

НЕДОЛІКИ ФІНАНСОВОЇ МОТИВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В. С. Мальцева¹, І. В. Пивавар²

¹ студентка 4 курсу ОП «Економіка та економічна політика» кафедри державного управління, публічного адміністрування та економічної політики, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

² доцент кафедри державного управління, публічного адміністрування та економічної політики, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

veronika.maltseva@hneu.net

pivavariv@ukr.net

Роль мотивації у підвищенні ефективності продуктивної діяльності підприємства є надзвичайно важливою, оскільки від співробітників залежить інтенсивність і якість продуктивної діяльності підприємства, а мотивація впливає на поведінку та результативність працівників, стимулює їх до виконання професійних завдань, а також є основою для формування відповідального і творчого ставлення до роботи, бажання вдосконалювати свої професійні навички.

Сучасні підприємства все частіше звертаються до ефективних мотиваційних стратегій, спрямованих на підвищення лояльності, залученості та працездатності співробітників. Зазвичай використовують чотири види мотиваційних стратегій: фінансову, нематеріальну, стратегію особистого розвитку та творчу [1, 2].

Одним з найбільш поширених методів є матеріальна винагорода, яка включає заробітну плату, бонуси, премії та додаткові пільги. Вона дає змогу задовольнити базові потреби працівників, забезпечуючи стабільність та заохочуючи їх досягати високих результатів. Ця найбільш популярна стратегія на підприємствах є потужним стимулом для працівників, але вона має свої недоліки, які знижують її ефективність у довгостроковій перспективі. По-перше, грошові винагороди стимулюють працівників лише тимчасово і рівень мотивації поступово знижується, оскільки потреби зростають, і працівники починають очікувати нових підвищень. По-друге, постійне застосування фінансових стимулів може призвести до того, що працівники будуть працювати лише за додаткову винагороду, ігноруючи інші цінності компанії. По-третє, якщо фінансові заохочення розподіляються, на думку деяких співробітників підприємства, несправедливо або непрозоро, це може призвести до демотивації та конфліктів у колективі. По-четверте, в кризові періоди або в умовах обмежених ресурсів, підтримка фінансової мотивації може бути складною і навіть економічно невиправданою. По-п'яте, фінансова мотивація не задовольняє інші потреби працівників, такі як професійне зростання, визнання, соціальна взаємодія або можливість самореалізації. Тому здається найкращім комбінування фінансової мотивації з іншими підходами.

Список літератури:

1. Сивицька І. Г., Синиченко А. В. Мотиваційна стратегія як провідна детермінанта оптимізації управління персоналом. *Економіка і організація управління*. 2019. № 3 (35). С. 9. DOI: 10.31558/2307-2318.2019.3.9.
2. Олійник Т. Г., Крамарчук М. В., Зозуля О. В. Мотиваційні стратегії та їх вплив на продуктивність працівників аграрної сфери. *Економіка АПК*. 2024. №6. С. 120. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.6.120.