

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ДЕМОТИВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне управління персоналом потребує від керівництва суб'єкта підприємницької діяльності не лише знань про методи мотивації праці, але й умінь їх практичного застосування. Ефективність роботи торговельного підприємства, його товарообіг і кількість прибутку значною мірою залежить від якості роботи його співробітників.

Більшість керівників надає перевагу в мотивації персоналу стандартним схемам матеріального стимулювання, які зводяться до розробки положень про оплату та преміювання, а також системі штрафів і утримань. Однак без урахування специфіки підприємства, а також індивідуальних особливостей працівників такі процедури не можуть повною мірою мотивувати торговельний персонал і знизити плинність кадрів [1, с. 292].

У персоналу підприємств зростання негативних мотиваційних комплексів призводить до зростання нервово-психічного напруження, зі зростанням якого підвищується рівень демотивації; збільшення робочого часу призводить до зростання нервово-психічної напруги, і як наслідок – до демотивації персоналу [2, с. 309].

Таким чином, забезпечення ефективності праці вимагає підвищення рівня мотивованості працівників, що буде неможливо здійснити без усунення причин їх демотивації. Наслідком демотивації може стати професійне вигорання (фізична і емоційна втома, втрата сенсу діяльності), що неминуче призводить до звільнення і витрат на пошук і навчання нових співробітників.

На основі аналізу наукових досліджень запропонована класифікація внутрішніх чинників демотивації працівників торговельного підприємства та наведені рекомендації щодо пошуку шляхів їх усунення або зменшенню ступеня впливу (табл. 1).

З метою попередження або взагалі припинення демотивації дуже важливо керівникам усіх рівнів та менеджерам з персоналу приділяти особливу увагу вивченню потреб, внутрішніх мотивів працівників та їх ієрархії, створити комфортні умови праці. За таких умов ентузіазм та зацікавленість у роботі кожного члена команди не вичерпаються з часом.

**Таблиця 1. Чинники демотивації працівників, що виникають на торговельному підприємстві, та шляхи їх усунення**

Демотиватори	Причини виникнення та посилення впливу	Шляхи усунення або зменшення ступеня впливу
Порушення неофіційних домовленостей	Середовище перешкоджає реалізації внутрішніх мотивів працівника	Формування реалістичних очікувань при відборі на вакантну посаду
Ігнорування умінь та кваліфікації працівника	Кваліфікація працівника вища за необхідну, його навички не реалізуються	Розроблення додаткових завдань, що допоможуть проявити потенціал працівника
Відсутність єдності з компанією	Працівники не відчують себе частиною колективу	Формування командного духу в колективі
Відсутність особистого та професіонального зростання працівника	Одноманітний рутинний характер і режим роботи. Результат діяльності видно лише через довготривалий період.	Формувати завдання на короткострокові періоди, довготривалі проекти розбивати на етапи з можливістю отримання видимого проміжного результату
Невизнання досягнень та результатів працівника	Ігноруються та не заохочуються особисті успіхи, працівник не виділяється із колективу	Приділення уваги до досягнень, застосування різних форм заохочення, перегляд системи оцінювання результатів праці
Недостатнє інформування працівника	Обмежений доступ до інформації для виконання поставлених завдань	Надання можливості користуватися усією необхідною інформацією
Неефективне керівництво	Відсутність ефективного лідерства керівників або його негативний вплив, відчуття деморалізації	Гнучкий та всебічний підхід до управління командою, вироблення навичок ділового спілкування, вміння викликати впевненість
Несприятливий соціально-психологічний клімат в колективі	Зниження продуктивності діяльності праці. Розвиток конфліктів, суперечок, протистоянь.	Надання працівникам можливості неформального спілкування поза роботою. Підтримка здорового психологічного стану колективу.

Отже, вплив демотиваційних чинників на ефективність праці персоналу кожного суб'єкта підприємництва в цілому та в торговельній сфері зокрема, викликає необхідність їх урахування при розробленні систем мотивації персоналу та систем оцінювання результативності праці.

#### Література

1. Карпенко Ю.В. Особливості мотивації працівників торгівлі у сучасних умовах / Ю.В. Карпенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2013. – № 3 (59). – С. 292-295.
2. Захарчин Г.М. Любомудрова Н.П. Методичні засади формування систем мотивації праці в сучасному менеджменті / Г.М. Захарчин, Н.П. Любомудрова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 8. – С. 393-397. URL: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015>