

МОТИВАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Чечетенко Т.О.

Доненський національний технічний університет

Питання мотивації і стимулювання господарчої діяльності підприємств на всіх етапах розвитку суб'єктів господарювання мають важливе значення. Основна ідея цієї статті полягає в розробці комплексного підходу до вирішення проблеми мотивації суб'єктів господарювання для забезпечення активізації та підвищення ефективності виробничої діяльності в Україні.

Глибокі зміни в політичній, економічній і соціальній сферах, які відбуваються в Україні, спрямовані на побудову нової економічної системи, заснованої на ринкових відносинах. Особливого значення в цих умовах набуває дослідження мотивації діяльності суб'єктів господарювання, оскільки в основі обґрунтування ринково спрямованого реформування знаходиться, по суті, саме мотиваційна концепція.

Для сучасного етапу розвитку вітчизняної економіки характерне використання різних систем мотивації, які базуються на вивченні і застосуванні управлінських технологій розвинених країн. Проте в Україні сформувалася така економічна модель, яка не достатньо сприяє розвитку суб'єктів господарювання та не достатньо виконує одну з найважливіших функцій управління – мотивацію (стимулювання) господарської діяльності, що підтверджують і основні економічні показники розвитку нашої держави.

Так, наприклад, тенденція обсягів валового внутрішнього продукту підтверджує про нестабільну економічну ситуацію в Україні та економічну кризу протягом 1993-1998 рр., що значною мірою послабило ступінь мотивованості вітчизняних суб'єктів господарювання. Але протягом останніх років спостерігається незначне зростання цього показника.

Як відомо, метою більшості підприємств є максимізація прибутку, забезпечення безперервності виробництва і досягнення максимального рівня продуктивності. Проте в Україні майже половина всіх підприємств є збитковими, а в сільському господарстві ця величина досягає близько 80%.

За підсумками останніх років спостерігається зниження рентабельності виробництва, а значить і зменшення фінансових ресурсів в реальному секторі економіки. Статистичні дані свідчать проте, що рівень рентабельності від операційної діяльності промислових підприємств є дуже низьким (майже 5% у 2004 р.), в наслідок чого зменшується інвестиційна активність суб'єктів господарювання.

Згасання мотивації вітчизняних підприємств, яке спостерігається сьогодні, обумовлене багатьма чинниками, але головним серед них є недостатність теоретичної бази для формування мотиваційного механізму, адекватного масштабам і характеру ринкових перетворень, що відбуваються в країнах з перехідною економікою.

Слід зазначити, що в Україні проводяться дослідження проблем мотивації і стимулювання здебільшого в трудовій діяльності вченими науково-дослідних інститутів, учбових і промислових організацій. Такі класики менеджменту як: Віханский О.С., Мескон М.Х., Альберт М, Хедоурі Ф., Ричи Ш., Мартин П., Веснін В.Р. – теж розглядають лише трудову мотивацію. Але деякі автори окремо розглядають питання мотивації інвестиційної діяльності та стимулювання покращення показників роботи підприємств. Однак суттєвість та специфіка сучасного господарювання вимагають системного підходу в вирішенні проблеми мотивації суб'єктів господарювання. Суть якого полягає у покращенні мотивації не лише трудової діяльності, а й формуванні дієвого механізму здійснення мотивації суб'єктів господарювання за різними напрямками: мотивація здійснення капіталовкладень та збільшення ефективності діяльності підприємств, мотивація розширеного відтворення та інші.

В зв'язку з тим, що відбувається постійна зміна умов становлення суспільства, то змінюється як сам об'єкт управління, так і його середовище. Таким чином, мотивація і стимулювання діяльності суб'єктів господарювання в ринкових умовах господарювання набуває цілком нового характеру. Ефективне використання цих функцій управління можливе тільки на основі глибоких знань законів і механізмів розвитку суспільства з урахуванням специфіки його функціонування. Процес управління господарською діяльністю являє собою складну і багатосторонню систему, що складається з різноманітних структурних елементів і використовує різні інструменти впливу. Такі елементи і інструменти зумовлюють реалізацію політики мотивації і стимулювання.

Проаналізувавши наявні визначення поняття "мотивації", можна зробити висновок, що мотивація – це прагнення суб'єкта (виникнення

у нього мотивів) задовольнити свої потреби (одержати певні блага) за допомогою здійснення господарської або трудової діяльності.

Також відомо, що мотивація може бути зовнішньою або внутрішньою. Під зовнішньою мотивацією (стимулюванням) мається на увазі створення певних сприятливих умов для здійснення діяльності суб'єкта господарювання, а під внутрішньою – самомотивація, породжена внутрішньою природою людини, його особистими інтересами.

Внутрішня мотивація суб'єктів господарювання заснована на їх економічних інтересах, отриманні певних результатів в наслідок здійснення господарської діяльності. На основі економічних інтересів підприємство формує цілі своєї діяльності та механізм їх реалізації, тобто здійснює управління своєю діяльністю. Використовуючи системний підхід, механізм управління діяльністю суб'єкта господарювання можна представити у наступному вигляді [1] (див. рисунок 1).



Рисунок 1 – Механізм управління діяльністю суб'єкта господарювання

З рисунка 1 видно, суб'єкт господарювання (підприємство) можна представити як складну відкриту соціально-технічну систему, яка пов'язана специфічними відносинами з її зовнішнім середовищем.

Щоб одержати прибуток і досягти інших цілей, на підприємстві виробляються блага (товари і послуги) для задоволення попиту із сторони. При цьому елементи потенціалу підприємства (персонал і засоби виробництва) взаємодіють з об'єктами (ресурсами).

Таким чином, постає питання яке місце у цьому процесі займає мотивація. Деякі автори вважають [2, 3, 4, 5, 6, 7], що мотивація як функція менеджменту виникає вже у самому процесі управління, тобто не на першому етапі здійснення господарської діяльності. Але в даному випадку мається на увазі лише трудова мотивація робітників під час здійснення ними певної трудової діяльності. Слід зазначити, що якщо розглядати мотивацію суб'єкта господарювання в цілому, то мотивація виникає як первинна функція. Тобто для здійснення певної діяльності (трудової чи господарської) у суб'єкта повинен виникнути мотив для здійснення певних дій. Отже, розглянемо загальну модель мотивації, у якій більш точно показано місце цієї функції менеджменту при здійсненні господарської діяльності (див. рисунок 2).

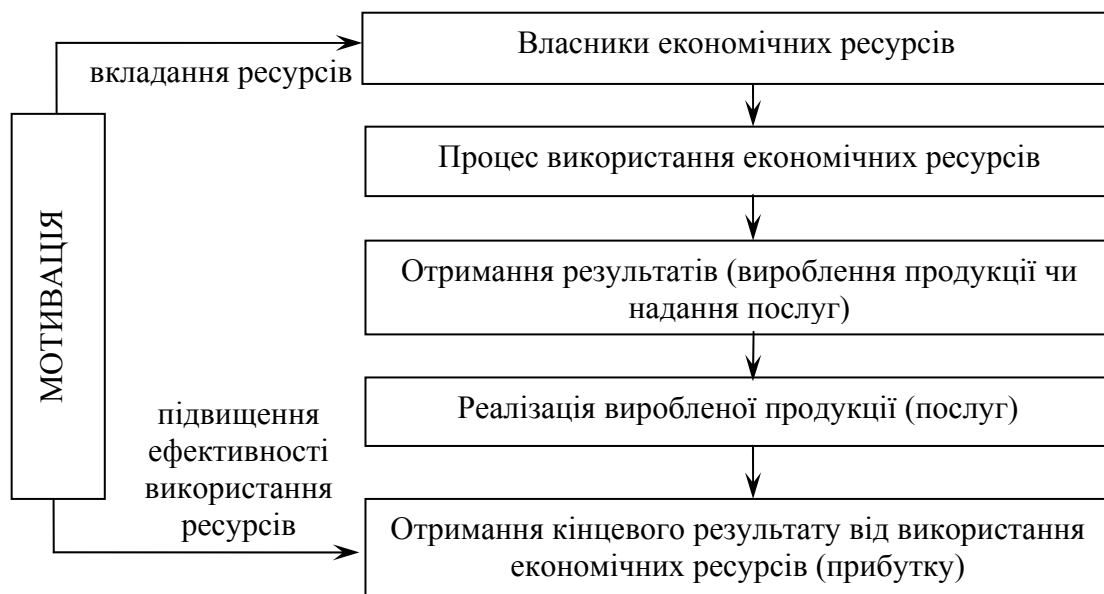


Рисунок 2 – Місце мотивації у процесі здійснення господарської діяльності

З даної схеми видно, що мотивація повинна здійснюватися на кожному етапі господарської діяльності, починаючи з вибору напрямку діяльності, мотивації вкладань певних економічних ресурсів, та закінчуючи мотивацією підвищення ефективності використання цих ресурсів, отримання найбільших результатів.

Аналіз існуючих різноманітних теорій мотивації і стимулювання показав, що всі вони направлені на мотивацію окремого індивіда (в основному працівника), і дуже мало напрацьовань про створення стимулів для цілого підприємства (не тільки для його працівників, але і вищого керівництва і власників).

Мотивація суб'єктів господарювання в Україні повинна здійснюватися, в першу чергу, на державному рівні, по двох основних напрямках: мотивація капіталовкладень і мотивація трудової діяльності.

Слід зазначити, що одним з найважливіших чинників при формуванні напрямків мотивації суб'єкта господарювання є визначення його форми власності, яка безпосередньо впливає на його економічні інтереси та механізм їх досягнення. Так, наприклад, для фізичних осіб однакове значення має як трудова мотивація, так і мотивація капіталовкладень, в цьому випадку суб'єкт господарювання виступає як власник і працівник. А якщо суб'єктом виступає юридична особа, то вона більш заінтересована в мотивації капіталовкладень.

Отже, врахування при здійсненні мотивації суб'єктів господарювання запропонованих рекомендації буде сприяти підвищенню ефективності та розвитку господарської діяльності в Україні.

Література:

1. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем./ Под. ред. и с предисл. А.А. Турчака, Л.Г. Гововача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 800с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 704 с.
3. Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М.: "ГНОМ-пресс" при сод. ТД "Элит-2000", 1999. – 440 с.
4. Дафт Р. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 832 с.
5. Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учебное пособие для вузов / Пер. с англ. под ред. проф. Е.А. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 399 с.
6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – М.: Гардарики, 1999. – 528 с.
7. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – 3-е изд. – Минск: "Новое знание", 2000. – 336 с.