

ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні партнерство між працівниками та роботодавцями випробовується економічними умовами. Працівники готові змінювати місце роботи, якщо вони мають кращі перспективи. Із досліджень можна прийти до висновку, що за останні роки майже кожен другий змінює місце роботи. Найчастіше у пошуках нової роботи люди, які знаходяться в регіоні ЕМЕА. Сучасним роботодавцям дуже важливо інтегрувати працівників у продуктивне середовище, що буде робити їх частиною компанії.

Існує визнаний факт, що зовнішня мотивація відіграє для персоналу певну роль, адже мало хто з працівників відмовляється від грошей. До зовнішньої мотивації можна віднести компенсаційний пакет організації, який включає в себе основну оплату праці, додаткову оплату праці а також соціальні виплати та пільги. Всі ці компоненти можна вважати також складовими економічного методу мотивації персоналу організацій. Матеріальна допомога є важливою, оскільки вона допомагає забезпечити дві перші ланки потреб за пірамідою Маслоу (фізіологічну та ланку безпеки), які забезпечують життєдіяльність людини.

За дослідженнями щодо мотивації працівників 23,1 мільйона працюють лише через потребу працювати, а не через прихильність до роботи та бажання покращити результати діяльності компанії. Відповідно дослідження Gallup було встановлено, що економіка втрачає 99 мільярдів євро в річних доходах, так як головна мета мотивації працівників не виправдовується. Позитивним наслідком матеріальної мотивації вважалось би заохочення працівника до своєї діяльності, та відчуття ним значущості своєї роботи, проте на практиці лише за такого способу мотивації персонал продовжує працювати лише за графіком та не зацікавлений у понаднормовій роботі, або ж у досягненні позитивних результатів підприємством загалом. Тому, фактично, матеріальну мотивацію можна вважати короткочасною у своїй перспективі, проте досить затратною, оскільки кошти виділяються на працівників зі встановленою періодичністю.

За таких обставин більш довгостроковою почали вважати внутрішню мотивацію, яка включає в себе емоційну прихильність до компанії, відчуття власної приналежності до справи, можливість до самореалізації. Тобто, до внутрішньої мотивації належать соціально-психологічні методи. Серед факторів, які б хотіли бачити працівники у своїх роботодавців, 26% вважають важливою корпоративну культуру та репутацію підприємства, та 21% надає перевагу можливості подальшого кар'єрного розвитку.

Отже, звичайно, неможливо відмовитися від матеріального виду мотивації персоналу, проте багато уваги дійсно важливо приділяти саме психологічному фактору, оскільки в результаті все зводиться до потреби працівника у комфортних умовах на робочому місці та можливості самореалізації. Ефективне поєднання матеріальних та нематеріальних видів мотивації забезпечить наявність кваліфікованих працівників, їхню мотивацію до роботи та орієнтацію на результат, що в свою чергу сприятиме підвищенню прибутків компанії.

Література

1. Травин В. В. Мотивационный менеджмент: модуль III: учеб.-практ. пособ. / В. В. Травин, М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М.: Дело, 2005. – 96 с.
2. Електронний ресурс, режим доступу:
<https://karrierebibel.de/mitarbeitermotivation/#Mitarbeitermotivation-Wirtschaftlicher-Faktor>
3. mitarbeiter- motivation und -bindung - Kelly Services; режим доступу:
https://www.kellyservices.de/de/siteassets/germany---kelly-services/uploadedfiles/switzerland_-_kelly_services1/4-resource_center/kgwi20320report_mitarbeitermotivation20und-bindung_de.pdf

4. Зеленько Г. І. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства / Г. І. Зеленько, Л. Ю. Ганжурова // Економічні науки. – 2013. – № 7. – С. 46–49.