

ВИКОРИСТАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

доц. **Карінцева О.І.**, студент гр. Емс-31/1м **Босая Л.О.**

На сьогоднішній день, персонал підприємства є одним з ключових елементів, який забезпечує підприємству ефективне та довготривале функціонування в сучасному ринковому середовищі. Але, не дивлячись на це, роботодавці вітчизняних підприємств не приділяють належної уваги вивченню аспектам, що впливають на поведінку персоналу, спонукають його до активної трудової діяльності. І, як наслідок, недостатня його мотивація часто стає обмежувальним фактором, що не дає змоги підприємству реалізувати свої потенційні можливості. Керівники вітчизняних підприємств повинні розуміти, що ні прекрасно складені плани, ні досконала структура організації самі по собі не будуть спонукати людей до високопродуктивної роботи. Саме ефективний мотиваційний механізм покликаний забезпечити високоякісне й сумлінне виконання працівниками своїх обов'язків.

Питання мотивації персоналу довгий час приваблює і активно висвітлюється у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема А. Шопенгауера, П. Друкера, А. Сміта, Р. Дафта, С. Дуди, М. Клименко, О. Філатової та інших. Окремим аспектам мотиваційного механізму приділяли увагу такі вчені, як А. Колот, О. Синицька, В. Співак, С. Шапиро та інші. Результатом є значні розбіжності у трактуванні мотивації та відповідних їй механізмів впровадження засобів підвищення зацікавленості працівників підприємства у результатах своєї роботи.

Досліджуючи поняття «мотивація» і «мотиваційний механізм», слід зауважити, що ці категорії ніяк не тотожні, бо якщо розглядати мотивацію відносно до мотиваційного механізму, то вона є вихідним, базовим поняттям. Також немає єдиного підходу до трактування їх сутності, адже кожен вчений прагне висловити свою власну точку зору з цього приводу, хоча більшість визначень багато в чому схожі.

На думку одних авторів, мотивація – це свідоме прагнення до певного типу задоволення потреб. Інші автори під мотивацією розуміють усе те, що активізує діяльність людини. В усьому розмаїтті поглядів досить поширеним є визначення мотивації, як рушійної сили поведінки, прагнення людини до активних дій з метою задоволення своїх потреб.

Мотиваційний механізм, можна визначити, як комплекс економічних, організаційно-адміністративних, соціально-психологічних методів впливу до ефективної трудової поведінки працівників з метою розвитку в них внутрішніх мотивів до більшої трудової віддачі і, як наслідок, підвищення результативності роботи всього підприємства.

На жаль, але в Україні, що володіє значним кадровим та інтелектуальним потенціалом, підприємства недостатньо використовують методи впливу, пов'язані з підвищенням мотивації працівників, роблячи основний акцент здебільшого тільки на економічній складовій, через маніпулюванні заробітною платою: підвищуючи або знижуючи її залежно від успіхів підприємства на ринку. Безумовно, мотивація трудової діяльності не може бути дієвою без задоволення матеріальних потреб, адже всі прагнуть до достатку, певного рівня добробуту та матеріального стандарту життя.

За сучасних умов функціонування вітчизняних підприємств досить цікавим є те, що керівники прагнучи заохочувати працівників, завжди намагаються зробити це максимально економічно. Звідси дилема: виплатити кошти чи обрати нематеріальні методи мотивації. Але цей вибір надуманий, адже нематеріальна для працівника винагорода, як правило, вимагає витрат від підприємства. Прагнучи заощадити, багато підприємств йдуть на хитрість, ігноруючи формування мотиваційного механізму, вони поєднують програми мотивації із

заходами щодо посилення командного духу. Вважається, що корпоративні акції (тренінг, свято, виїзд на пікнік) – все одно що подарунок працівникам. Зрозуміло, створення згуртованої команди однодумців – це дуже добре, проте винагорода конкретного працівника є визнанням його персональних заслуг з боку керівництва, а результативність праці конкретного працівника зумовлюється передовсім індивідуальними можливостями та особистою зацікавленістю, а також його усвідомленням власної ролі в колективних зусиллях. Сплутування особистого та громадського, у цьому випадку, може призвести до неочікуваних наслідків.

Слід зауважити, що для сучасного персоналу вітчизняних підприємств, а особливо молодих фахівців, крім заробітної плати, важливими є й соціально-психологічні методи впливу мотиваційного механізму, зокрема рівень розвитку корпоративної культури, зміст та умови праці, за яких можна проявити свої навички та уміння, розкриття перспективи кар'єрного зростання, усвідомлення важливості виконуваної роботи та професійне навчання.

Отже, сьогодні для керівництва вітчизняних підприємств, одним з першочергових завдань, є використання потужних мотиваційних механізмів, що повинні функціонувати, як комплексна система, не виокремлюючи окремих своїх компонентів для забезпечення мотивування працівників і, як наслідок, підвищення продуктивності праці, розкриття підприємствами своїх потенційних можливостей.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 27-29.