

Шевченка. Серія: Економіка, 2012. – № 137 – С. 59 – 64.

4. Дуднева Ю.Е. Управління іміджем машинобудівного підприємства / Ю.Е. Дуднева // Машинобудування. – 2010. – № 6. – С. 189–197.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Бондаревська К.В., к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Плясун А.В., студент, ДДФА, м. Дніпропетровськ, Україна

Мотивація є рушійною силою, що спонукає працівників до ефективної трудової діяльності, є однією з провідних функцій управління, оскільки досягнення кінцевої мети залежить від злагодженості роботи людей. Правильне мотивування змушує людину працювати краще, відповідальніше ставитися до своїх обов'язків, докладати до виконання роботи більше зусиль. Отже, умовою успіху кожного підприємства є мотивація персоналу, що зумовлює зацікавленість усіх членів колективу в підвищенні основних економічних показників, серед яких продуктивності праці, прибутковості та рентабельності, конкурентоспроможності на ринку.

Дослідженнями особливостей та проблем мотивації праці приділяли увагу відомі зарубіжні та вітчизняні вчені-економісти, серед яких: А. Сміт, Ф. Тейлор, Г. Емерсон, Е. Мейо, Е. Мол, Р. Дарт; всесвітньо відомі автори змістових та процесуальних теорій мотивації – А. Маслоу, К. Альдерфер, Ф. Герцберг, Д. Мак-Клеланд, В. Врум, С. Адамс, Л. Портер, Б. Лоулер та інші; а також дослідники Н.П. Базалійська, Г.І.Зеленько, К.Б. Козак, Ю.Ю. Оніщук, А.Афонін, О.Новікова, В. Онікієнко, Г. Цехановецький. Однак стан мотиваційного механізму сучасних підприємств потребує свого вдосконалення у контексті посилення вмотивованості персоналу до підвищення продуктивності своєї праці.

Метою роботи є вивчення особливостей мотивації персоналу та дослідження шляхів його мотивування для підвищення продуктивності праці на сучасних підприємствах.

Динамічні зміни у соціально-економічних відносин, відповідні процеси в усіх сферах господарської і виробничої діяльності викликають глибокий науковий і практичний інтерес до світового досвіду активізації людського фактора з метою досягнення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства. Аналіз цього досвіду дає підстави стверджувати, що успіхи провідних фірм у розвинених країнах пов'язані зі створенням вискоєфективних механізмів управління людськими ресурсами на рівні організації, в основі формування яких знаходиться мотивація персоналу - комплексний, стратегічний підхід до використання і розвитку трудового потенціалу та підвищення конкурентоспроможності персоналу [4].

Мотивація персоналу є однією з функцій управління поряд з іншими функціями, такими як планування, організація, контроль, оскільки ефективна

діяльність підприємства, його конкурентоздатність залежить від того, наскільки дієвою є мотивація людей, що працюють на підприємстві.

Абрахам Маслоу зазначає, що будь-яка поведінка є полідетермінованою, тобто має складну мотивацію [2].

В економічній літературі поняття «мотивація персоналу» трактується по-різному. Так В. Никифоренко вважає, що мотивацію персоналу можна визначити як систему взаємодії персоналу з метою досягнення максимальної ефективності діяльності організації за рахунок забезпечення інноваційної поведінки персоналу на основі формування адекватної організаційної культури, розвитку людського потенціалу і побудови відповідної системи мотивації інноваційної поведінки [4].

Вчений-дослідник Е. Мол, розглядаючи мотивацію персоналу, визначає його як «тип управління, в якому віддається пріоритет мотивації ділової поведінки, діяльності, відношенням над адмініструванням і жорстким контролем» [1].

Американський учений Р. Дарт розглядає мотивацію як сили, що існують усередині людини, і які збуджують у ній ентузіазм і завзятість до виконання певних дій. Далі він зазначає: «Мотивація працівників впливає на їхню продуктивність, і частина роботи менеджера саме і полягає в тому, щоб спрямувати мотивацію на досягнення цілей організації» [4].

Підсумовуючи вище сказане можна сказати, що мотивація – це сукупність мотивів та стимулів, спрямованих на досягнення цілей організації через підвищення продуктивності праці робітників за рахунок їх спонукання до активної трудової діяльності.

Розуміння змісту мотивації – головний показник професійної майстерності гарного керівника. Знання про вчинки людей – необхідна передумова для того, щоб допомогти їм реалізувати власні мотиви та запобігти певним ускладненням. Кожна людина має свої інтереси та потреби, цінності, у задоволенні яких полягає зміст людського життя [2]. Саме тому у різних працівників мотивація проявляється по-різному.

Найбільш ефективною вважається така система мотивації, при якій відповідно до можливостей підприємства і потреб співробітників розроблені і реалізуються різноманітні її форми, до яких, як правило, відносять: матеріальну, нематеріальну; позитивну, негативну; зовнішню, внутрішню; групову, загальнокорпоративну, індивідуальну [3].

До методів матеріального заохочення слід віднести: премії, доплати, участь у прибутках підприємства, бонуси [1]. Під нематеріальним розуміються такі заохочення до високорезультативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових коштів, але можуть потребувати від компанії інвестицій у якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, надання безкоштовних санаторно-курортних путівок, корпоративні свята, корпоративний відпочинок, відзнаки, грамоти тощо.

Позитивна мотивація – це прагнення працівника досягти успіху у своїй діяльності. Вона передбачає стимулювання робітників до свідомої активності і

викликає позитивні емоції і почуття, які можуть бути пов'язані зі схваленням тих, з ким працює дана людина. У цьому випадку використовують різні надбавки до зарплати, премії, нагороди і бонуси. Негативна мотивація, навпаки, пов'язана із застосуванням осуду, несхваленням, спрямована на те, щоб людина відчула страх перед провалом або покарання за невиконану роботу. У такому разі, як покарання можуть виступати зауваження від керівництва, штрафи, позбавлення премії, стипендії, також суперечності в колективі і відмова від прийняття в групу. При негативній мотивації людина прагне піти від неспіху. Однак вважати негативну мотивацію рушійною силою та чинником зростання ефективності недоцільно, оскільки більшість людей сприймає відповідні інструменти, як демотиватори.

Зовнішня мотивація стимулює поведінку людини до ефективної діяльності, яка спонукається фізіологічними потребами, матеріальними благами, соціальними чинниками (статусом, престижем, владою, зовнішніми вимогами). Наприклад, для підприємства мотивом є прибуток, а для співробітника – можливість отримання власного житла.

Внутрішня мотивація - це мотивація, яка не пов'язана з впливом зовнішнього середовища, соціальними чинниками, фізіологічними потребами організму, матеріальними благами. Різновидом внутрішньої є самомотивація - робота над собою, отримання внутрішнього задоволення від праці та прагнення до досконалості.

Групова, або загальнокорпоративна мотивація спрямована на згуртування колективу, досягнення поставленої мети через взаємодію між працівниками, тобто зміцнення довіри персоналу, створення в колективі взаємодовіри, поваги і підтримки, встановлення чітких цілей та завдань, обґрунтування норм виробітку. До цієї категорії відносяться стимули, що допомагають робітнику відчувати належність до колективу, задоволення від роботи і відповідають прагненню вирішувати проблему, залучають членів колективу до колективних заходів тощо.

Загалом керівництво організації має вміло поєднувати різні методи мотивації, оскільки кожний робітник має різні мотиви, які спонукають його ефективно працювати.

Таким чином, мотивація реалізується через відповідні форми, до яких відносять: матеріальну, нематеріальну; позитивну, негативну; зовнішню, внутрішню; групову, загальнокорпоративну, індивідуальну. Така різноманітність форм мотивації свідчить, що до кожного працівника потрібен індивідуальний підхід, який буде враховувати його власні потреби. Також можна сказати, що кожне підприємство має свободу вибору засобів мотивації, базуючись на досвіді передових вітчизняних та зарубіжних підприємств, розробляючи власні ідеї або спираючись на традиційні методи мотивації персоналу. Незмінним залишається основне призначення мотивації – змусити людину працювати краще, відповідальніше ставитися до своїх обов'язків, докладати більше зусиль до виконання роботи, адже для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства постає гостра необхідність у забезпеченні кваліфікованими кадрами та виявленні їх мотиваційних потреб.

Список літератури:

1. Базалійська Н.П. Стан системи мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах / Н.П. Базалійська, М.П. Казановська // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. - № 5(43) - С. 103-105.
2. Зеленько Г.І. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства / Г.І. Зеленько, Л.Ю. Ганжурова // Наукові записки НаУКМА. - 2012. - Т. 133: Економічні науки. - С. 65-70.
3. Козак К.Б. Мотиваційна політика підприємства як фактор його конкурентоспроможності / К.Б. Козак // Економіка харчової промисловості. – 2013. - № 1(17). - С. 21-24.
4. Оніщук Ю.Ю. Мотивація як одна зі складових ефективного управління розвитком людських ресурсів організації / Ю.Ю. Оніщук // Управління розвитком. - 2013. - № 12. - С. 137-139.
5. Польова В.В. Мотивація як фактор підвищення ефективності трудової поведінки працівників / В.В. Польова // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_90.pdf.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

*Лозовська Н.М., викладач, Бондар Є.І., студент, Качур О.І., студент,
Вінницький коледж Національного університету харчових технологій,
м. Вінниця, Україна*

Харчова промисловість займається переробкою продовольчої сировини й забезпечує населення продуктами харчування. За обсягами виробництва вона становить значну частину промислової продукції. Велика кількість сировини та попит споживачів на неї у різних районах країни зумовили повсюдне поширення розмаїтої галузі підприємств. В одних місцях вони забезпечують потреби місцевого населення, в інших спеціалізуються на продукції, яка поставляється і в інші райони країни, а також за її межі. За останнє десятиліття харчова промисловість була суттєво реконструйована, оновлена, досягла значної різноманітності асортименту продукції, досить високої якості багатьох її видів. На даний час важливим питанням подальшого розвитку провідних галузей харчової промисловості є стійкий розвиток підприємств та ведення соціально відповідального бізнесу.

В Україні наявна невелика кількість підприємств, які добровільно приймають на себе соціальну відповідальність перед стейкхолдерами, що зацікавлені в результатах їх діяльності, тому актуальним питанням є питання самовизначення