрахам Маслоу був впевнений, що саме вивчення потреб свого персоналу, дозволить спрямувати їх працю в потрібний напрям.

В узагальненому вигляді модель піраміди Маслоу наведена на рис. 1 [3].

### Піраміда потреб Абрагама Маслоу

---



Рис. 1. Піраміда потреб Абрагама Маслоу

1. Фізіологічні потреби – те, без чого неможливо жити:

2. Потреби бути в безпеці – людині важливо відчувати і бути в безпеці, це дає впевненість у завтрашньому дні;
3. Соціальні потреби – прагнення бути частиною соціуму. Кожна людина має потребу у підтримці, у друзях та сім'ї;
4. Потреби в повазі – прагнення мати авторитет і повагу зі сторони оточення;
5. Потреби в самореалізації – реалізація своїх можливостей, і найголовніше, це реалізація самого себе, створення особистості;

Керівник, звісно, не повинен виконувати кожний з цих пунктів, для того щоб мотивувати свого підлеглого, але якщо спробувати, результат не змусить чекати.

Існує багато способів мотивування персоналу, керівник індивідуально вирішує, які конкретно методи будуть ефективними і дієвими для відділу.

*План мотивації торгового персоналу, комерційних та торгових агентів [1, с. 506-507]:*

1. Розвиток і стимулювання відчуття лояльності до підприємства в цілому;
2. Зміцнення духу «команди»;
3. Налагодження взаємовідносин комерційних агентів зі співробітниками служби збуту;
4. Підкріплення моральної мотивації матеріальним стимулюванням;

Детально розглянемо кожний з цих пунктів:

Розвиток і стимулювання відчуття лояльності до підприємства є одним з найголовніших чинників сумлінної праці персоналу. Лояльні працівники безсумнівно працюють краще, вони більш мотивовані, та виконують свою роботу з повагою та сумлінням, адже повністю задоволені керівником і місцем своєї роботи. Також, від рівня лояльності персоналу до підприємства, залежить ініціатива, яка відходить від працівника, його бажання розвиватися збільшується в рази. Дієвим методом підвищення

лояльності є: гнучкі години роботи та відсутність дресс-кода. Впровадження особливої п'ятниці, тобто організація настільної гри, або перегляд фільмів, якщо є така можливість. Нелояльні працівники виконують роботу аби як, і тим самим псуєть імідж компанії. Тому, можна сказати, що лояльність персоналу буде успіх підприємства в цілому.

Не менш важливою задачею мотивації персоналу, є зміцнення духу «команди». Робота в команді створює можливості, яких складно досягти поодиноці. Доречним буде введення конкурсів та змагань у процес виконання поставлених завдань та цілей. Такий метод об'єднає виконавців та створить здоровий дух суперництва. Але важливо контролювати процес, і не псувати взаємовідносини. Саме поєднання зусиль дає змогу вирішити завдання організації.

Комерційні агенти і співробітники служби збуту, повинні також бути в хороших взаємовідносинах. Партнерських відносин можна досягти проводячи тренінги і семінари з приводу вивчення навиків продаж, які спільно проводяться для комерційних агентів і співробітників служби збуту.

Підкріплення моральної мотивації матеріальним стимулюванням. Не секрет, що за сумління, якісну та виконану в термін роботу, працівник чекає винагороду. Звичною формою винагороди є заробітна плата, але підкріплення її оплатою за тарифними ставками та окладами, ніхто не відміняв.

Додаткова оплата за важкість завдання, премії за вчасно виконану роботу. Не менш важливими є соціальні виплати, пільги працівникам і дивіденди [4].

В Україні прийнята думка, що людина виконує роботу тільки заради матеріальної винагороди. Оплата праці, це безперечно важливо, але якщо керівництво створює сприятливі умови для розвитку свого підопічного не тільки високою заробітною платою а і різноманітними курсами, то лояльність у такого працівника значно вища і всі задоволені. Закордоном

мотивація робітників має більш розгорнуте значення. Мотивації приділяється більше уваги, можливо це і є причиною успішності підприємств.

Розглянемо деякі закордонні моделі мотивації персоналу:

1. *Японська модель мотивації працівників.* Достатньо демократична модель, в результаті якої, працівники прагнуть втамувати духовні потреби, матеріальні цінності відкладаючи на другий план. Керівник націлений на абсолютну довіру до своїх підлеглих, підтримуючи та заохочуючи їх. Даній моделі мотивації притаманне використання колективного рішення поставлених питань, різноманітні заохочення, такі як, премії, часткова оплата місця де проживає робітник, витрати, які йдуть на дорогу до офісу і додому, також оплачує фірма. Кар'єрна сходинка залежить тільки від часу, який відпрацьовано, тобто маючи більший стаж, отримуєш вищу посаду. Ще одна особливість закладається в тому, що в приміщенні, працівники сидять один напроти іншого. Японці вважають що беручи повну відпустку, це неповага до компанії, тому мінімізують кількість днів для відпочинку. Такі робітники впевнені в тому, що вони мають велику відповідальність не тільки за свою роботу, а і за компанію в цілому, тому повинні зробити все, для того, щоб бути невід'ємною частиною єдиного цілого.

2. *Французька модель мотивації працівників.* Особливістю системи є сувора, індивідуальна оплата праці. За допомогою бальної шкали визначається рівень ефективності робітника, його здібностей та здатність виконувати поставлене завдання та ініціативність в усіх аспектах.

Заохочення від керівництва для підлеглих, вважається нормою, і це нікого не здивує. Справжньою винагородою для працівника є гнучкий графік, а ще краще робота не в офісі, а вдома. Ефективність праці вимірюється суто в розмірі заробітної плати і її саморегуляції. Особливістю також є те, що всі робітники мають інформацію про фінансове становище

підприємства. Не менш важливим для французів є медичне та соціальне страхування. Також компанія допомагає своїм підлеглим зі сплачуванням кредитів та надає безкоштовні обіди.

3. *Шведська модель мотивації працівників.* В Швеції введена політика, яка базується на рівності в оплаті праці, тобто працівники які займають однакову посаду в різних фірмах, мають однакову заробітну плату. Також, якщо прибуток компанії знижується, то ні в якому разі не дозволено знижувати заробітну плату. Ці дії спрямовані на підвищення рентабельності фірми. Найбільш важливим для шведів є колектив і дружні взаємовідносини в ньому, а вже найменше значення приділяється заробітній платі.

4. *Американська модель мотивації працівників.* Модель відома своєю системою «Плата за результат», тобто чітко сформовані завдання з певними рамками за винагороду. Система включає в себе премії, акції компанії, виплата комісійних. Американці перш за все прагнуть до самореалізації і особистого успіху. Керівництво надає своїм працівникам такі нематеріальні мотивації як, медичне страхування, сплачує обіди, не ігнорує корпоративні свята та влаштовує різноманітні курси з підвищення кваліфікації. Почасова оплата праці також стає популярною.

Можна зробити висновок, що закордонні системи мотивації працівників досить різноманітні, але кожна з цих моделей є ефективною у стимулюванні продаж і повністю задовольняє керівників і підлеглих.

Обираючи метод мотивації підлеглих, потрібно пам'ятати про те, що лояльні працівники, які впевнені в собі і в тому, що роблять, це запорука процвітання підприємства і його стабільний розвиток.

**Висновки.** План мотивації повинен бути різноманітним, якщо встановлена мета мотивувати весь свій відділ. Психологічний аспект при виборі методів мотивації має велике значення. Сутність в тому, щоб створити систему, яка буде працювати, тобто задовольняти, зацікавлювати

працівників і мотивувати їх на якісне виконання роботи. В систему повинна входити оплата праці, створення комфортних умов для працівників і налагодженні контакти. На жаль досить велика кількість керівників не розуміють, що саме мотивація персоналу збільшить продажі, і підвищуватиме стан компанії в цілому. За допомогою перерахованих методів та втілення їх у життя, продуктивність праці проявить себе як зростаюча, а зацікавленість підлеглих у своїй праці не змусить чекати.

### **Література**

1. Управління продажем : навч. посіб. / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков. – К. КНЕУ, 2011. – 627 с. – С. 506-507.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мотивація> (дата звернення: 26.04.2019)
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Піраміда\\_потреб\\_Абрагама\\_Маслоу](https://uk.wikipedia.org/wiki/Піраміда_потреб_Абрагама_Маслоу) (дата звернення : 26.04.2019).
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (Стаття 97. Оплата праці на підприємствах, в установах і організаціях).