Коробський Р.В., Москвінова В.В.

МОТИВАЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ

Для успішного розвитку та функціонування фірми, підприємства чи організації необхідне повноцінне та збалансоване використання всіх можливих ресурсів, у тому числі і трудових. У сучасних умовах ринкової економіки високо цінуються компетентні, висококваліфіковані, креативні та конкурентоспроможні працівники, які готові повноцінно працювати задля блага компанії. Тобто, трудовий та творчий потенціал майбутнього співробітника сприймається як один із основних ресурсів виробництва, та як важлива складова отримання прибутку, що спричиняє формування великого попиту на працівників, які володіють даним «ресурсом». Сучасний ринок праці в спромозі забезпечити виробництво необхідною кількістю робітників такого типу. Однак, часто працівники не виправдовують сподівань роботодавців, тобто, з тої чи іншої причини, достатнім чином не реалізують свій трудовий та творчий потенціали. Тому, постає питання про розвиток особистості працівника та його самореалізацію в організації. Головним при цьому залишається підтримання та стимулювання творчості, наполегливості та повної віддачі працівників з боку керівництва у ході виконання професійних обов'язків, тобто, проблема мотивації.

Метою статті є теоретичне вивчення мотивації та її застосування в управлінні. Сучасне підприємство, вимагаючи від співробітників високої продуктивності праці, застосовує трудову мотивацію як один із основних елементів, що збільшує можливість отримання прибутку. Варто зазначити: трудова мотивація – конкретизоване поняття, яке виділяється із більш широкого – мотивації взагалі. Синергетичний підхід до вивчення даного поняття дозволяє розглядати трудову мотивацію у контексті загальної мотивації.

Мотивація – поліаспектний процес, який базується на чотирьох основних категоріях: потребах, мотивах, стимулах та винагородах. Потреба – це відчуття працівником нестачі йому чого-небудь (поваги, грошей тощо)[1, с. 119]. Розрізняють первинні (фізіологічні) та вторинні (психологічні) потреби. Потреби формують у свідомості людини інтерес, який створює мотиви.

Мотиви – сильні цілі, які спонукають людину до певної поведінки чи діяльності [2,с. 259]. Мотиви можуть бути «внутрішніми» (пов'язані з отриманням задоволення від об'єкта, який людина вже має, і який вона бажає зберегти) та «зовнішніми» (обумовлені прагненням людини володіти якими-небудь речами, які не належать їй, або, навпаки, - уникати такого володіння).

Винагорода – це те, що людина вважає цінним для себе [1, с. 119]. Винагорода сприймається суб'єктивно, її цінність залежить від сьогочасних потреб людини.

Слово «стимул» має латинський корінь і дослівно означає «батіг». У загальному вигляді стимул можна розглядати як спонукання до дії, він виступає

спонукальною силою, яка зацікавлює людину в здійсненні певної економічної діяльності [3, с. 157]. Стимули формують економічну поведінку працівників відповідно до завдань реалізації їхніх інтересів та потреб. Виділяють три групи стимулів: грошові (фінансове заохочення), позаекономічні (пов'язані з ентузіазмом, солідарністю працівників) та моральні. Серед стимулів немає універсальних, як і винагорода, вони сприймаються суб'єктивно.

Мотивація – це синтез усіх вище викладених понять.

Трудова мотивація – спонукання людини до праці, яке є результуючою системою внутрішніх стимулюючих елементів, таких як потреби, інтереси, ціннісні орієнтації, з одного боку, а з іншого – відображені та зафіксовані свідомістю людини, фактори зовнішнього середовища, так звані зовнішні стимули [4].

Мотивація – складний поетапний процес, успішність якого залежить від багатьох елементів, зокрема й від самого працівника, його потреб, моральних цінностей, сподівань тощо. Формування правильної мотиваційної політики є однією з основних задач керівництва та менеджерів організації задля розвитку трудового потенціалу співробітників.

Ефективне управління базується на поєднанні реальних цілей, життєвих цінностей і установок, очікувань і потреб працівника з цілями організації. Людина, яка поділяє цілі й усвідомлює цінності своєї організації здатна визначити собі завдання, знаходити шляхи їх вирішення, здійснювати самоконтроль, тобто переходити від зовнішнього мотивування до самомотивування. Воно можливе за певних об'єктивних умов, серед яких важливу роль відіграють задоволення первинних потреб працівника, висока культура виробництва, реальне самоуправління. Для ефективності необхідне збалансоване поєднання зовнішнього та внутрішнього мотивування.

Найбільш дієва система мотивації – система стимулів та стягнень. Вона являє собою поєднані способи прямого і непрямого морального та матеріального впливу на людину (групу людей) з метою управління їх поведінкою [5, с.283]. Дана система містить такі основні мотиваційні засоби:

- Інформування про результати праці, оскільки відсутність такої інформації часто породжує дезорганізацію особистості;
- Мотивування у процесі обміну досвідом та знаннями між лідером (менеджерами) та підлеглими;
- Мотив першого дня роботи, оскільки на працівника протягом тривалого періоду впливає враження від ознайомлення з майбутньою роботою;
- Розкриття перспектив службового зростання, що сприяє підвищенню кваліфікації працівників;
- Справедлива оплата праці;
- Професійна гордість. У людей, які пересвідчилися, що їх успіх помічений і належно оцінений, зростає віра у свої сили, готовність до нових досягнень.
- Участь у прийнятті рішень, «мозковий штурм»;
- Еластичність робочого часу;
- Недирективна консультація, допомога при вирішенні особистих проблем

працівника [5, с.285].

Можна сказати, що наведені засоби мотивації є достатньо простими, але, у той же час, ефективними, оскільки вливають як на матеріальну, так і на моральну зацікавленість співробітників. Ці методи успішно застосовують різні компанії чи організації завдяки їхній простоті та дієвості.

Підсумовуючи все вищесказане можна додати, мотивація є невід'ємною складовою не тільки трудової діяльності людини, але і її повсякденного життя. Існують різні мотиви та стимули. Часто людина повністю не усвідомлює їх, а виконує дії «інстинктивно», спираючись на своє емоційно-оцінне сприйняття. Не можна не відзначити важливу роль мотивації в управлінні підприємством, її ефективність при досягненні результатів. Правильно побудована мотиваційна політика не тільки спростить умови праці, але й розкриє трудовий потенціал кожного співробітника, тобто підвищить конкурентоспроможність підприємства та його результативність.

Література

1. Мошек Г.Є., Поканєвич Ю.В., Соломко А.С., Семенчук А.В. Менеджмент: Навчальний посібник / під заг. ред. к. екон. наук, проф. Г.Є Мошека. – К.: Кондор, 2009. – 392с.
2. Дубравська Д.М. Основи психології: Навчальний посібник / Д.М. Дубравська. – Львів: Світ, 2001. – 280с.
3. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник / Ю.І. Палеха. – К.: видавництво «Ліра-К», 2010. – 338с.
4. Економічний словник [електронний ресурс] http://abc.informbureau.com
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2003. – 608с. – (Альма Матер).

Коробський Р.В., Нагуляк М.Ю.

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

На сьогоднішній день Україна розвивається на фоні соціально - економічної кризи та намагається покращити своє становище низкою нововведень. Відбулося збільшення пенсійного віку для населення, внаслідок чого гостро стала проблема соціальної захищеності працюючих.

Метою даної статі є дослідження складових та принципів складання соціального пакету, задля підвищення трудової мотивації працівників.

Керівники фірм та бізнесмени ще не до кінця усвідомили, що для того щоб робітник старанно і професійно виконував свою роботу, мав бажання вдосконалюватися для досягнення кращого результату, він повинен гарно харчуватися, мати можливість отримати добру освіту, вести соціально активне життя, забезпечувати свою родину. Цього поштовху не дасть звичайна тариф-