

СУЧАСНІ МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Абдрашитова Марина Олександрівна,

*студентка 4-го курсу, кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: AbdrashytovaMO@krok.edu.ua*

Самородченко Ганна Вікторівна,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри національної економіки та фінансів,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: AnnaSV@krok.edu.ua,*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8756-3495>

Однією із головних функцій управління на підприємстві є саме мотивація. Підприємство може реалізувати свій потенціал до економічного зростання лише за умов ефективної мотивації. Недостатня ж мотивація на підприємстві може виступати стримуючим фактором до зростання показників ефективності його діяльності. Саме тому питання удосконалення мотивації праці персоналу на підприємстві є актуальним.

У загальному розумінні мотивація – це сукупність рушійних сил, що стимулюють людину до виконання визначених дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо або несвідомо робити ті або інші вчинки [1].

Сутність теорій мотивації полягає в тому, що людина, усвідомлюючи завдання, що ставляться перед нею, і знаючи ту винагороду, яку вона може одержати за їхнє вирішення, зіставляє це зі своїми потребами, можливостями і здійснює певну діяльність.

Фактором мотивації, насамперед, виступає система стимулювання праці. Також важливою є роль індивідуальних заходів матеріального і морального стимулювання до високопродуктивної праці: встановлення рівня грошової винагороди, тарифних ставок, доплат, премій, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання за рахунок підприємства [2, с. 275].

Видатний американський бізнес-консультант та тренер Джим Рон виділив чотири основних фактора мотивації [3]: - визнання в колі рівних; - визнання зі сторони поважних та значимих людей; - бажання допомогти сім'ї; - бажання допомогти світу (порив благодійності, коли людина має можливість ділитися з іншими людьми своїми засобами та знаннями).

В практиці вітчизняних підприємств переважають традиційні матеріальні стимули, не приділяється належна увага нефінансовим системам мотивації, здійснюється механічне перенесення елементів американських та західноєвропейських систем мотивації на український ґрунт, що в цілому формує недостатньо ефективні системи мотивації.

Доцільно розглянути мотивацію персоналом за кордоном, а також який саме має вигляд мотивація по-іноземному. Мотивацію персоналом у США можна охарактеризувати країну можна віднести до ідеологів сучасних методів ведення бізнесу.

Методи мотивації на підприємствах США можна поділити на дві групи: ті, що підтримують престиж організації, і ті, що стимулюють продуктивність і якість праці. Методи першої групи забезпечують підбір і закріплення найбільш кваліфікованих кадрів, другі – підтримують високий рівень результативності. До методів першої категорії можна віднести відрахування в пенсійний фонд, страхові і лікарняні доплати, участь в прибутках. До другої категорії відносять преміювання у формі грошових виплат, просування по кар'єрній сходинці, моральне стимулювання тощо. [4].

Щодо досвіду мотивації персоналу на підприємствах такої країни як Японія, то її можна охарактеризувати як «японська стабільність». «В першу чергу служи імператорові та країні, в другу - своїй компанії, в третю - своїй сім'ї, потім можеш приділити увагу собі самому», - цей основний принцип психології японського суспільства йде ще з епохи феодалізму. Це посилення знаходить відображення і в сучасній корпоративній культурі країни висхідного сонця.

У Японії людина влаштовується на роботу на все життя. Будучи одного разу прийнятим в компанію, японець залишається там аж до офіційного виходу на пенсію. Підприємство, на якому працює фахівець, стає практично другою сім'єю. Отже, нематеріальна мотивація співробітників здійснюється за психологічною схемою "батько-син", де батьком виступає компанія, а сином – співробітник [5, с. 89].

У Нідерландах основна роль, яка визначає зацікавленість і трудову активність працівників, відводиться пільгам і компенсаціям. Якщо у співробітника виникла необхідність в консультації лікаря, то компанія надає своєму співробітникові дві оплачувані години - впродовж них він може спокійно відправитися в лікарню. А якщо підлеглий впродовж трьох місяців був відсутній на роботі - наприклад, по хворобі, - то він отримує один додатковий сплачений день відпочинку.

А ось у Швеції первинними цінностями є дружба, партнерство і колектив. На другому місці в рейтингу пріоритетів у шведів стоїть цікава робота, і лише на сьомій позиції - розмір заробітної плати. На сьогодні багато шведських компаній дозволяють своїм співробітникам працювати удома.

Дослідивши японські і американські методи мотивації, можна зробити наступні висновки, що американські компанії роблять акцент на грошову винагороду, конкуренцію, страх втратити роботу, а в Японії – на внутрішнє змагання, підвищення рівня кваліфікації, вдячності в роботі. Отже мотивація в США носить зовнішній характер, а в Японії - визначається внутрішніми якостями і потребами персоналу підприємства [5].

Таким чином, використання ефективної мотиваційної моделі на підприємстві забезпечує зацікавленість працівників у підвищенні продуктивності праці та в повній реалізації свого творчого потенціалу. Ринкові форми господарювання відкривають широкі можливості для практичного використання різних методів мотивації, і не лише матеріального стимулювання.

Список використаних джерел:

1. Никифоренко В.Г. *Управління персоналом: Навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене.* – Одеса: Атлант, 2013 р. – 275 с.
2. Хміль Ф. І. *Основи менеджменту: підручник / Ф.І. Хміль.* – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.
3. Стахів О.М. *формування мотиваційного потенціалу вітчизняних підприємств в рамках реалізації європейської моделі якості.* – *Економіка і держава.* – 2006. – №4. – с.89-91.
4. *Як українські фірми заохочують співробітників? [Електронний ресурс] / С.Товстенко//Бізнес портал – 2011 – Режим доступу: <http://toplutsk.com>*
5. Гривківська О. В. *Мотивація персоналу в зарубіжних компаніях Гривківська // Актуальні проблеми економіки.* – 2010 – №9. – С.86-91.