

## СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті досліджено та ідентифіковано зміст мотиваційного механізму підприємства, розглянуто та погруповано основні соціальні фактори, що здійснюють вплив на цей механізм.*

**Ключові слова:** мотивація, мотиваційний механізм, економічні фактори, соціальні фактори, соціальна політика, внутрішньофірмовий механізм.

**Постановка проблеми.** Актуальність ефективної соціальної мотивації праці визначається тим, що людина відіграє особливу і головну роль в будь-якому процесі виробництва, тому від рівня її мотивації залежить і результативність виробництва. Ефективне управління персоналом неможливе без конкретного вивчення всієї багатогранності факторів, що впливають на трудову поведінку працівників (потреб, мотивів, стимулів, цінностей тощо), без аналізу інформації про реальний вплив цих факторів (зокрема соціальних) та наслідки їх дій.

**Стан вирішення проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Вивченню природи мотивації праці, формуванню дієвої системи спонукання працівників до ефективної праці присвячено багато робіт зарубіжних і вітчизняних вчених. Відомими авторами сучасних теорій мотивації на Заході стали Ф.Герцберг, Е.Лоулер, Д.Мак-Грегор, А.Маслоу, Л.Портер та інші. Серед вітчизняних дослідників мотиваційних теорій слід виділити – О. А. Бугуцького, А.М. Колота, Й.С. Заводського, Г. А. Дмитренка, А. А. Афоніна, Г.І. Купалової, Л.І.Михайлової, І.В. Шепелята інших.

Зауважимо, що дослідження згаданих авторів переважно стосуються забезпечення впливу економічних факторів на мотивацію працівників. Проте, залишається низка нерозкритих питань щодо належної узгодженості між мотиваційним механізмом та врахуванням соціальних факторів, що впливають на нього.

**Метою статті** є наукове обґрунтування необхідності формування та впровадження в господарську практику оновленого мотиваційного механізму, що враховує соціальні фактори та особливості й специфіку трансформаційних процесів в економіці України,

**Виклад сутності виконаного дослідження.** Механізм ефективної мотивації є невід'ємною складовою менеджменту підприємства та покликаний разом з іншими складовими сприяти досягненню його цілей. В науковій полеміці щодо мотиваційного механізму зустрічаються різні визначення поняття «мотиваційний механізм». Так на думку Дороніної М.С., мотиваційний механізм – це сукупність процесів, прийомів, методів, підходів щодо цілеспрямованого формування у працівника зацікавленого ставлення до праці та її результатів [1, с. 18]. Інше визначення дає Мазур В.М. Останній, зокрема, визначив мотиваційний механізм як процес спонукання людини до певної діяльності за допомогою внутрішньоособистих і зовнішніх факторів [3, с.44]. Українські науковці Колот А.М. і Цимбалюк С.О.

розглядають цю категорію як комплекс заходів та методів впливу на поведінку людини в організації задля досягнення цілей організації і особистих цілей [2, с. 21].

Узагальнюючи вищенаведені визначення можна зазначити, що на нашу думку, мотиваційний механізм потрібно розглядати як організовану систему, що забезпечує ефективну реалізацію соціально-економічних цілей працівника і підприємства та їх узгодження за рахунок використання методів і засобів управління.

Мотиваційний механізм має будуватися з урахуванням особливостей персоналу, що працює в організації, які включають потреби, інтереси, установки і ціннісні орієнтації працівників. Спрощена модель процесу мотивації представлена на рис 1. Обґрунтованість і дієвість мотиваційного механізму залежить від врахування факторів, що впливають на нього.

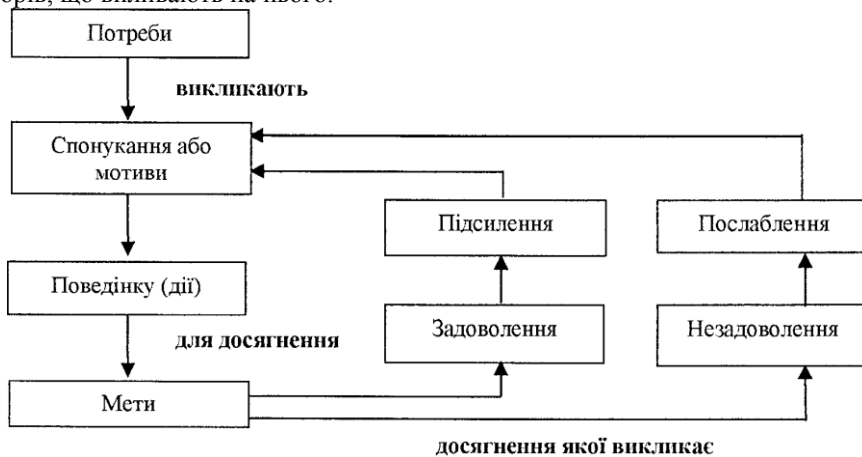


Рис.1. Спрощена модель процесу мотивації

На практиці, на підприємствах (фірмах) діє розмаїття факторів, які можуть впливати на мотиви поведінки працівників і позитивно, і негативно. В їхньому складі можна виділити дві укрупнені групи – економічні і соціальні фактори.

Економічні фактори є базою, фундаментом при створенні внутрішньофірмового механізму мотивації праці. У той же час первинність економічних мотивів завжди пов'язана з мотивами соціальними. Більше того, коли основні матеріальні потреби задоволені, діяльність людей все більше визначається соціальними мотивами.

Тому на західних фірмах, зокрема в німецьких компаніях, до соціальних факторів, які зазвичай враховуються, належать такі:

- пенсійне страхування;
- страхування по безробіттю;
- страхування на випадок хвороби;
- загальні відрахування, які використовуються на пільгове харчування працівників,
- оплати на комунальні послуги, медичне забезпечення, допомога родині, організація дозвілля.

Ці фактори вимагають обов'язкових і чималих витрат, які покриваються частково з прибутку, а частково (перші три) входять у витрати фірми і сприяють більш успішній діяльності її працівників. У той же час вони є обов'язковими для фірми, що особливо обумовлено законодавством різних країн і щорічними трудовими угодами

між підприємцями і профспілками незалежно від того, погано або добре працює працівник.

На нашу думку, механізм мотивації праці повинен включати ті соціальні фактори, які відносяться до числа добровільних з боку працівника і фірми, і які орієнтовані в майбутнє. Соціальні фактори, що використовуються в механізмі мотивації праці, повинні бути орієнтовані на інтереси працівників. Вони повинні:

- приводити у відповідність бажання працівників з цілями підприємства, тобто формувати внутрішньокорпоративну мету;
- сприяти ідентифікації працівників зі своїм підприємством;
- підвищувати продуктивність праці, підтримувати його інтенсивність і бажання співробітників працювати;
- соціально розвивати працівників, сприяти підвищенню їх соціального статусу;
- заохочувати ініціативу працівників при вирішенні їхніх власних проблем і проблем підприємства;
- покращувати мікроклімат на підприємстві;
- формувати у працівників і громадськості позитивну думку про підприємство, тобто зміцнювати діловий імідж підприємства.

Соціальні фактори мотивації праці повинні органічно входити в соціальну політику фірми, тому що фірма може досягти успіху в сучасних умовах тільки тоді, коли працівники відчують, що, по-перше, до них відносяться не просто краще, ніж на інших підприємствах, а як до рівноправних партнерів, і, по-друге, тоді, коли у працівників буде можливість саморозвитку і творчого зростання на підприємстві. Тому, соціальні фактори мотиваційного механізму повинні, з одного боку, бути привабливі для працівників, а, з іншого, орієнтовані на успіх фірми.

Як бачимо, у сучасних умовах значення соціальних факторів має тенденцію до постійного зростання, що дозволяє зробити висновок про соціально-економічну спрямованість внутрішньофірмового механізму мотивації праці, адекватного ринковій моделі.

**Висновки.** Соціальні фактори мотивації праці слід віднести по своїй значущості до числа пріоритетних оскільки людина, що здійснює трудову діяльність, – істота суспільна і серед собі подібних не обмежується виключно задоволенням матеріальних (фізичних) потреб. Тому підвищення соціальної значущості праці в сучасному суспільстві прямо пов'язане з розвитком демократії та самоврядування як у суспільстві, так і на виробництві.

#### Список використаних джерел

1. Дороніна М. С. Соціально–економічний механізм мотивації трудової поведінки / М. С. Дороніна, В. М. Лугова // Економіка розвитку. – 2006. – №2. – с. 18–22.
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник/ А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К: КНЕУ, 2011.–397 с.
3. Мазур В. Вдосконалення систем мотивації праці // Вісник Тернопільської академії народного господарства. –2008.–№ 7.–С.43–46.
4. Семикіна М.В. Індикатори економічної та соціальної ефективності мотивації праці / Семикіна М.В. // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10. – С. 181–189.

*Annotation.* In the article is investigated and the contents motivational of the mechanism of the enterprise is identified, is considered and is grouped the basic social factors, which realize influence on this mechanism.

**Key words:** *motivation, motivations mechanism, economic forces, social factors, social policy, companies the mechanism, motivational factor.*

УДК 005.941+005.95

Гриненко А.М., к.е.н., професор КНЕУ ім. В.Гетьмана;  
Кирилюк В.В., магістрант КНЕУ ім. В.Гетьмана

## КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

*У статті висвітлено сутність та основні складові корпоративної культури; розглянуто її вплив на ефективність діяльності конкретного промислового підприємства; сформувано рекомендації щодо поліпшення корпоративної культури та ефективного її використання в якості конкурентних переваг.*

**Ключові слова:** *корпоративна культура; конкурентні переваги; мотиваційний фактор, профілі корпоративної культури.*

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день корпоративна культура відіграє важливу роль на всіх підприємствах країни. Для одних підприємств корпоративна культура – це «костюм», без якого вже непристойно виходити на ринок товарів і послуг, а для інших – усвідомлення самого себе, набуття сенсу життя, змісту професійної діяльності, без яких важко існувати. Врешті, для сучасних підприємств корпоративна культура – це найсильніший мотиваційний фактор. Проте багато підприємств потребують вдосконалення або зміни корпоративної культури. Останнє потребує наукового дослідження.

**Аналіз останніх досліджень.** Дослідженням даної тематики протягом останніх років займається досить багато установ. Зокрема, науково – дослідні інститути, вищі навчальні заклади. Останні публікації, що стосуються даної тематики публікувались в ЗМІ та наукових збірниках вищих навчальних закладів України.

**Виклад основного матеріалу.** Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору як в нашій країні, так і за кордоном. Корпоративна культура як напрям дослідження перетинається з такими науками, як менеджмент, соціологія, культурологія і психологія [4;].

З одного боку, це призводить до певних труднощів під час дослідження, а з іншого – дає змогу найповніше використовувати корпоративну культуру як інструмент ефективного управління підприємством, який дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плінність кадрів в умовах, коли конкуренція загострюється, і доводиться боротись за кожную копійку прибутку. Численні дослідження доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін.

*Корпоративна культура* – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації.

До основних елементів культури підприємства відносяться:

- цінності, соціальні установки;