

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ

Анотація. Розглянуто особливості ефективної мотивації праці працівників відділу маркетингу на підприємстві. Подано характеристику основних видів матеріального та нематеріального стимулювання працівників. Запропоновано напрями вдосконалення ефективності системи стимулювання на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрены особенности эффективной мотивации труда работников отдела маркетинга. Дана характеристика основных видов материального и нематериального стимулирования работников. Предложены направления о совершенствовании эффективности системы стимулирования на предприятии.

Annotation. The features of effective motivation of employees of the marketing department at the company are considered. The characteristic of the main types of material and non-material incentives for workers is given. The directions for improving the effectiveness of incentive systems at an enterprise are offered.

Ключові слова: заробіт на плата, кваліфікація, матеріальні стимули, мотивація, нематеріальні стимули, премія.

На сьогоднішній день необхідною умовою підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності продукції є формування ефективного мотиваційного механізму працівників підприємства. Тому проблема розробки дієвих методів мотивації працівників виробничої сфери набуває особливого значення. Перед керівництвом більшості підприємств дуже гостро постає проблема підвищення віддачі від діяльності персоналу, формування у свідомості людини бажання працювати за рахунок мотивації його трудових зусиль [1]. Актуальність цієї проблеми полягає в тому, що більшість керівників гальмують розробку і впровадження у практичну діяльність ефективною системи мотивації праці, необхідних для досягнення поставлених підприємством цілей.

Метою цього дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи мотивації робітників виробничої сфери на підприємстві.

Питання мотивації персоналу розглядають як вітчизняні, так і іноземні дослідники. Важливий внесок у розвиток теорії мотивації зробили такі зарубіжні вчені, як: М. Альберт, К. Алдерфер, Рю Барденс, Ф. Беккер, В. Врум, Г. Гант, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор, А. Маслоу, Ф. Хедоурі, Ф. Фрітсроу. Важливі наукові досягнення в проблемі мотивації працівників були зроблені такими провідними українськими вченими, як: Д. Богинею, П. Беленьким, О. Виханським, В. Герасимчуком, В. Голиковою, В. Гончаровою, В. Гуменюком [2]. Хоча існує маса значних наукових праць у сфері мотивації працівників, деякі питання як і раніше залишаються темою для обговорень.

У економічному словнику є таке визначення мотивації праці:
мотивація – сукупність внутрішніх стимулів окремої людини або групи людей до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації [3, с. 344].

Осьове призначення мотивації полягає в тому, щоб стимулювати поведінку працівників. Головну мету мотивації можна визначити через об'єднання особистих інтересів працівників з досягненням цілей підприємства [4, с. 20].

Провідна роль мотивації працівників належить заробітній платі, яка є основною формою доходу працівників. Заробітна плата, соціальні виплати та пільги, преміювання належать до матеріальних стимулів. Рівень оплати праці повинен безпосередньо залежати від якісних і кількісних результатів праці конкретних працівників, а також від рівня ефективності функціонування підприємства. Система соціальних виплат і пільг повинна забезпечити найбільшу зацікавленість працівників в ефективному виконанні своїх обов'язків. Тобто мова йде про систему преміювання, оскільки вона є найважливішим інструментом стимулювання персоналу підприємства. Її загальними принципами є винагорода за будь-які, навіть незначні, успіхи, своєчасність, потенційна необмеженість величини премій, регулярний перегляд критеріїв преміювання у зв'язку зі зміною умов діяльності організації. У цілому премії допомагають адекватно оцінити індивідуальний внесок працівника в кінцеві результати, враховуючи систему диференціації посадових окладів [5, с. 48].

Розрізняють нематеріальну і матеріальну мотивацію.

Нематеріальна мотивація працівників, у першу чергу, спрямована на задоволення мотиву збереження соціального статусу в трудовому колективі. До стимулів нематеріальної мотивації можна віднести, зокрема, надання працівникам можливість пройти навчання для підвищення кваліфікації.

Підвищення кваліфікації робітників – це безперервне, організоване навчання, спрямоване на вдосконалення професійних і економічних знань, умінь і навичок. Сучасному працівнику служби маркетингу необхідно знати, як визначити і сегментувати ринки, і яким чином позиціонувати товари і послуги, здатні задовольнити потреби цих обраних цільових сегментів. Він повинен знати, як встановити ціну на вироблені товари, щоб вони виглядали

про них і заохотів придбати. Робота над цими завданнями вимагає різноманітних навичок. Таким чином, на основі зростання НТП висуваються нові, більш високі вимоги до працівників відділу маркетингу, їх професійної підготовки та економічних знань.

Підвищення кваліфікації працівників може здійснюватися в різних формах:

- це можуть бути курси на підприємствах і установах з використанням кваліфікованих фахівців;
- більш глибокі знання можна отримати на спеціальних факультетах чи курсах підвищення кваліфікації при вищих навчальних закладах, а також на курсах, семінарах, що влаштовуються фірмами, які спеціалізуються на потребах підприємств і організацій [6, с. 115].

Підвищення професійного рівня працівників дозволить підвищити ефективність як маркетингової діяльності, так і діяльності всього підприємства. Не менш важливими є безпека праці, зручність робочого місця, забезпеченість ресурсами для ефективної роботи, повагу з боку керівників і співробітників, вручення іменних подарунків та ін. [7, с. 30–34].

Найбільш важливою є матеріальна мотивація. Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення людини поліпшити свій добробут обумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, кількості, якості та ефективності праці.

До матеріальних стимулів слід віднести заробітну плату, її різні форми; премії за продуктивність праці і досягнення в роботі; частку у прибутках; заохочувальні та компенсаційні виплати, податки та ін. Тільки за умови узгодженого й структурно обґрунтованого використання різних стимулюючих засобів можливо досягнути позитивний результат.

Для підвищення ефективності праці працівників на підприємстві крім стандартних матеріальних і нематеріальних стимулів можна запропонувати:

- мотивацію режимом роботи, можливість компенсувати певні недоліки матеріальної винагороди [8];
- підвищення лояльності і мотивації працівника за допомогою визнання його трудових заслуг. Для цього використовуються грамоти, медалі, розміщення на дошці пошани або в корпоративній будівлі, публічне винесення подяки [9].

Особливу увагу можна приділити організації відпочинку членів трудового колективу. Це можуть бути різні форми корпоративного ("корпоративні вечірки", пікніки тощо) і сімейного дозвілля (наприклад, путівка для всієї родини в екзотичну країну).

Таким чином, підприємство може розраховувати на успіх, якщо воно володіє певною кількістю працівників відділу маркетингу, які можуть реалізувати свої знання, навички і здібності на практиці. Здатність ефективно використовувати потенціал працівників залежить від умов праці та їхньої зацікавленості у належному виконанні своїх обов'язків, тобто від розвиненості системи мотивування на підприємстві. Високо оцінюються також дружні стосунки в колективі, сприятливі умови праці. Усе перераховане дозволяє зробити висновок про необхідність розробки системи мотивації, заснованої на оцінці внеску кожного працівника в досягнення загального результату.

Наук. керівн. Прохорова Т. П.

Література: 1. Онлайн бібліотека e-Reading [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/89732/Petrova_Frederik_Gercberg.html. 2. Премія як важливий інструмент стимулювання на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/-portal/soc_gum/Uproz/2012_9/ul209rod.pdf. 3. Большой энциклопедический словарь / под ред. Азрилияна А. Н. – 2-е изд. доп. и перер. – М. : Ин-т новой экономики, 1997. – 867 с. 4. Зайцева Ю. Мотивація персоналу до ефективної роботи: від теорії до практики / Ю. Зайцева // Менеджер по персоналу. – № 11. – 2010. – С. 20–29. 5. Колот А. М. Мотивація персоналу / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с. 6. Гріньова В. М. Проблеми управління трудовими ресурсами підприємства / В. М. Гріньова, О. М. Ястремська. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 192 с. 7. Рутіцька В. Система нематеріального стимулювання персоналу / В. Рутіцька // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 3. – С. 30–34. 8. Бреус Т. Мотивація персоналу в 2010 році: основні тенденції / Т. Бреус // Кадровик України. – 2010. – № 2. – С. 110–116. 9. Путівник у світі бізнес-фінансів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/motivatsiya_personala_iskusstvo_uderzhat.