

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті представлений огляд механізмів мотивації персоналу підприємств, на основі загальних характеристик представлений порівняльний аналіз механізмів мотивації персоналу українських підприємств і підприємств інших країн світу.

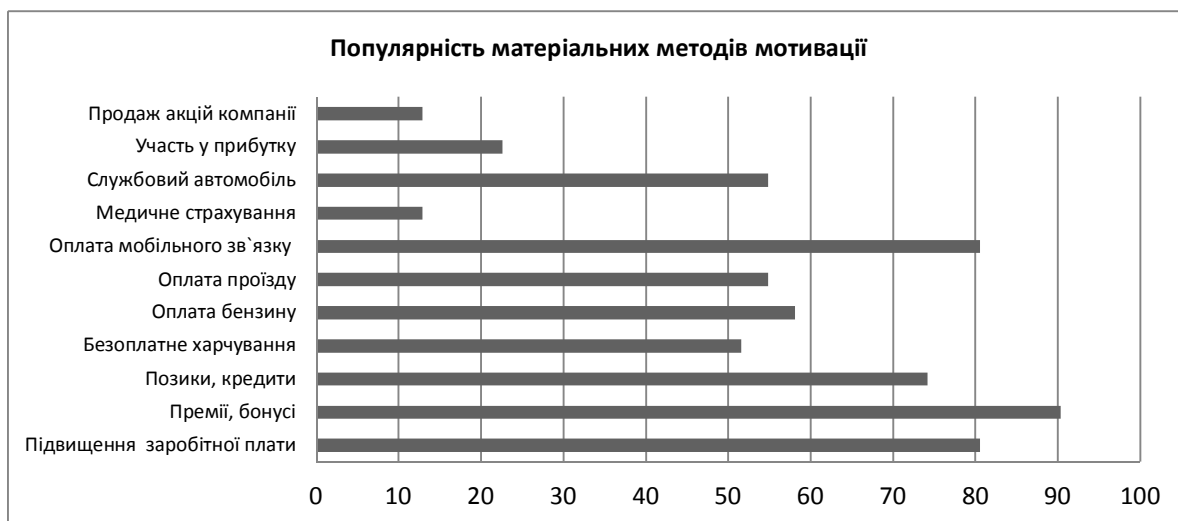
В умовах необхідного забезпечення конкурентного розвитку підприємств важливого значення набуває система мотивації праці. Мотивація завжди відігравала роль каталізатора в процесі управління персоналом та була стимулом для підвищення трудової та творчої активності.

Мотивація персоналу — це створення у співробітників внутрішнього стимулу до якісної та результативної трудової діяльності за допомогою різних прийомів. З цим поняттям часто ототожнюють поняття «Стимулювання», але це не одне те саме. Стимулювання — це застосування більш жорстких, категоричних заходів. Мотивація ж більш гнучка і багатогранна система.

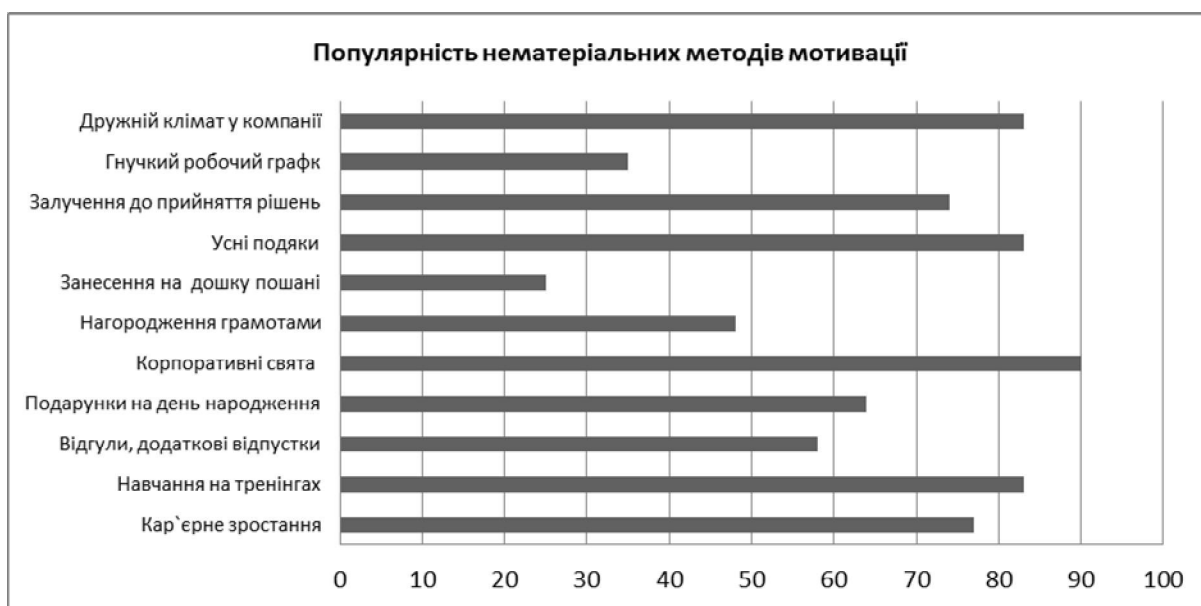
Трудова мотивація є імпульсом до свідомої діяльності працівників, яка спрямована на кращий результат. Отже ставлення до роботи працівників істотно залежить від ефективності функціонування механізму трудової мотивації.

На сьогоднішній день існує умовний поділ стимулів на матеріальні і нематеріальні.

Матеріальна мотивація реалізується через систему оплати праці, участі працівників у прибутках. Крім матеріального стимулювання цей вид мотивації передбачає і застосування матеріальних санкцій (при зниженні якості продукції, допущенні браку).



Нематеріальна мотивація в свою чергу поділяється на моральну та адміністративну мотивацію. Моральна мотивація передбачає використання системи оцінювання заслуг, ділових якостей працівників, виховання у них почуття гордості за свою фірму, відданості їй, відчуття необхідності, їхньої потреби на підприємстві.



Адміністративна мотивація ґрунтується на дисципліні праці, відповідальності працівника, використанні різних форм дисциплінарного покарання (зауваження, догана, звільнення з роботи) і дисциплінарні заохочення.

При цьому співвідношення цих стимулів значно відрізняється в залежності від компанії. Таким чином, на більшості фірм Західної Європи

відбувається поступове скорочення частки матеріальних винагород і збільшується частка нематеріальних стимулів.

У той час як значна кількість підприємств і фірм Східної Європи характеризується тим, що політика керівників спрямована на скорочення в доходах сімей частки громадських фондів споживання і збільшення частки в доходах матеріальної винагороди.

Не дивлячись на те, що країни з розвиненою ринковою економікою приділяють значну увагу застосуванню сучасних методів матеріального і нематеріального стимулювання більшість українських підприємств, головним чином, використовують традиційні механізми матеріальної мотивації персоналу, які базуються на матеріальних стимулах, що позбавляє значимості орієнтацію працівників на зростання продуктивності праці.

Для підтвердження усього зазначеного вище наведу слова справжнього професіонала своєї справи. «У більшості організацій роботодавці не мають найменшого уявлення про реальний рівень мотивації їхніх підлеглих. Без цього знання даний показник неможливо покращити». Це слова бакалавра Гарвардського університету, корпоративного консультанта і розробника навчальних програм для підвищення кваліфікації працівників компанії General Motors Александра Хаєма.