

Семенюк А.В.,
*здобувач освітнього ступеня «магістр»
факультету економіки та управління
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна*

Забунів Ю.П.,
*здобувач освітнього ступеня «магістр»
факультету економіки та управління
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна*

Запіша Г.М.,
*д.е.н., професор кафедри менеджменту
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса, Україна*

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Мотивація персоналу в сучасних умовах є одним з визначальних факторів соціально-економічного розвитку підприємств, бо активізує трудову діяльність працівників, сприяє підвищенню їх продуктивності праці, спонукає працівників до підвищення кваліфікації та особистісного самовдосконалення. Розуміння сутності теоретичних засад мотивації персоналу дозволяє в практиці менеджменту підприємств формувати сучасний арсенал методів та інструментів мотивації з метою забезпечення ефективного та конкурентоспроможного розвитку в ринковому середовищі.

Одним із основоположників теорії мотивації, як відомо, є Абрахам Маслоу, який розробив ієрархію потреб, що тиснуть на людину та слугують мотиваційними чинниками. Згідно його вчення, потреби людини поділяються на п'ять рівнів, розташованих в ієрархічному порядку [1]. На найнижчому рівні знаходяться фізіологічні потреби, такі як їжа, вода, сон. Якщо ці потреби не задовільнені, то вони стають основними мотивуючими факторами, що спонукають людину діяти в напрямі пошуку варіантів їх задоволення. Наступний рівень – потреби в безпеці, що включає фізичну безпеку, а також безпеку робочого місця і здоров'я. Далі представлені соціальні потреби, що включають в себе бажання налагодження стосунків з іншими людьми, дружбу, приналежність до групи. Важливо враховувати соціальний аспект мотивації, оскільки задоволення цих потреб може покращити командну роботу та співпрацю на робочому місці. На четвертому рівні знаходяться потреби в повазі і визнанні, включаючи в себе визнання від колег, почуття гідності та поваги. Це може бути виражено через професійні досягнення, статус у колективі, або винагородження. На найвищому рівні знаходяться потреби в самореалізації, що передбачає розвиток особистості та вираження свого потенціалу. Ця сукупність факторів мотивації спонукає працівників до самовдосконалення, творчості та пошуку нових викликів.

З погляду менеджменту підприємства, розуміння цих рівнів потреб дозволяє впливати на мотивацію персоналу. Наприклад, для одних працівників може бути ефективним стимулом фінансова винагорода, тоді як інші можуть цінувати можливість професійного росту чи участь у проектах, які розвивають їхні здібності. Розуміння і врахування цих потреб може стати основою для розробки програм мотивації, спрямованих на задоволення індивідуальних потреб працівників та забезпечення їх продуктивності та задоволеності на роботі.

Лідерство грає важливу роль у формуванні соціально-економічної мотивації персоналу підприємства. Це може бути визначено різними стилями керівництва, які використовують керівники, та їхнім впливом на співробітників.

Один з ключових теоретичних підходів до лідерства є теорія X та Y Дугласа МакГрегора. Згідно з теорією X, керівники вважають, що працівникам не подобається працювати і тому вони повинні бути суворо контрольовані та спонукані до праці через страх покарання або заохочення. Такий стиль керівництва може викликати в працівників негативні емоції та зниження мотивації [2].

На відміну від теорії X, концепція Y виходить з ідеї, що працівники можуть бути самореалізованими та самомотивованими, якщо їм створити відповідні умови та наділити довірою. Лідери, які застосовують підходи згідно з теорією Y, стимулюють працівників до творчості, самостійності та саморозвитку. Такий позитивний підхід може значно покращити мотивацію працівників, створюючи атмосферу взаємодії та розвитку всередині колективу.

Трансформаційне лідерство, запропоноване Джеймсом Макгрегором Берном, – інший важливий аспект впливу лідерства на мотивацію. Трансформаційні лідери спроможні надихати та мотивувати своїх підлеглих, заохочуючи їх до досягнення великих цілей та високих стандартів. Вони демонструють власний приклад, надаючи відчуття спільної мети та важливості кожної ролі в колективі. Це може сприяти формуванню сильного внутрішнього мотиваційного стимулу у працівників.

Автентичне лідерство – ще один підхід, який базується на відвертості, спрямованості на цілі та емпатії. Лідери, які прагнуть бути автентичними, показують свою справжню природу, взаємодіючи з підлеглими на особистому рівні. Це сприяє взаєморозумінню та побудові довіри, що може бути потужним мотиваційним фактором для персоналу.

Усі ці підходи вказують на важливість ролі лідерства у формуванні мотивації персоналу. Вибір вірного стилю лідерства та його узгодження зі специфікою організації може мати значущий вплив на ставлення працівників до своєї роботи, їхню продуктивність та загальну робочу атмосферу.

Наукові дослідження Фредеріка Герцберга уточнюють поняття «факторів гігієни» та «мотиваційних факторів», які впливають на задоволеність працівників. Зрозуміння цих аспектів дозволяє підприємствам зосередитися на ключових аспектах мотивації та задоволеності працівників [4].

Ґрунтуючись на теоретичних засадах, здійснення соціально-економічної мотивації праці в практиці управління персоналом підприємств передбачає

врахування низки аспектів, дотримання яких забезпечить результативність методів соціально-економічної мотивації персоналу.

По-перше, розробка індивідуалізованих програм мотивації. Кожний співробітник є унікальним з позицій реагування на мотиваційні чинники. Розробка індивідуалізованих програм мотивації, які враховують особисті потреби та цілі кожного працівника, може стати ключем до їхньої задоволеності та відданості підприємству.

По-друге, визначення конкретних метрик та цілей. Ключовою частиною ефективної мотиваційної програми є визначення конкретних метрик успішності та цілей. Це може включати в себе покращення продуктивності, зниження кількості помилок, підвищення рівня клієнтського задоволення тощо. Ці метрики повинні бути конкретними, вимірюваними та досяжними, щоб надихати персонал до досягнення результатів.

По-третє, розвиток системи винагород та заохочень. Система винагород та заохочень повинна бути справедливою та прозорою. Її важливими складовими можуть бути бонуси, премії за досягнення цілей, програми корпоративних пільг та можливості професійного росту. Важливо надати працівникам стимули для досягнення високих результатів та відзначення їхніх досягнень.

По-четверте, підтримка балансу між роботою та особистим життям. Забезпечення можливості балансу між роботою та особистим життям може підвищити задоволеність та відданість працівників. Гнучкі графіки роботи, можливість віддаленої роботи, лікарняні та відпустки – усі ці аспекти можуть стати важливими компонентами мотиваційної стратегії.

По-п'яте, навчання та розвиток. Забезпечення можливостей навчання та розвитку може вигідно вплинути на мотивацію працівників. Курси навчання, тренінги, менторство та можливості кар'єрного зростання можуть надати працівникам перспективи та стимулювати їх до особистого розвитку.

Розробка комплексної мотиваційної програми, яка об'єднує усі ці аспекти, може значно підвищити продуктивність, забезпечити відданість персоналу та сприяти створенню позитивної корпоративної культури.

Наукові дослідження у сфері соціально-економічної мотивації персоналу слугують теоретико-методологічним підґрунтям розробки прикладних рекомендацій щодо формування та реалізації ефективних стратегій мотивації праці персоналу на підприємствах.

Література:

1. Maslow A.A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 1943. № 50. pp.370-396.
2. McGregor D. *The Human Side of Enterprise*. N.Y.: McGraw-Hill, 1960. 256 p.
3. Ryan R. M., Vansteenkiste M. *Self-Determination Theory*. The Oxford Handbook of Self-Determination Theory. 2023. P. 3–C1P190.
4. Herzberg F. „Hygienefaktoren“ und „Motivationsfaktoren“. *Management Gurus*. Wiesbaden, 1998. P. 95–97.